



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Préférences médiatiques des vétérans et connaissance des programmes et des services d'ACC

Rapport intégré final

Préparé à l'intention d'Anciens Combattants Canada

Nom de la firme de recherche : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Numéro de contrat : 51019-207004/001/CY

Valeur du contrat : 157 418,46 \$

Date d'attribution des services : 17 mai 2021

Date de livraison des services : 25 mai 2022

Numéro d'enregistrement : ROP 006-21

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Anciens Combattants Canada à commsresearch-commsrecherche@veterans.gc.ca

This report is also available in English

Canada 

Préférences médiatiques des vétérans et connaissance des programmes et des services d'ACC

Rapport intégré final

Préparé pour Anciens Combattants Canada

Nom du fournisseur : **LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.**

Date : 25 mai 2022

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique et en ligne mené par les Associés de recherche EKOS Inc. pour le compte d'Anciens Combattants Canada (AAC). Cette étude de recherche a été menée auprès de 2 621 vétérans du Canada et de leur famille, y compris d'anciens membres de la GRC et réservistes des Forces armées canadiennes (FAC), entre les mois de février et mars 2022.

This publication is also available in English under the title: Veterans' media preferences and awareness of VAC programs and services.

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales. Pour toute autre utilisation, veuillez obtenir au préalable une permission écrite des Anciens Combattants Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Anciens Combattants Canada à l'adresse suivante : commsresearch-commsrecherche@veterans.gc.ca

Numéro de catalogue : V44-14/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-43038-6

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 006-21)

Numéro de catalogue V44-14/2022E-PDF (English Report)

ISBN 978-0-660-43037-9

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2022

TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux	4
Liste des graphiques	4
Sommaire	6
A. Contexte et objectifs	6
B. Méthodologie	6
C. Principales constatations	8
D. Note aux lecteurs	12
E. Valeur de l'entente	13
F. Certification de neutralité politique	13
Résultats détaillés	14
A. Profil des répondants	14
B. Sources utilisées lors de la recherche de renseignements sur le gouvernement du Canada	22
C. Programmes et services d'ACC	31
D. Site Web d'ACC et autres communications électroniques	49
E. Prise de contact avec ACC	62
Annexes	77
A. Détails méthodologiques supplémentaires	77
B. Questionnaire	80
C. Guide du modérateur	96

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Échantillon de profil

Tableau 2 : Programmes et services d'ACC utilisés (client), suscitant l'intérêt et qui seront requis (non-client)

Tableau 3 : Besoin futur de programmes et de services d'ACC

Tableau 4 : Sources d'information sur les programmes et services du gouvernement du Canada

Tableau 5 : Connaissance des programmes pour vétérans et leur famille

Tableau 6 : Sources d'information sur les programmes et services d'ACC

Tableau 7 : Source de problèmes lors de la recherche d'informations

Tableau 8 : Meilleure méthode pour en savoir plus sur les programmes et services d'ACC

Tableau 9 : Médias sociaux utilisés

Tableau 10 : Visite de médias sociaux

Tableau 11 : Modifications requises pour améliorer l'accès aux programmes

Tableau 12 : Taux de réponse

Tableau 13 : Caractéristiques supplémentaires de l'échantillon

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Sujets d'intérêt généraux

Graphique 2 : Langue la plus souvent utilisée

Graphique 3 : Connaissance des programmes et services pour vétérans

Graphique 4 : Intérêt à l'égard des programmes et services pour vétérans

Graphique 5 : Fréquence de la recherche d'information

Graphique 6 : Connaissance des programmes et avantages offerts par ACC

Graphique 7 : Recherche d'information sur les programmes et services d'ACC

Graphique 8 : Raisons de ne pas rechercher d'information

Graphique 9 : Taux de réussite lors de la recherche d'information

Graphique 10 : Conséquences d'une recherche sans succès

Graphique 11 : Besoin d'aide pour trouver de l'information

Graphique 12 : Satisfaction à l'égard de l'information

Graphique 13 : Raisons d'utiliser le site Web d'ACC

Graphique 14 : Utilisations du site Web d'ACC

Graphique 15 : Méthode privilégiée pour demander des services

Graphique 16 : Satisfaction à l'égard des médias sociaux comme source d'information

Graphique 17 : Autres organisations de vétérans utilisées pour obtenir de l'information

Graphique 18 : Meilleurs organismes pour partager de l'information

Graphique 19 : Meilleur moment pour obtenir de l'information

Graphique 20 : Facilité d'obtention de programmes et de services

SOMMAIRE

A. CONTEXTE ET OBJECTIFS

Le mandat d’Anciens Combattants Canada (ACC) est de soutenir les vétérans et leur famille, et de promouvoir la reconnaissance et la commémoration des réalisations et des sacrifices de ceux et celles qui ont servi le Canada en temps de guerre et de conflit comme en temps de paix. Au moment de la publication du rapport, la population totale de vétérans au Canada est estimée à 629 300¹, ce qui comprend 32 100 anciens combattants du service de guerre et 597 200 vétérans des Forces armées canadiennes (FAC). Toutefois, cette population devrait diminuer au cours des cinq prochaines années. De plus, ACC administre les avantages de 15 306 membres, anciens membres et survivants de la Gendarmerie royale du Canada (GRC). On estime qu’ACC dessert 19 % de la population de vétérans au Canada. En 2019-2020, la proportion de clients a augmenté de 0,5 % et devrait augmenter d’environ 1 % chaque année au cours des cinq prochaines années. Pour appuyer l’élaboration de campagnes de marketing stratégiques visant à soutenir sa clientèle, ACC commande des études de recherche qui lui permettent de mieux comprendre la communauté des vétérans en ce qui concerne la connaissance des services et avantages qu’offre ACC et les habitudes de consommation des médias.

B. MÉTHODOLOGIE

Sondage

Le volet du sondage de la présente étude se concentrait d’une part sur d’anciens membres des FAC et de la GRC qui ont eu accès à des services d’ACC, de même que des membres de leur famille et des aidants (les « clients »), et d’autre part des personnes admissibles aux services et avantages d’ACC (les « non-clients ») qui n’en reçoivent toutefois actuellement pas. Le sondage comprend 1 020 cas achevés avec des clients et 1 601 cas achevés avec des vétérans qui sont des non-clients.

Pour le sondage téléphonique, Anciens Combattants Canada a fourni une liste de participants potentiels choisis au hasard correspondant à la catégorie des « clients » (anciens membres des FAC et de la GRC et des membres de leur famille ou des aidants qui ont eu accès à des services) avec leur nom, numéro de téléphone, ainsi que région, genre et langue – à des fins de

¹ Anciens Combattants Canada. *Sommaire des faits et statistiques*. En ligne : [Sommaire – Faits et statistiques – Anciens Combattants Canada](#)

pondération à la fin de l'étude. À partir de la liste, qui comprenait quelque 14 000 clients, 1 020 cas ont été inclus dans l'échantillon du sondage. Les clients ont été présélectionnés au moment de répondre au sondage pour s'assurer qu'ils respectaient les critères de l'étude (c'est-à-dire qu'ils étaient d'anciens membres des FAC et de la GRC, ou encore des membres de leur famille ou leur aidant, et qu'ils avaient eu accès à des services ou avantages d'ACC). La durée moyenne des entretiens téléphoniques était de 22 minutes. Les résultats ont été recueillis entre le 31 janvier et le 24 février 2022, à la suite d'un test de présélection dans les deux langues officielles mené en ligne et au téléphone. Le taux de réponse de l'échantillon des clients est de 6,5 %. La marge d'erreur pour l'échantillon global des clients est de +/-3,1 % à un intervalle de confiance de 95 %, avec une variation entre 4 % à 10 % pour les sous-groupes. Les réponses du sondage ont été pondérées par âge, région et genre. Le tableau 1 et l'annexe A présentent la méthode de calcul du taux de réponse, les caractéristiques de l'échantillon des clients et de l'échantillon des non-clients, ainsi que la possibilité d'un biais de non-réponse.

Un échantillon de 1 601 vétérans n'ayant pas accédé à des programmes ou services d'ACC (les « non-clients ») a également été recueilli à l'aide d'un lien ouvert, car ACC n'a actuellement accès à aucune liste exhaustive de tels répondants. Le lien a d'abord été diffusé par courriel à des intervenants d'ACC, ainsi que par le biais d'une fonction sur le site Web d'ACC et d'annonces diffusées dans des comptes de médias sociaux d'ACC. Lorsque cette approche s'est avérée insuffisante pour recruter des participants, l'étude a été annoncée, avec le lien ouvert, dans un bulletin électronique de l'Association nationale des retraités fédéraux (ANRF), d'où proviennent la plupart des 1 601 répondants de l'échantillon des non-clients. Par conséquent, cet échantillon représente des vétérans plus âgés que l'échantillon des clients d'ACC. Puisque l'échantillon des non-clients n'a pas été recueilli de façon aléatoire, il n'y a aucun moyen de déterminer sa représentativité de la population et aucune marge d'erreur ne peut y être appliquée.

Groupes de discussion

Quatorze groupes de discussion ont également été organisés. L'échantillon de ces participants a été obtenu par le biais d'une question dans les sondages effectués par les clients et les non-clients. Huit discussions avec des vétérans non-clients et six discussions avec des vétérans clients ont été menées en ligne entre le 15 et le 23 mars 2022. Chaque discussion a duré environ 90 minutes et les participants ont reçu un incitatif de cent dollars. Chaque discussion réunissait de quatre à sept participants, pour un total de 85 participants de partout au pays. Le recrutement comprenait des vétérans représentant l'un des nombreux groupes d'équité visés : minorités visibles, femmes, Autochtones et membres de la communauté LGBTQ2+.

Les discussions portaient sur les définitions de « vétérans », sur les sources d'information utilisées, sur les méthodes privilégiées pour se renseigner sur les programmes et les services d'ACC, sur les expériences avec les moyens de communication d'ACC pour recueillir de l'information et sur la nécessité de changements en lien avec l'accès à des renseignements sur les programmes et les services d'ACC. Le guide d'entretien se trouve à l'annexe C.

C. PRINCIPALES CONSTATATIONS

Vous trouverez ci-dessous un sommaire des résultats. Pour de plus amples renseignements, veuillez vous reporter à la section des résultats détaillés du présent rapport.

- Les répondants sont principalement des vétérans, avec une petite proportion de membres de leur famille. Plus de quatre répondants sur cinq sont d'anciens membres des FAC, alors que 19 % des non-clients et 13 % des clients sont d'anciens membres de la GRC.
- En moyenne, les non-clients ayant répondu au sondage sont plus âgés que ceux de l'échantillon des clients, ce qui est probablement dû aux méthodes de sollicitation de participation à l'enquête ouverte auprès du grand public, notamment le bulletin électronique de l'ANRF.
- Près de la moitié des clients et du tiers des non-clients déclarent avoir besoin de prestations d'invalidité ou s'y sont intéressés au cours de l'année précédant le sondage. Un non-client sur quatre s'est également intéressé au Programme pour l'autonomie des anciens combattants (PAAC), au Programme de soins de longue durée, au Programme de choix – Avantages médicaux et au Service d'aide d'ACC.

Recherche de renseignements sur des programmes et services du gouvernement du Canada

- Les vétérans mentionnent diverses sources qu'ils utilisent pour obtenir de l'information sur des programmes et services du gouvernement du Canada. Internet arrive en tête de liste pour la majorité des non-clients et des clients (61 % et 60 %, respectivement). Le courrier du gouvernement du Canada constitue la deuxième source la plus populaire parmi les non-clients (57 %), suivi des mentions générales de sites Web du gouvernement du Canada (40 %), qui représente la deuxième source la plus populaire parmi les clients (51 %), lesquels comptent un peu moins sur le courrier (41 %).
- Les sujets qui ont récemment suscité l'intérêt de la majorité des répondants sont les renseignements sur les pensions ou les avantages, suivis des renseignements sur les impôts. Un répondant sur trois fait des recherches pour obtenir de l'information sur la santé. Les programmes et services destinés spécifiquement aux anciens membres de l'armée ou de la GRC intéressent 30 % des non-clients et la moitié des clients.

Connaissance des programmes et services pour vétérans

- Près de trois clients sur quatre disent connaître des programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille. Parmi les non-clients, la moitié affirme ne pas connaître de programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille. Deux non-clients sur trois (69 %) ne sont pas en mesure de nommer de tels programmes et services.
- L'intérêt est élevé, 75 % des non-clients disant vouloir en apprendre davantage sur les programmes et services pour vétérans.
- Seuls 7 % des non-clients estiment bien connaître les services et avantages qu'offre ACC. En revanche, 38 % des clients connaissaient bien les services et les avantages qu'offre ACC et 38 % les connaissent moyennement. Les résultats des groupes de discussion sont semblables, de nombreux non-clients indiquant ignorer totalement les programmes et services qu'offre ACC.

Recherche de renseignements sur les programmes et services d'ACC

- Seule une minorité de non-clients ont tenté de se renseigner sur les programmes et services qu'offre ACC. Environ la moitié de ceux qui n'ont pas cherché de renseignements expliquent que c'est parce qu'ils n'ont pas d'intérêt envers les programmes d'ACC ou qu'ils n'en ont pas besoin en ce moment. Un répondant sur trois déclare n'avoir aucune idée qu'il peut demander du soutien à ACC.
- Lors de tentatives d'obtention de renseignements sur les programmes et services d'ACC, la majorité consulte un site Web du gouvernement du Canada ou utilise Internet en général. Diverses autres sources sont mentionnées par un répondant sur cinq ou moins, notamment le courrier du gouvernement du Canada et les bureaux de Service Canada. Moins d'une personne sur dix fait mention de magazines, de médias sociaux, de médias en ligne, de la télévision par câble ou par satellite, de journaux locaux et de bulletins d'information de quartier ou communautaires.
- Les problèmes qui se posent le plus souvent lors de la recherche d'informations sont liés à l'incapacité de trouver les informations recherchées, suivis de loin par le fait de ne pas savoir où chercher ou qui appeler, ou de ne pas comprendre les informations. Certains répondants font également allusion à l'impossibilité de parler avec quelqu'un d'ACC. Les résultats obtenus sont semblables chez les clients et chez les non-clients.

Expériences avec le site Web et d'autres communications électroniques d'ACC

- Parmi les répondants qui préfèrent utiliser le site Web d'ACC pour trouver de l'information sur des programmes et services d'ACC, la facilité d'accès est la raison la plus importante de cette décision, particulièrement chez les clients (68 %), mais aussi chez les non-clients (45 %). La confiance et la fiabilité de la source sont une autre raison clé selon 54 % des clients, mais dans une moindre proportion chez les non-clients (23 %).
- Une forte proportion de clients déclare avoir utilisé le site Web parce qu'il s'agit probablement de la source la plus à jour (45 %) et la plus facile à comprendre (42 %), et parce

que c'est celle qu'ils connaissent le mieux (40 %). Parmi ceux qui utilisent le site Web d'ACC, aussi bien les clients que les non-clients y ont eu recours pour obtenir de l'information (70 % et 77 %, respectivement). Dans une moindre mesure, les clients ont également tendance à utiliser le site Web d'ACC pour accéder à Mon dossier ACC, pour télécharger ou imprimer une demande, ou pour accéder à des services.

- Les participants des groupes de discussion considèrent qu'il est difficile de trouver l'information recherchée sur le site Web et de comprendre ce qui est pertinent dans leur situation personnelle. Plusieurs d'entre eux disent avoir eu besoin de l'aide d'une personne ayant de meilleures connaissances des programmes et services d'ACC et du site Web d'ACC pour connaître du succès lors de recherches.
- Un peu plus d'un vétéran sur dix affirme avoir utilisé des médias sociaux précisément pour des programmes et services d'ACC. Parmi ceux qui l'ont fait, Facebook est la plate-forme la plus populaire, mentionnée par trois utilisateurs de médias sociaux sur quatre. Les clients sont plus susceptibles d'être plus satisfaits que les non-clients de l'information qu'ils reçoivent à partir des comptes de médias sociaux d'ACC, bien que la satisfaction soit principalement « moyenne ».
- Dans les groupes de discussion, un niveau d'utilisation semblable est constaté, les participants considérant les échanges avec des groupes d'anciens membres comme des occasions utiles de mieux connaître ACC et d'entrer en contact avec ACC. Quelques-uns expriment des préoccupations au sujet de la confiance dans l'information présentée dans les médias sociaux.
- Dans les groupes de discussion, certains participants manifestent leur intérêt pour recevoir des bulletins électroniques afin de mieux connaître les programmes et services, ainsi que les critères d'admissibilité. Aussi bien les clients que les non-clients connaissent très peu le bulletin mensuel d'ACC (*Salut!*).

Contact avec ACC

- Dans les résultats du sondage, les points de vue sont mitigés lorsqu'il est question du meilleur moment pour en apprendre davantage sur les services offerts aux vétérans.
 - Vingt-neuf pour cent des non-clients et 43 % des clients auraient aimé en apprendre davantage sur les programmes et services entre un an et quelques années avant de quitter l'armée.
 - Douze pour cent des non-clients et 14 % des clients auraient aimé obtenir ces renseignements au moment de leur départ.
 - Cinq pour cent des non-clients et 9 % des clients auraient aimé les obtenir tout juste après leur départ.
 - Vingt-six pour cent des non-clients et 27 % des clients sont d'avis que le meilleur moment aurait été plusieurs années après leur départ.
- Dans les groupes de discussion, la plupart des participants estiment que le meilleur moment pour en apprendre davantage sur ces services est avant de quitter les FAC ou la GRC. Bien que la plupart des gens croient que la sensibilisation doit avoir lieu tôt et tout au long de la carrière,

d'autres suggèrent que les dernières années, lorsque la transition commence, constituent le meilleur moment.

- Selon les résultats du sondage, la meilleure méthode pour se renseigner sur les programmes et services d'ACC consiste à consulter le site Web ou à parler à un agent d'ACC, ainsi que le bouche-à-oreille, la Légion ou Service Canada.
- Les participants des groupes de discussion évoquent surtout le site Web, ainsi que l'aide de quelqu'un d'ACC ou de la Légion.
- Près de trois non-clients sur quatre et la moitié des clients affirment ne pas être entrés en contact avec des organismes de vétérans pour en savoir plus sur les programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille. Parmi ceux qui suggèrent des groupes avec lesquels ACC pourrait travailler pour contribuer à la diffusion d'information, la Légion royale canadienne (la Légion) est mentionnée par un répondant sur cinq, même si la grande majorité dit ne pas connaître les groupes avec lesquels ACC devrait travailler.
- Parmi les participants des groupes de discussion, la Légion est également mentionnée le plus souvent comme une autre source d'information, ou même la meilleure, lorsque vient le temps d'en savoir plus sur les programmes et services d'ACC, car les renseignements qu'elle fournit et les conseils qu'elle prodigue sont éclairés. Certains participants, particulièrement les plus jeunes, soutiennent que la Légion est généralement considérée comme une organisation s'adressant aux vétérans plus âgés et que ce n'est pas pertinent pour eux. D'anciens groupes de services comptant des vétérans possédant de l'expérience avec ACC figurent parmi les autres sources mentionnées.
- Environ deux clients sur trois sont au moins moyennement satisfaits de la façon dont ACC les informe des programmes et services pertinents. En comparaison, près de la moitié des non-clients se dit insatisfaite dans ce domaine. En général, les participants des groupes de discussion ne sont pas satisfaits.

Besoin de changement lors de la prise de contact avec ACC

- Une personne sur trois, aussi bien des clients que des non-clients, dit avoir l'impression qu'il est difficile d'avoir accès aux programmes et services offerts par ACC. Seuls 29 % des clients et 6 % des non-clients croient que c'est facile.
- Les participants des groupes de discussion ont une impression négative semblable, mentionnant la difficulté et la complexité du site Web et du processus de demande, les longues périodes d'attente, un manque de transparence et le peu de candidats qui connaissent du succès.
- Selon deux non-clients sur cinq, ACC doit faciliter la recherche d'information sur les programmes et services, et simplifier les critères d'admissibilité aux programmes et services. Environ un de ces répondants sur quatre fait état de changements requis dans le temps de traitement des demandes (25 %), dans la pertinence de l'information fournie (22 %) et dans la clarté de l'information (22 %). Une proportion notable (28 %) se dit incertaine.
- En ce qui a trait aux changements requis, les clients ont des priorités différentes de celles des non-clients. La moitié des clients déclare qu'ACC devait modifier les délais de traitement des

- demandes des programmes et services (50 %). Environ une personne sur trois estime que la facilité pour trouver de l'information (36 %) ou les critères d'admissibilité (35 %) doivent changer. Comme pour les non-clients, un peu moins d'un client sur quatre (23 %) estime que la clarté de l'information doit être améliorée.
- Les participants des groupes de discussion soulignent eux aussi la nécessité de faire ce qui suit :
 - o accroître la coordination de l'information avec les FAC et la GRC afin de fournir plus tôt de l'information sur les programmes et les services d'ACC;
 - o collaborer davantage avec d'autres organismes et groupes de services ou communautaires;
 - o entrer en contact de façon proactive avec des vétérans lorsque des possibilités se présentent (p. ex., communications sur les pensions, bulletin de l'ANRF);
 - o faire de la publicité;
 - o augmenter les ressources pour réduire les retards;
 - o simplifier et clarifier le processus de demande;
 - o offrir un meilleur accès à de l'information et à des aides pour réussir le processus de demande et accéder aux programmes et services d'ACC.

D. NOTE AUX LECTEURS

Les résultats détaillés de l'étude sont présentés dans les sections ci-dessous. Les constatations générales sont présentées dans la section principale du rapport et sont normalement appuyées par un graphique ou une présentation tabulaire. Les résultats de la proportion de répondants de l'échantillon qui ont répondu « je ne sais pas » ou qui n'ont pas fourni une réponse peuvent ne pas être indiqués dans la représentation graphique, particulièrement lorsqu'ils ne sont pas appréciables (p. ex., 10 % ou moins). Aussi, il est possible que les résultats ne donnent pas cent pour cent en raison des arrondissements.

Des textes à puces sont également utilisés pour mettre en évidence des différences statistiques importantes entre des sous-groupes de répondants. Les principaux modèles démographiques d'intérêt sont décrits dans le rapport sous des rubriques spécifiques : vétérans et leur famille, région urbaine ou rurale, âge, genre, niveau de scolarité, revenu et handicap. Seules les différences qui sont statistiquement et considérablement différentes (p. ex., normalement cinq points de pourcentage de différence avec la moyenne globale) sont présentées. Le questionnaire du sondage se trouve à l'annexe B.

Les sujets généraux sont également décrits pour les réponses des groupes de discussion (sur fond gris), suivis de citations anonymes représentatives. Il convient de noter que les résultats des discussions sont de nature qualitative. Ces résultats ne doivent pas être considérés comme représentatifs des expériences de la population générale de vétérans du Canada. Les réponses des discussions visent à fournir des exemples plus représentatifs des expériences et points de vue. Pour cette raison, des termes comme « quelques-uns », « certains » et « la plupart » sont utilisés pour indiquer de manière générale des points de vue, plutôt que des pourcentages précis. Afin d'assurer une compréhension mutuelle des termes utilisés dans l'analyse, les lignes directrices suivantes ont été utilisées pour analyser et produire des rapports sur les résultats des participants :

- « quelques participants » = moins de 25 %;
- « certains participants » = 25 à 49 %;
- « plusieurs participants » = 50 à 75 %;
- « la plupart des participants » = plus de 75 %.

Il faut également comprendre que l'information fournie par les participants est de nature subjective et qu'elle se fonde sur ce qu'ils se rappellent. Par conséquent, les perceptions ne doivent pas être interprétées comme étant de nature factuelle.

E. VALEUR DE L'ENTENTE

Numéro de contrat : 51019-207004/001/CY

Valeur du contrat : 157 418,46 \$

Date d'attribution des services : 17 mai 2021

F. CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

À titre de cadre supérieur des Associés de recherche EKOS Inc., j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. En particulier, les documents remis ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé par :



Susan Galley (Vice-présidente)

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

A. PROFIL DES RÉPONDANTS

Des proportions assez semblables des échantillons des non-clients et des clients sont d'anciens membres des FAC et de la GRC. Il y a une proportion un peu plus élevée de membres de famille de vétérans dans l'échantillon des clients (16 % contre seulement 6 % dans l'échantillon des non-clients). Il fallait toutefois s'y attendre compte tenu de la méthode d'échantillonnage utilisée pour joindre ces deux groupes.

L'échantillon des non-clients compte des répondants plus âgés que l'échantillon des clients, seuls 4 % d'entre eux étant âgés de moins de 55 ans, alors que cette proportion est de 31 % pour l'échantillon des clients. Une proportion beaucoup plus élevée de l'échantillon des non-clients (73 %) que de l'échantillon des clients (33 %) est âgée de 65 ans ou plus. Cela est dû à la méthodologie utilisée pour la prise de contact, la plupart des non-clients ayant répondu à une annonce dans un bulletin électronique de l'ANRF. Le tableau 1 présente la proportion non pondérée des clients selon l'âge².

En ce qui concerne la représentation selon le genre, la proportion de femmes est plus élevée dans l'échantillon des clients (21 % comparativement à 13 % dans l'échantillon des non-clients). La répartition selon le genre est également présentée sans pondération dans le tableau 1³. Comme décrit dans le sommaire, les résultats des clients qui apparaissent dans le rapport sont pondérés par âge, genre et région.

² L'échantillon final de clients sous-représente les vétérans de plus de 65 ans (39 % contre 55 % dans l'échantillon initial fourni par ACC).

³ Il y a sous-représentation des femmes dans l'échantillon des clients (21 % contre 33 % dans l'échantillon initial fourni).

Tableau 1 : Profil de l'échantillon

Total	NON-CLIENT	CLIENT
<i>Êtes vous...?</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Une personne qui a servi dans les Forces armées canadiennes, y compris les réserves, ou dans la GRC par le passé	96 %	90 %
Un membre de la famille de quelqu'un qui a servi dans les FAC ou dans la GRC	6 %	16 %
Quelqu'un qui sert actuellement dans les FAC ou à la GRC	2 %	0 %
<i>Avez-vous/un membre de votre famille servi dans...?</i>	<i>1601</i>	<i>1016</i>
Les FAC	81 % ⁴	83 %
La GRC	19 %	13 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	0 %	4 %
<i>Âge (non pondéré)</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
18 à 34 ans	0 %	4 %
35 à 54 ans	4 %	27 %
55 à 64 ans	23 %	30 %
65 à 74 ans	43 %	18 %
75 à 84 ans	25 %	15 %
85 ans et plus	5 %	6 %
<i>Genre (non pondéré)</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Homme	86 %	78 %
Femme	13 %	21 %
Préfère ne pas répondre	1 %	0 %

Les prestations d'invalidité intéressent une grande proportion de non-clients (37 %) ou ceux-ci croient qu'ils en auraient eu besoin dans les douze mois précédant le sondage (32 %). En comparaison, près de la moitié (46 %) des clients ont déjà accès à ce programme. Les répondants s'intéressent également beaucoup au PAAC et au Programme de soins de longue durée (27 % dans chaque cas), ainsi qu'au Programme de choix – Avantages médicaux (25 %) et au Service d'aide d'ACC. Près d'une personne sur cinq (18 %) manifeste de l'intérêt pour le programme Allocation de reconnaissance pour aidant. Toutefois, la plupart de ces programmes ne sont pas des programmes ou services que les membres de cet échantillon considèrent comme pertinents pour eux, particulièrement au cours des douze mois précédant le sondage. Dix-huit pour cent estiment que le Programme de choix – Avantages médicaux aurait été utile et 15 % croient que

⁴ Cette estimation se base sur une extrapolation du dernier tiers de l'échantillon recueilli.

le PAAC est un service dont ils auraient eu besoin. Parmi les clients, 24 % déclarent avoir reçu de l'aide dans le cadre du Programme de choix – Avantages médicaux et 16 % ont eu accès au PAAC. Quatorze pour cent utilisent des services de réadaptation et 12 % ont eu recours au Service d'aide d'ACC ou à des services de gestion de cas. Deux non-clients sur trois mentionnent un type de programme ou de service qui, selon eux, aurait été utile dans les douze mois précédant le sondage.

Tableau 2 : Programmes et services d'ACC utilisés (client), suscitant l'intérêt et qui seront requis (non-client)

Q16. Lesquels des programmes et services suivants offerts par ACC vous intéressent? (Non-client) Q32. Quels types de programmes et de services auraient le mieux répondu à vos besoins au cours de la dernière année? (Non-client) Q37. Quels types services vous ou un membre de votre famille recevez-vous actuellement d'ACC? (Client)	Intérêt (Non-client)	Besoin au cours des 12 derniers mois (Non-client)	Utilisation présente ou passée (Client)
<i>n=</i>	1 601	1 601	1 020
Prestations d'invalidité (indemnité pour douleur et souffrance ou pension d'invalidité)	37 %	32 %	46 %
Programme pour l'autonomie des anciens combattants	27 %	15 %	16 %
Soins de longue durée	27 %	9 %	2 %
Avantages médicaux	25 %	18 %	24 %
Service d'aide d'ACC	23 %	7 %	12 %
Allocation de reconnaissance des aidants naturels	18 %	7 %	2 %
Allocation pour études et formation	9 %	7 %	4 %
Fonds d'urgence pour les vétérans	9 %	4 %	1 %
Prestation de remplacement du revenu	8 %	4 %	9 %
Cannabis à des fins médicales	8 %	5 %	10 %
Services de réadaptation	7 %	5 %	14 %
Services de gestion de cas	5 %	4 %	12 %
Allocation aux anciens combattants	5 %	2 %	6 %
Indemnité pour blessure grave	4 %	2 %	9 %
Services de transition de carrière	4 %	3 %	2 %
Aucun	--	33 %	--
Je ne reçois actuellement aucun service d'ACC	21 % ⁵	--	19 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	8 %	9 %	13 %

⁵ Les 21 % qui ne reçoivent pas des services sont en grande partie des membres de la famille de vétérans.

- Parmi les non-clients, les vétérans plus jeunes s'intéressent davantage à la formation et à la transition de carrière que ceux âgés de 65 ans ou plus (25 % et 12 %, respectivement). Les personnes de 65 ans et plus s'intéressent davantage au PAAC (29 %) et au Programme des soins de longue durée (29 %).
- Les anciens membres de la GRC sont plus susceptibles de manifester de l'intérêt pour le Programme de choix – Avantages médicaux (37 %) que les anciens membres des FAC (22 %). Ils sont moins enclins à s'intéresser au PAAC (22 % contre 29 % pour les anciens membres des FAC).
- Parmi les clients, les personnes de moins de 65 ans et les hommes ont plus tendance que leurs homologues à recevoir la plupart des prestations.

Parmi les clients, les prestations d'invalidité sont le plus souvent mentionnées comme la prestation dont ils pourraient avoir besoin au cours de l'année à venir (53 % des clients, contre seulement 33 % des non-clients). Il y a peu de différence entre les besoins exprimés par les non-clients pour les douze mois précédant le sondage et pour les douze mois à venir (voir tableau 2). Parmi les clients, les futurs besoins sont semblables à ceux des programmes et des services dont ils se sont prévalus. Les exceptions sont une concentration accrue dans la future utilisation du Programme de choix – Avantages médicaux (36 % par rapport à 24 % qui ont recours à ce programme) et dans le Service d'aide d'ACC (20 % par rapport à 12 %).

Tableau 3 : Besoin futur de programmes et de services d'ACC

Q33. Quels types de programmes et de services seraient les plus susceptibles de répondre à vos besoins au cours de la prochaine année?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Prestations d'invalidité (indemnité pour douleur et souffrance ou pension d'invalidité)	33 %	53 %
Avantages médicaux	19 %	36 %
Programme pour l'autonomie des anciens combattants	17 %	18 %
Soins de longue durée	11 %	5 %
Service d'aide d'ACC	10 %	20 %
Allocation de reconnaissance des aidants naturels	8 %	7 %
Services de réadaptation	7 %	23 %
Services de formation et d'emploi	7 %	12 %
Services de gestion de cas	6 %	21 %
Cannabis à des fins médicales	6 %	15 %
Fonds d'urgence pour les vétérans	4 %	9 %

Q33. Quels types de programmes et de services seraient les plus susceptibles de répondre à vos besoins au cours de la prochaine année?	NON-CLIENT	CLIENT
Prestation de remplacement du revenu	4 %	17 %
Services de transition de carrière	3 %	7 %
Allocation aux anciens combattants	2 %	9 %
Indemnité pour blessure grave	1 %	16 %
Autre	3 %	2 %
Aucun	22 %	14 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	16 %	8 %

- Parmi les non-clients, les moins de 65 ans s'intéressent davantage aux services de formation (18 %) et de transition de carrière (10 %), tandis que ceux de 65 ans et plus ont plus tendance à prévoir un besoin à l'égard du PAAC (20 %) ou du Programme de soins de longue durée (13 %). Le besoin à l'égard du PAAC est particulièrement prononcé dans le Canada atlantique (28 %).
- Parmi les clients, les moins de 65 ans sont plus susceptibles de croire qu'ils auront besoin de la plupart des programmes que les répondants de 65 ans ou plus. La tendance est la même pour les hommes par rapport aux femmes. Le besoin envers le PAAC est plus concentré en Ontario (25 %) que dans les autres régions du pays.
- Aussi bien chez les non-clients que chez les clients, les anciens membres de la GRC sont plus enclins que leurs homologues des FAC à avoir besoin de prestations d'invalidité (non-clients : 40 % et 31 %; clients : 56 % et 48 %). C'est également le cas pour le Programme de choix – Avantages médicaux (non-clients : 26 % et 17 %, clients : 38 % et 28 %).
- Les anciens membres des FAC sont plus susceptibles de prévoir d'avoir besoin du PAAC (non-clients : 19 % contre 12 % chez les clients qui sont d'anciens membres de la GRC; clients : 20 % contre 8 %). Chez les non-clients, il y a un plus grand besoin à l'égard du Programme des soins de longue durée (12 % contre 7 % chez les anciens membres de la GRC). Parmi les clients, le besoin est aussi un plus grand pour la prestation de remplacement du revenu (16 % contre 10 %) et pour le cannabis à des fins médicales (14 % contre 7 %).

Définir un vétéran – Résultats des groupes de discussion

Dans les groupes de discussion, la plupart des clients et non-clients participants percevaient un « vétéran » comme quelqu'un qui a servi son pays. De nombreux clients ont dit que dans le passé ou peut-être même jusqu'au moment de leur propre libération des FAC ou de la GRC, ils considéraient un vétéran comme quelqu'un qui avait servi pendant la Seconde Guerre mondiale ou la guerre de Corée. Un vétéran était quelqu'un qui « vendait des coquelicots pour le jour du Souvenir » ou « passait du temps dans une section de la Légion avec d'autres vétérans », selon

certain. Certains clients ont dit que, plus récemment, leur perception d'un vétéran avait changé et que cela représentait maintenant quelqu'un qui était parti en déploiement à l'étranger, dans une « guerre ouverte », notamment en Afghanistan, en Bosnie, au Kosovo ou ceux engagés dans la guerre froide. De nombreux participants ont dit qu'ils n'avaient pas pensé à ce que ce serait d'être un vétéran après leur libération. Ils ne se considéraient pas non plus comme faisant partie d'une catégorie d'individus qualifiés de « vétérans ».

« Je ne considérais que les hommes âgés avec plein de médailles sur la poitrine comme un vétéran. Maintenant, je sais que les vétérans peuvent avoir n'importe quel type, taille, forme, capacité ou handicap. N'importe qui peut être un vétéran qui a servi. » (Client)

« Ils ne vous reconnaissent pas comme vétéran si vous n'avez pas l'air assez vieux pour avoir servi pendant la Seconde Guerre mondiale. » (Client)

La plupart des clients ont dit qu'à l'heure actuelle, ils comprennent qu'un vétéran est tout ancien membre des FAC ou de la GRC. De nombreux clients estimaient que toute personne ayant suivi l'instruction élémentaire devrait être considérée comme un vétéran à sa libération, principalement parce que certains membres des FAC ou de la GRC pourraient être blessés à la suite de l'instruction ou peu de temps après pendant le service. À l'inverse, certains participants ont indiqué qu'une personne devrait avoir servi pendant une période plus longue, comme 10 ou 20 ans, pour être considérée comme un vétéran. Quelques participants ont dit qu'il devrait toujours y avoir une composante opérationnelle au service pour être un vétéran.

« Beaucoup de gens ne visualisent que ceux qui sont allés en zone d'opérations. Vous pouvez servir pendant de nombreuses années [au Canada, comme à la GRC], et cela fait tout autant de vous un vétéran. » (Client)

« Je considère un vétéran comme quelqu'un qui a servi en zone de guerre, mais du point de vue des avantages, les vétérans sont tous ceux qui ont servi assez longtemps pour dépasser l'instruction élémentaire et qui ont servi et pris l'engagement, qu'ils aient été appelés pour ce contrat ou non. » (Non-client)

Malgré les divergences d'opinions sur la durée ou le type de service pour être considéré comme un vétéran, presque tous s'entendent pour dire que quiconque a servi honorablement et a été libéré du service doit être considéré comme un vétéran. De nombreux clients ont également

indiqué que toute personne qui a prêté serment et s'est engagée à servir le Canada doit être considérée comme un vétéran à sa libération.

« Quiconque a servi son pays honorablement est un vétéran. » (Non-client)

« C'est une question d'engagement. Il y a des définitions, mais pour moi, je signais en fin de compte pour m'engager à servir mon pays. À servir et à défendre son pays. » (Client)

Quelques participants des FAC ont dit qu'avant de participer à l'étude, ils ne savaient pas que les membres de la GRC étaient considérés comme des vétérans. De même, quelques anciens membres de la GRC ont dit qu'ils n'avaient pas compris au moment de leur libération qu'ils seraient considérés comme des vétérans. Quelques anciens membres de la réserve ont également déclaré qu'ils ne se considéraient pas comme des vétérans après leur libération.

« Généralement, dans l'armée, on considère un vétéran comme un militaire, mais on a tendance à oublier la GRC. Un vétéran est toute personne qui a signé sur la ligne pointillée pour faire respecter la primauté du droit au niveau du gouvernement fédéral. » (Client)

Libération pour raisons médicales pour les services d'ACC – Résultats des groupes de discussion

On a demandé aux participants aux groupes de discussion s'il y avait une exigence de libération pour raisons médicales pour s'adresser à ACC. La plupart des participants étaient d'avis que toute personne ayant servi devrait pouvoir accéder aux programmes et aux services d'ACC, en fonction de ses besoins individuels. Quelques-uns ont dit qu'ils savaient que des membres actifs avaient accès aux services d'ACC, par conséquent, une libération pour raisons médicales ne devrait pas être nécessaire.

« Absolument pas. Tous les vétérans devraient bénéficier des services d'ACC. Il y a des services de transition pour passer de la vie militaire à la vie civile. Il m'a fallu trois ans pour prendre conscience que je n'étais plus dans l'armée. » (Client)

« J'espère que non, les vétérans ont beaucoup de besoins. Des besoins médicaux, mais pas seulement. » (Non-client)

De nombreux participants croyaient que toute personne libérée pour raisons médicales serait immédiatement mise en contact avec ACC pour obtenir un soutien. Cependant, en matière de soutien pour les besoins médicaux, la plupart des participants ont déclaré que ces besoins ne sont pas toujours évidents à la libération. Ces participants ont parlé de blessures subies pendant le service qui peuvent nécessiter un soutien ou un traitement physique ou mental. Beaucoup ont également parlé d'une culture au sein du service dans laquelle les blessures signalées sont considérées comme une faiblesse. Par conséquent, selon certains, les anciens membres pourraient ne pas signaler les blessures subies pendant le service avant leur libération. Ils peuvent également ne réaliser le besoin de soutien que beaucoup plus tard (c'est-à-dire après la libération), ont déclaré certains. Certains participants ont également souligné que certains vétérans sont libérés du service à un âge relativement jeune et, par conséquent, peuvent ne reconnaître leur besoin de soutien physique ou mental que beaucoup plus tard.

« Dans le passé, la plupart des gens libérés de l'armée n'étaient pas libérés pour raisons médicales. Pendant de nombreuses années, il était mal vu d'être blessé et de demander un traitement. Vous retenez cela pendant des années, puis c'est votre famille qui paie lorsque vous rentrez chez vous avec un traumatisme. Souvent, nous ne nous plaignons pas et nous l'acceptons simplement. » (Client)

« Lorsque vous vous engagez, vous passez un examen médical. Si votre santé se détériore avec le temps, vous devriez avoir droit à une sorte de pension. Les problèmes de dos, les problèmes de genou, si cela a commencé lorsque vous étiez dans l'armée et s'est aggravé au fur et à mesure que vous avanciez, cela devrait être couvert. » (Non-client)

B. SOURCES UTILISÉES LORS DE LA RECHERCHE DE RENSEIGNEMENTS SUR LE GOUVERNEMENT DU CANADA

Les vétérans devaient répondre à des questions sur les sources qu'ils utilisent pour obtenir de l'information sur des programmes et services du gouvernement du Canada. Internet arrive en tête de liste, aussi bien pour les non-clients que pour les clients (61 % et 60 %, respectivement). Le courrier du gouvernement du Canada constitue la deuxième source la plus populaire parmi les non-clients (57 %), suivi des mentions générales de sites Web du gouvernement du Canada (40 %), qui représente la deuxième source la plus populaire parmi les clients (51 %), lesquels comptent un peu moins sur le courrier (41 %).

La télévision est aussi un choix assez populaire, plus particulièrement chez les non-clients (36 % contre 27 % pour les clients). Les médias en ligne sont utilisés par environ un répondant sur quatre de l'échantillon des non-clients (28 %) et de l'échantillon des clients (26 %). Les médias sociaux sont à peu près aussi populaires chez les non-clients (21 %) que chez les clients (25 %). Les journaux locaux sont une source utilisée par 21 %, bien que moins de clients y aient recours (15 %). Les magazines, la radio locale et les bureaux de Service Canada sont des sources sur lesquelles compte environ un client ou non-client sur six.

Tableau 4 : Sources d'information sur les programmes et services du gouvernement du Canada

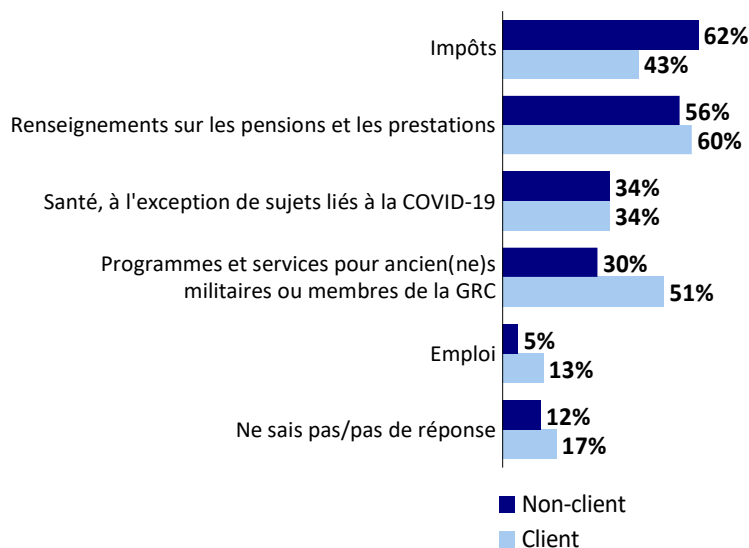
Q3. À quelles sources vous fiez-vous pour recevoir de l'information sur des programmes et des services du gouvernement du Canada?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n</i> =	1601	1020
Internet	61 %	60 %
Courrier du gouvernement du Canada	57 %	41 %
Site Web du gouvernement du Canada	40 %	51 %
Télévision par câble ou par satellite	36 %	27 %
Médias en ligne	28 %	26 %
Médias sociaux (p. ex. Facebook, Twitter, LinkedIn)	22 %	25 %
Journaux locaux en version imprimée	21 %	15 %
Revue	17 %	12 %
Radio locale AM ou FM	15 %	15 %
Bureau de Service Canada	14 %	17 %
Bulletin d'une communauté ou d'un quartier	6 %	9 %

Service de diffusion en continu	4 %	6 %
Radio en continu	2 %	2 %

- Parmi les non-clients, les hommes sont plus susceptibles de préférer un site Web (63 %) que les femmes (51 %), tout comme les personnes ayant fait des études universitaires (64 %).
- La télévision par câble ou par satellite est plus souvent privilégiée en Ontario (39 %), chez les personnes de plus de 65 ans (39 %) et chez les hommes (38 %) que chez leurs homologues, ce qui est aussi le cas dans l'échantillon des clients (37 % et 34 %, respectivement).
- Pour ce qui est des journaux locaux en version imprimée, la tendance est semblable en ce qui concerne les personnes âgées de 65 ans ou plus (25 %), les hommes (23 %) et les personnes ayant un niveau de scolarité supérieur (25 %). Chez les clients, la proportion est également plus élevée chez les 65 ans et plus (23 %).
- Les sites Web du gouvernement du Canada (48 %) sont plus souvent privilégiés par les moins de 65 ans. C'est également le cas chez les non-clients qui sont d'anciens membres de la GRC comparativement à leurs homologues des FAC (46 % et 39 % respectivement). Parmi les clients, cette tendance est également observée chez les moins de 65 ans (67 %) et chez les hommes (57 %).
- Les moins de 65 ans (29 %) et les femmes (31 % contre 20 % des hommes) privilégient plus souvent les médias sociaux. C'est également le cas des non-clients qui sont d'anciens membres de la GRC comparativement à leurs homologues des FAC (26 % et 20 % respectivement). La tendance est la même chez les jeunes clients (67 %).
- Le courrier du gouvernement du Canada est plus susceptible d'être privilégié par les femmes (60 %) ainsi que par les personnes ayant un niveau de scolarité plus élevé (65 %) et un revenu plus élevé (62 %). Parmi les clients, cette tendance est également observée chez les moins de 65 ans (57 %) et chez les hommes (49 %).

Les sujets pour lesquels les non-clients et les clients recherchent le plus souvent des informations sont les pensions ou prestations (56 % et 60 %, respectivement), bien qu’une proportion légèrement plus élevée de non-clients recherche des informations sur les impôts (62 %), ce qui est considérablement plus élevé que ce que l’on observe dans l’échantillon des clients (43 %)⁶. Environ le tiers des deux groupes recherchent de l’information liée à la santé (34 %). Les programmes et services destinés aux anciens membres des FAC ou de la GRC intéressent 30 % des non-clients et 51 % des clients.

Graphique 1 : Sujets d’intérêt généraux



Q5NEW. Parmi les sujets suivants, sur lesquels avez-vous cherché de l’information du gouvernement du Canada au cours de la dernière année?

Base : Non-client n=1601, Client n=1020

- Les personnes âgées de moins de 65 ans sont plus susceptibles d’avoir recherché des renseignements sur les programmes et services offerts aux vétérans (36 % comparativement à 28 % des moins de 65 ans parmi les non-clients : 56 % des clients de plus de 65 ans contre 35 % de ceux de moins de 65 ans).
- Il en va de même pour les non-clients ayant un handicap (38 % contre 28 % chez les non-clients). Les non-clients qui sont d’anciens membres de la GRC ont aussi plus tendance à avoir recherché de l’information sur les programmes et services offerts aux vétérans (37 % contre 29 % chez les anciens membres des FAC).

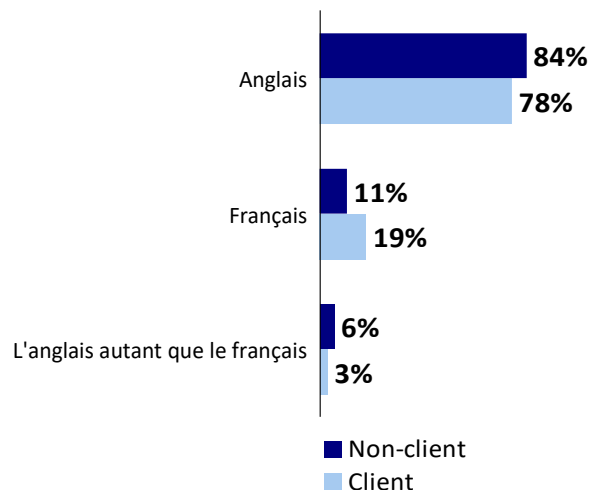
⁶ Bien que les deux échantillons aient été recueillis pendant une durée semblable, la plupart des entretiens avec des clients ont eu lieu en février, alors qu’une plus grande proportion de l’échantillon des non-clients a été prélevé en mars, ce qui est plus généralement considéré comme la « saison des impôts ».

- Les clients qui sont des hommes sont aussi plus enclins à avoir recherché ce type d'information (50 % contre 34 % des clientes).

Langue la plus souvent utilisée

Dans l'ensemble, 84 % des non-clients mentionnent l'anglais comme la langue de leur choix à la maison, tandis que cette proportion est de 78 % pour l'échantillon des clients. Onze pour cent des non-clients et 19 % des clients mentionnent le français et une faible proportion de ces deux groupes dit utiliser les deux de manière égale.

Graphique 2 : Langue la plus souvent utilisée



Q6. Des deux langues officielles du Canada, soit le français ou l'anglais, laquelle de ces langues parlez-vous le plus couramment à la maison?

Base : Non-client n=1601, Client n=1020

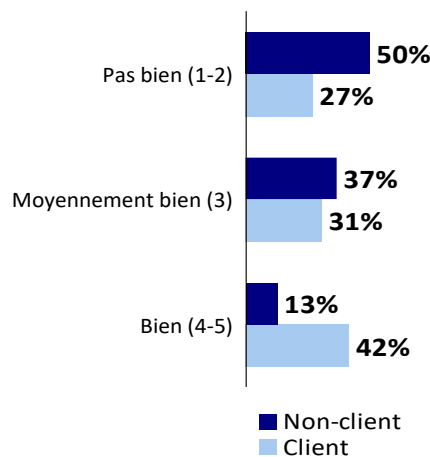
- La plupart des anglophones vivant au Québec affirment avoir accès à de l'information dans leur propre langue, tandis que certains déclarent avoir accès à de l'information dans les deux langues officielles. Toutefois, parmi les francophones vivant dans le reste du Canada, seule une faible proportion estime avoir accès à de l'information en français. Environ la moitié dit y avoir accès dans les deux langues et le tiers en anglais.
- Seul un petit nombre de clients et de non-clients des deux échantillons déclare utiliser la langue de la majorité. Parmi ce petit échantillon, la plupart soutiennent que c'est la langue qu'ils préfèrent utiliser, mais quelques-uns sont d'avis que c'est parce que c'est la langue que la plupart des gens utilisent dans leur collectivité.

Connaissance des programmes et services pour vétérans

La moitié (50 %) des non-clients affirme ne pas connaître les programmes et les services offerts aux vétérans et à leur famille. Environ un de ces répondants sur trois (37 %) les connaît moyennement et 13 % disent bien les connaître.

Les clients connaissent généralement mieux que les non-clients les programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille, quatre personnes sur dix (42 %) déclarant bien les connaître. Trente-et-un pour cent les connaissent moyennement. Le quart (27 %) des clients déclare ne pas connaître les programmes et services.

Graphique 3 : Connaissance des programmes et services pour vétérans



Q11. À quel point connaissez-vous bien les programmes et les services offerts aux vétérans et à leur famille?

Base : Non-client n=1601, Client n=1020

- Les non-clients ayant un handicap (9 %) sont moins susceptibles que ceux qui n'en ont pas (15 %) de connaître les programmes et services.
- À l'échelle régionale, les clients du Québec (51 %) sont plus enclins que ceux des autres régions, en particulier de l'Alberta (31 %), à affirmer bien connaître les programmes et les services offerts.
- Les personnes ayant fait des études universitaires (51 %) sont plus susceptibles que celles n'ayant fait que des études secondaires (37 %) ou collégiales (41 %) d'affirmer bien les connaître.
- Les anciens membres de la GRC (33 %) connaissent moins bien les programmes et services que ceux des FAC (43 %).

Deux non-clients sur trois (69 %) ne sont pas en mesure de nommer des programmes et services pour les vétérans et leur famille. Un peu plus d'un répondant sur dix (13 %) mentionne des services médicaux et de santé mentale, et la couverture associée à ces services. Une moindre proportion est en mesure de nommer les services et l'entretien de logement ou maison, ainsi que le PAAC (6 %), les prestations d'invalidité (6 %), l'aide financière et l'aide au revenu, y compris l'ajustement au coût de la vie (2 %), des mentions générales d'ACC (2 %), la carte UneFC et la reconnaissance des FC (2 %) ou d'autres programmes (8 %).

Tableau 5 : Connaissance des programmes pour vétérans et leur famille

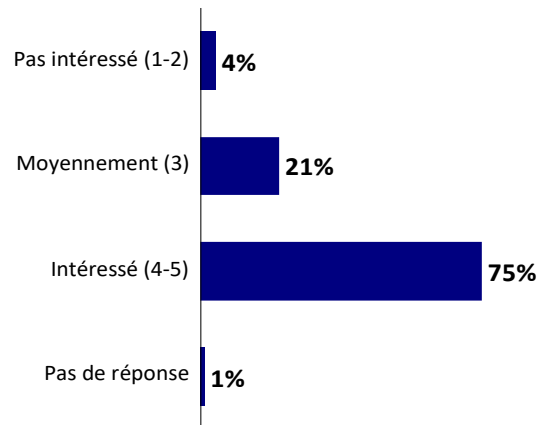
Q14. Pouvez-vous nommer des programmes et services conçus pour les vétérans et leur famille?	NON-CLIENT
<i>n=</i>	<i>1 601</i>
Services médicaux et de santé mentale, couverture	13 %
Services et entretien de logement ou maison, PAAC	6 %
Pensions d'invalidité et pensions	6 %
Aide financière, ajustement au coût de la vie	2 %
Anciens Combattants Canada	2 %
Carte UneFC, reconnaissance des FC	2 %
Autre	8 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	69 %

- Les non-clients ayant un handicap (17 %) sont plus enclins que ceux qui n'en ont pas (11 %) à mentionner les services médicaux et de santé mentale, et la couverture associée à ces services.
- Les membres de la famille de non-clients (15 %) ont plus tendance à nommer les services et l'entretien de logement ou maison.
- À l'échelle régionale, les non-clients de l'Alberta (22 %) ainsi que de la Saskatchewan et du Manitoba (20 %) sont susceptibles de mentionner une couverture médicale ou de santé mentale.

Intérêt à l'égard des programmes et services pour vétérans

La grande majorité (75 %) des non-clients dit s'intéresser aux programmes et aux services offerts aux vétérans et à leur famille, alors que 21 % s'y intéressent moyennement. Seuls 4 % ne s'intéressent pas aux programmes et services offerts.

Graphique 4 : Intérêt à l'égard des programmes et services pour vétérans



Q12. À quel point vous intéressez-vous aux programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille?

Base : Non-client n=1601

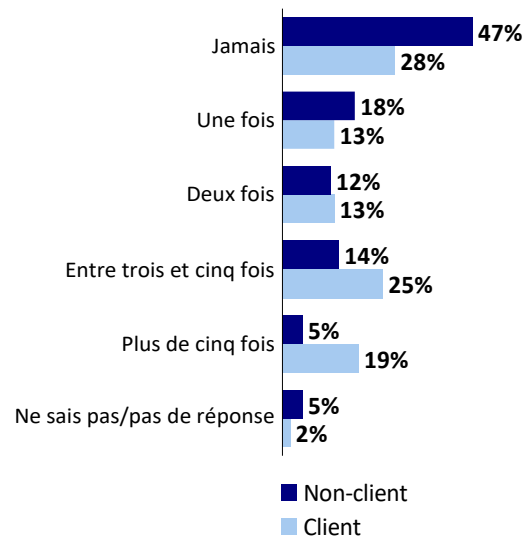
- Les non-clients ayant un handicap (85 %) sont plus susceptibles que ceux sans handicap (71 %) de manifester de l'intérêt à l'égard des programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille.
- À l'échelle régionale, les non-clients du Canada atlantique (82 %) et de la Colombie-Britannique (79 %) sont susceptibles de s'intéresser beaucoup aux programmes et services, alors que ceux du Québec ont plus tendance à ne pas s'y intéresser (58 %).

Recherche d'information

Près de la moitié (47 %) des non-clients n'a jamais recherché de l'information sur les programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille. Trois de ces répondants sur dix ont recherché des renseignements une fois (18 %) ou deux fois (12 %). Près d'une personne sur cinq a recherché des informations de trois à cinq fois (14 %) ou plus de cinq fois (5 %).

Les clients ont recherché de l'information beaucoup plus souvent au cours de la dernière année. Près d'un de ces répondants sur cinq (19 %) a recherché des renseignements plus de cinq fois et un sur quatre (25 %) de trois à cinq fois. Quand même, plus de la moitié des clients a recherché des informations une fois (13 %), deux fois (13 %) ou jamais (28 %) au cours de la dernière année.

Graphique 5 : Fréquence de la recherche d'information



Q13. Au cours de la dernière année, à quelle fréquence avez-vous recherché de l'information sur les programmes et les services offerts aux vétérans et à leur famille?

Base : Non-client n=1601, Client n=1020

- Les non-clients et les clients ayant un handicap sont plus susceptibles de dire qu'ils font plus souvent des recherches (8 % et 18 % respectivement disent en avoir fait plus de cinq fois) que ceux qui n'ont pas un handicap.
- Les clients plus jeunes ont tendance à faire des recherches plus souvent. Les non-clients âgés de moins de 65 ans (8 %) et les clients âgés de moins de 65 ans (25 %) sont plus susceptibles d'affirmer avoir fait une recherche plus de cinq fois que ceux âgés de moins de 65 ans (49 % et 45 %, respectivement, répondent « jamais »).
- Parmi les clients, les vétérans sont plus susceptibles d'avoir fait des recherches plus souvent (25 % de trois à cinq fois, 18 % plus de cinq fois) que les membres de la famille des clients (45 % répondent « jamais »).
- Les clientes (43 %), ainsi que les gens qui n'ont fait que des études secondaires (42 %) ou dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 dollars (53 %) ont plus tendance à dire qu'ils n'ont jamais recherché de renseignements au cours de l'année écoulée.

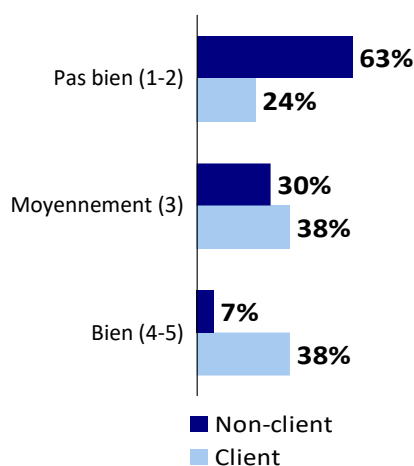
C. PROGRAMMES ET SERVICES D'ACC

Connaissance des programmes et services offerts par ACC

La plupart (63 %) des non-clients déclarent **ne pas** connaître les services et les avantages qu'offre ACC. Seuls 7 % estiment les connaître.

En comparaison, près de quatre clients sur dix (38 %) disent **bien connaître** les services et les avantages offerts par ACC et la même proportion croit les connaître moyennement. Un client sur quatre (24 %) affirme ne pas bien les connaître.

Graphique 6 : Connaissance des programmes et services offerts par ACC



Q19NEW. À quel point connaissez-vous bien les services et les avantages offerts par Anciens Combattants Canada ou ACC?

Base : Non-client n=1601, Client n=1020

- Les membres de la famille des non-clients (14 %) sont plus susceptibles que les non-clients (7 %) de dire qu'ils connaissent bien les services et avantages d'ACC.
- Les clients de moins de 65 ans (41 %) sont plus enclins que ceux de plus de 65 ans (34 %) à affirmer les connaître. C'est également le cas des clients ayant fait des études universitaires (48 %) par rapport à ceux qui n'ont fait que des études secondaires (33 %) ou collégiales (36 %).

Connaissance – Résultats des groupes de discussion

Comme dans les résultats du sondage, la plupart des non-clients qui ont participé aux groupes de discussion ont dit qu'ils ne connaissaient pas les programmes et les services d'ACC et qu'ils n'avaient jamais cherché d'information dans ce domaine. Quelques-uns ont dit qu'ils ne savaient pas qu'il y avait un site Web d'ACC. Parmi les non-clients qui avaient cherché de l'information, peu ont indiqué qu'ils connaissaient assez bien les programmes et les services d'ACC. Les clients connaissaient généralement mieux certains programmes et services offerts par ACC, mais bon nombre d'entre eux ont dit ne pas comprendre en détail ce qui est offert ou le fonctionnement des programmes (p. ex. critères d'admissibilité).

« Je ne savais même pas qu'il y avait des programmes. Je pensais que la seule chose était la Légion. » (Non-client)

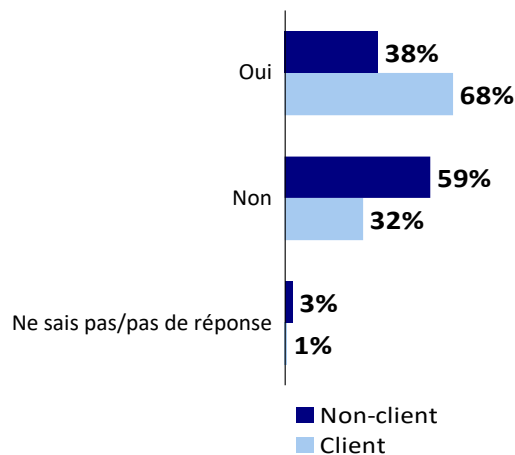
Parmi les participants ayant une certaine connaissance, l'accent était surtout mis sur les programmes de soutien aux vétérans blessés ou sur le soutien à mesure que les vétérans vieillissent. La discussion sur d'autres programmes et services, tels que ceux qui soutiennent la transition vers une carrière civile ou l'éducation, n'a été soulevée que par quelques clients participants. Quelques-uns ont précisé qu'ils considéraient les problèmes de santé mentale comme aussi valables que les blessures physiques, même si la plupart se concentraient sur les blessures physiques.

« Je me sens un peu à l'écart. Je n'ai pas été cassé donc j'ai gagné, mais j'ai perdu parce qu'il n'y a aucun avantage pour moi à l'avenir. » (Non-client)

Recherche d'information sur les programmes et services d'ACC

Parmi les non-clients, 38 % ont tenté d'en apprendre davantage sur des programmes et services d'ACC. Aussi, la fréquence est beaucoup plus élevée pour les clients d'ACC, 68 % déclarant avoir essayé de se renseigner sur les programmes et services d'ACC.

Graphique 7 : Recherche d'information sur les programmes et services d'ACC



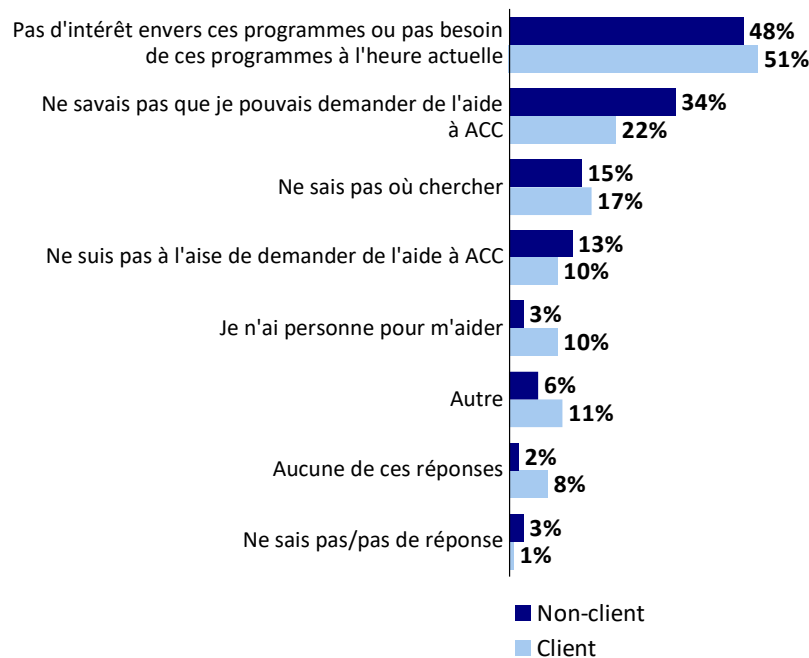
Q17. Avez-vous déjà essayé d'en apprendre davantage sur des programmes et des services d'ACC?

Base : Non-client n=1601, Client n=1020

- Les non-clients ayant un handicap (55 %) sont plus susceptibles que ceux qui n'en ont pas (32 %) de déclarer avoir recherché de l'information sur des programmes et services d'ACC. Ceux qui ont une formation universitaire (42 %) ont aussi plus tendance à avoir fait des recherches.
- Les clients vétérans (68 %) sont plus susceptibles que les membres de leur famille (44 %) d'avoir tenté de se renseigner sur des programmes et services d'ACC. Les clients plus jeunes (76 %) sont aussi plus susceptibles que ceux de plus de 65 ans (48 %) d'avoir tenté de se renseigner sur des programmes et services d'ACC. Les hommes (68 %) ont plus tendance que les femmes (48 %) à avoir essayé de se renseigner.
- La propension des clients à rechercher de l'information augmente avec le revenu et le niveau de scolarité.

Environ la moitié (48 % des non-clients et 51 % des clients) des gens qui n'ont pas tenté de se renseigner sur des programmes et services d'ACC affirme que c'est parce que ceux-ci ne les intéressent pas ou parce qu'ils n'en ont pas besoin en ce moment. Un non-client sur trois (34 %) et 22 % des clients déclarent n'avoir aucune idée qu'ils pouvaient demander de l'aide à ACC. Plus d'un répondant sur dix ne savait pas où chercher (15 % des non-clients et 17 % des clients) ou n'est pas à l'aise de demander de l'aide à ACC (13 % des non-clients et 10 % des clients). Le manque de soutien est la raison de ne pas chercher d'aide de seulement 3 % des non-clients, mais de 10 % des clients.

Graphique 8 : Raisons de ne pas rechercher d'information



Q22. Pourquoi n'avez-vous pas essayé d'en apprendre davantage sur les programmes et les services d'ACC?

Base : Non-client n=951; Client n=323

- Les non-clients du Canada atlantique sont plus susceptibles que ceux des autres régions de dire qu'ils ne sont pas à l'aise de demander de l'aide à ACC (25 %). Les résidents de la Saskatchewan et du Manitoba ont tendance à dire qu'ils n'ont personne pour les aider (12 %).
- Parmi les non-clients, les hommes ont plus tendance à dire qu'ils n'ont aucun intérêt ou qu'ils n'ont pas besoin des programmes d'ACC en ce moment (50 %), alors que les femmes sont plus susceptibles de dire qu'elles n'avaient aucune idée qu'elles pouvaient demander de l'aide à ACC.

- Les non-clients ayant un handicap sont plus susceptibles que ceux qui n'en ont pas de dire qu'ils n'avaient aucune idée qu'ils pouvaient demander du soutien (45 %), qu'ils ne savent pas où chercher (25 %) ou qu'ils ne sont pas à l'aise de demander du soutien à ACC (27 %). Les répondants qui n'ont pas de handicap ont tendance à dire qu'ils n'ont pas d'intérêt envers ces programmes ou qu'ils n'en ont pas besoin à l'heure actuelle (54 % des non-clients et 52 % des clients).
- À l'instar des non-clients, les clients du Canada atlantique sont plus susceptibles que ceux des autres régions de dire qu'ils ne sont pas à l'aise de demander de l'aide à ACC (20 %). Les clients du Québec sont plus susceptibles de dire qu'ils n'ont pas d'intérêt envers ces programmes ou qu'ils n'en ont pas besoin à l'heure actuelle (59 %), et ceux de la Colombie-Britannique sont plus enclins à dire qu'ils ne savaient pas qu'ils pouvaient demander de l'aide (39 %).
- Les clients ayant un handicap (20 %) sont plus susceptibles que ceux qui n'en ont pas (6 %) de dire qu'ils n'ont pas essayé parce qu'ils n'ont personne pour les aider.

Recherche d'information – Conclusions des groupes de discussion

Tous les clients qui ont participé aux groupes de discussion ont dit qu'ils avaient cherché de l'information sur les programmes et les services pour les vétérans. L'expérience était plus mitigée chez les non-clients. Alors que beaucoup avaient cherché de l'information, certains ne l'avaient pas fait. Selon ces participants, c'était principalement parce qu'ils n'étaient généralement pas au courant des programmes et des services offerts par ACC ou qu'ils ne ressentaient pas le besoin de communiquer avec ACC, car ils n'avaient pas de problème de santé. Parmi les non-clients qui avaient cherché les programmes et services pour les vétérans, c'était souvent en raison d'un problème de santé qu'ils avaient recherché ou demandé des avantages. Certains ont dit que c'était le résultat d'une conversation avec un autre vétéran qui recevait du soutien.

« Non, je sens vraiment que je n'en ai pas besoin pour le moment, donc je n'ai pas examiné la question. Peut-être que j'ai besoin de voir une liste plus complète de ce qu'ils font. » (Non-client)

« Les gens que je connaissais m'ont amené à m'y intéresser. Je suis allé à la Légion, je suis allé en ligne pour chercher Anciens Combattants Canada et voir ce qu'ils font. » (Non-client)

Sources d'information sur les programmes et services d'ACC

Lorsqu'ils tentent de se renseigner sur les programmes et services d'ACC, la majorité dit visiter un site Web du gouvernement du Canada (60 % des non-clients et 52 % des clients) ou mentionne Internet en général (57 % des non-clients et 63 % des clients). Les non-clients sont moins susceptibles d'indiquer le courrier du gouvernement du Canada (13 %) que les non-clients (24 %). Moins d'un répondant sur cinq mentionne un bureau de Service Canada (17 % des non-clients et 14 % des clients). Les autres sources comprennent les magazines (8 % et 5 %), les médias sociaux (8 % et 10 %), les médias en ligne (5 % et 10 %), la télévision par câble ou par satellite (4 % et 3 %), les journaux locaux imprimés (3 % et 4 %), et les bulletins de quartier ou communautaires (2 % et 4 %).

Tableau 6 : Sources d'information sur les programmes et services d'ACC

Q14NEW. À quelles sources avez-vous eu recours lorsque vous avez essayé d'en savoir sur les programmes et services d'ACC?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	605	691
Site Web du gouvernement du Canada	60 %	52 %
Internet	57 %	63 %
Bureau de Service Canada	17 %	14 %
Courrier du gouvernement du Canada	13 %	24 %
Magazines	8 %	5 %
Médias sociaux (p. ex. Facebook, Twitter, LinkedIn)	8 %	10 %
Médias en ligne	5 %	10 %
Télévision par câble ou par satellite	4 %	3 %
Journaux locaux en version imprimée	3 %	4 %
Bulletin d'une communauté ou d'un quartier	2 %	4 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	7 %	9 %

Seules les réponses dont la proportion est de deux pour cent ou plus sont montrées.

- Les non-clients âgés de moins de 65 ans (13 %) sont plus susceptibles de mentionner les médias sociaux comme source d'information que ceux âgés de plus de 65 ans (5 %).
- Les clients âgés de moins de 65 ans ont plus tendance que leurs homologues plus âgés à mentionner Internet (69 %), un site Web du gouvernement du Canada (56 %) ou les médias sociaux (13 %). Les personnes de plus de 65 ans sont plus enclines à avoir utilisé un bureau de Service Canada (22 %).
- Les personnes handicapées (28 %) sont plus susceptibles que celles qui n'ont pas de handicap (19 %) d'indiquer le courrier du gouvernement du Canada comme source.

Sources d'information – Conclusions des groupes de discussion

Les participants aux groupes de discussion qui ont cherché de l'information ont décrit une variété de sources, y compris généralement faire une recherche sur Google à partir du mot « vétéran », aller directement sur le site Web d'ACC ou accéder à leur compte Mon dossier ACC. D'autres ont dit qu'ils étaient allés à la Légion, qu'ils avaient appelé ACC, qu'ils avaient visité un bureau d'ACC ou qu'ils avaient demandé des renseignements à d'autres vétérans qu'ils connaissaient. Quelques-uns ont mentionné avoir découvert les programmes et les services par l'intermédiaire de sites de médias sociaux de groupes de vétérans. Quelques clients ont dit qu'ils s'étaient adressés à leur gestionnaire de cas pour obtenir des renseignements supplémentaires sur les programmes et les services.

« Sans conteste, j'irais à Anciens Combattants Canada. C'est logique, je taperais Anciens Combattants Canada et je ferais une recherche sur Google. » (Client)

« Il existe des moyens d'obtenir de l'aide au sein de la Légion. » (Client)

« Je suis allé au bureau local d'ACC pour me renseigner sur les programmes et j'ai ouvert un dossier pour lancer le processus de demande. Puis la COVID est arrivée, les bureaux ont fermé, et c'est tout ce que j'ai pu faire. » (Non-client)

Lorsqu'on leur a demandé où ils iraient aujourd'hui pour chercher de l'information sur les programmes et les services destinés aux vétérans, la plupart ont mentionné les mêmes sources d'information. Cependant, de nombreux participants ont mis un accent particulier sur le fait de commencer leur recherche d'information en ligne, puis de communiquer avec un représentant d'ACC ou un organisme de vétérans pour obtenir des renseignements plus détaillés.

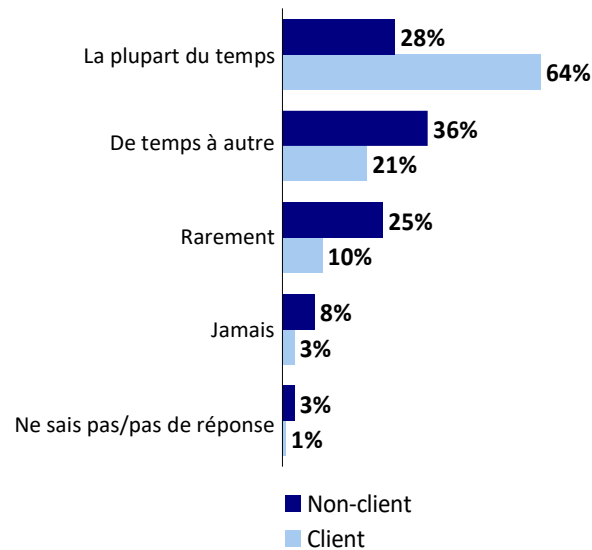
« J'ai un compte Mon dossier ACC depuis ma libération et mon gestionnaire de cas. Je reçois des courriels pour accéder à Mon dossier ACC, qui me donne des instructions pour faire certaines choses. Je trouve que le moyen le plus simple est d'accéder à Mon dossier ACC. » (Client)

« Si je n'étais pas satisfait du site Web, j'irais à la Légion. » (Non-client)

Difficultés lors de la recherche d'informations

Seuls 28 % des non-clients disent avoir été en mesure de trouver la plupart du temps l'information qu'ils recherchaient sur des programmes et services d'ACC, ce qui offre un fort contraste avec la proportion élevée de clients (64 %) qui affirment la même chose. Les non-clients sont plus susceptibles d'avoir de la difficulté à trouver des informations, un répondant sur trois déclarant ne trouver que rarement (25 %) ou jamais (8 %) les informations recherchées.

Graphique 9 : Taux de réussite lors de la recherche d'information



Q19. À quelle fréquence avez-vous été en mesure de trouver les renseignements que vous recherchez sur des programmes et des services d'ACC?

Base : Non-client n=605, Client n=691

- Parmi les non-clients, les gens qui n'ont pas un handicap (32 %) sont plus enclins que les personnes handicapées (21 %) à affirmer trouver ce qu'elles recherchent la plupart du temps.

Un non-client sur cinq (21 %) et un client sur trois (34 %) déclarent n’avoir aucun problème à trouver des informations. Parmi les difficultés qui se sont posées, les vétérans disent plus souvent qu’ils ne parviennent pas à trouver exactement ce qu’ils recherchent (43 % des non-clients et 35 % des clients). Un répondant sur cinq n’est en mesure de ne trouver aucun renseignement utile (20 % des non-clients et 21 % des clients). Moins d’une personne sur cinq ne savait pas où faire ses recherches ou qui appeler (17 % des non-clients et 15 % des clients); n’a pas compris l’information (15 % des non-clients et 17 % des clients), n’a pas été en mesure de joindre ACC au téléphone (13 %), n’a pu voir personne d’ACC en personne parce que les bureaux sont fermés en raison de la pandémie (10 % des non-clients et 13 % des clients) ou n’a pas été en mesure de joindre Service Canada au téléphone (8 % des non-clients et 10 % des clients). Moins d’un répondant sur dix signale d’autres types de problèmes.

Tableau 7 : Source de problèmes lors de la recherche d’informations

Q20. S’il y en a, quels types de problèmes avez-vous éprouvés lors de votre tentative de trouver des renseignements?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	605	691
Je n’ai pas pu trouver les renseignements exacts que je recherchais	43 %	35 %
Je n’ai pas été capable de trouver des renseignements utiles	20 %	21 %
Je ne savais pas où faire mes recherches ou qui appeler	17 %	15 %
Je n’ai pas compris l’information	15 %	17 %
Je n’ai pas été en mesure de joindre ACC au téléphone	13 %	13 %
Je n’ai pu voir personne d’ACC en personne parce que les bureaux sont fermés (pandémie)	10 %	13 %
Je n’ai pas été en mesure de joindre Service Canada au téléphone	8 %	10 %
Je n’aime pas rechercher de l’information en ligne	3 %	6 %
L’information ne semblait pas provenir d’une source fiable	3 %	8 %
Ma connexion à Internet est trop lente	2 %	4 %
Je n’ai pas accès à Internet	0 %	4 %
Autre	8 %	6 %
Je n’ai eu aucun problème	21 %	34 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	8 %	3 %

- Les non-clients de la Colombie-Britannique (33 %) sont plus susceptibles que ceux des autres régions de dire qu'ils n'ont pas été capables de trouver des renseignements utiles. Les résidents de la Saskatchewan et du Manitoba sont plus enclins à dire qu'elles ne savaient pas où faire leurs recherches ou qui appeler (33 %), ou qu'ils n'ont pu voir personne parce que les bureaux sont fermés en raison de la pandémie (24 %).
- Parmi les deux groupes, les vétérans plus jeunes ont plus tendance que les personnes de plus de 65 ans à affirmer n'avoir pas pu trouver les renseignements exacts qu'ils recherchaient (54 % des non-clients et 39 % des clients) ou qu'ils n'ont pas été capables de trouver des renseignements utiles (27 % des non-clients et 25 % des clients).
- Les non-clients ayant un handicap sont plus enclins à dire qu'ils n'ont pas pu trouver les renseignements exacts qu'ils recherchaient (49 %), qu'ils n'ont pas compris l'information (21 %) ou qu'ils n'ont pu voir personne d'ACC en personne parce que les bureaux sont fermés (16 %).
- Les clients ayant un handicap ont plus tendance que ceux qui n'en ont pas un à dire qu'ils n'ont pas été capables de trouver des renseignements utiles (25 %), qu'ils n'ont pas été en mesure de joindre ACC au téléphone (20 %) ou qu'ils n'aiment pas rechercher de l'information en ligne (12 %).
- Parmi les deux groupes, les personnes handicapées ont tendance à dire qu'elles ne savent pas où faire leurs recherches ou qui appeler (22 % des non-clients et 21 % des clients), ou que leur connexion à Internet est trop lente (4 % des non-clients et 8 % des clients).

Problèmes liés au site Web d'ACC ou à Mon dossier ACC – Résultats des groupes de discussion

Les clients et non-clients participant aux groupes de discussion ont déclaré qu'ils ne savaient pas où chercher des renseignements précis sur le site Web d'ACC et qu'ils avaient généralement de la difficulté à naviguer sur le site. Quelques-uns ont décrit devoir passer par des « couches » et « de nombreux clics » ou « descendre dans des terriers de lapin » pour trouver les renseignements précis qu'ils recherchaient. Quelques-uns ont dit qu'il y avait trop de choses à traverser sur le site Web, tandis que d'autres ont dit que, pour autant qu'ils sachent, l'information qu'ils cherchaient n'était « pas là ».

« L'information n'était pas là sur le site Web. J'ai une formation d'analyste, j'ai l'habitude de chercher de l'information, j'ai donc trouvé frustrant de ne pas pouvoir trouver les renseignements sur le site Web. » (Non-client)

« Parfois, il peut être accablant de parcourir le site. Il vous donne de l'information, puis cliquez ici et accédez à l'information, puis cliquez ici et accédez à l'information. Parfois, l'information est là, mais sous de nombreuses couches. » (Client)

« J'ai rarement trouvé les bons renseignements dont j'avais besoin, sauf si je traitais directement avec mon gestionnaire de cas. Je pense que certaines parties du site Web ne sont pas bien traduites. » (Client)

Quelques clients ont dit qu'ils n'étaient pas en mesure de trouver les formulaires précis requis pour leurs demandes ou leurs soumissions annuelles sur le site Web d'ACC. L'un d'eux en particulier a déclaré que si « vous (n'avez pas ou ne connaissez pas) le numéro de formulaire précis, vous ne le trouverez pas », décrivant le site comme trop détaillé et peu convivial pour une personne recherchant des formulaires. Quelques clients ont indiqué que le fait d'avoir un courriel de suivi avec des liens vers les formulaires précis requis serait un ajout utile à toute conversation avec les demandeurs, que ce soit sur la fonction de clavardage ou par téléphone.

« Vous devez connaître le bon numéro de formulaire pour obtenir le bon document. C'est presque comme faire vos impôts. Vous devriez être en mesure de trouver des documents en recherchant un thème général ou en parcourant une liste, comme "Reprendre des études" ou "Renseignements généraux". » (Client)

« Ce n'était pas un site Web facile à naviguer [...] pratiquement à tous les niveaux, il n'était pas conçu pour être convivial. » (Non-client)

Quelques-uns ont parlé du fait que le site Web est le principal moyen d'obtenir de l'information, mais que les vétérans âgés « n'utilisent pas d'ordinateurs » ou « ont des problèmes avec les ordinateurs », ce qui en fait une façon peu conviviale d'avoir à chercher des réponses pour ce segment de la population.

« Mon père n'a pas d'ordinateur et il a eu beaucoup de difficultés à essayer d'accéder aux programmes et aux services. Même au téléphone, il est malentendant et c'est difficile. Il est très difficile d'entrer en contact pour obtenir de l'aide. » (Non-client)

Facilité ou difficulté à trouver de l'information – Résultats des groupes de discussion

Quelques clients et non-clients participants ont décrit le processus d'obtention d'information sur les programmes et services d'ACC comme impersonnel. Les descriptions comprenaient la probabilité d'avoir de la difficulté à joindre quelqu'un à qui parler, de communiquer avec un représentant différent à chaque fois que vous appelez ou d'obtenir une explication ou une réponse différente à chaque fois. Certains ont également parlé d'« être renvoyés de l'un à l'autre » et de se faire dire assez rapidement qu'ils « n'étaient pas admissibles » ou de « laisser tomber ».

« Vous appelez le centre d'appels et n'obtenez jamais la même personne. Et vous envoyez quatre courriels et obtenez quatre personnes différentes, avec des réponses différentes. » (Client)

« C'est assez impersonnel, alors qu'en réalité, c'est une affaire personnelle. C'est difficile et les gens ont du mal. » (Client)

De nombreux clients et non-clients participants ont décrit le processus de recherche de formulaires et de remplissage des demandes comme étant inutilement alambiqué et difficile à comprendre ou à réaliser. Quelques-uns ont dit que c'était « tout simplement trop difficile » ou « plus difficile que nécessaire ». Quelques-uns ont dit qu'ils envisageaient de faire une demande pour accéder aux services, mais ont décidé que « cela n'en valait tout simplement pas la peine », ou qu'il serait « trop frustrant » d'essayer de trouver ce dont ils avaient besoin. (Cela est discuté plus en détail dans la section sur les *impressions sur l'accès aux programmes et aux services d'ACC.*)

« J'ai trouvé ce dont j'avais besoin sur les programmes disponibles, mais se renseigner sur les critères d'admissibilité est une tout autre paire de manches, c'est beaucoup plus difficile et [l'information n'est] pas toujours là. » (Non-client)

Facilité ou difficulté à comprendre l'information – Résultats des groupes de discussion

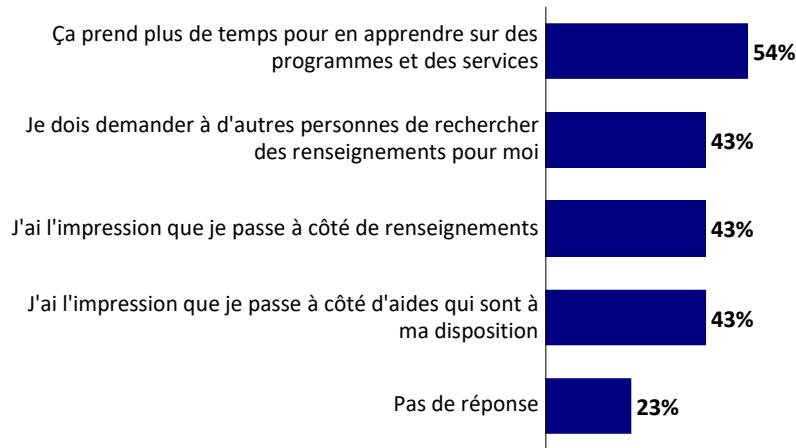
Interrogés sur la facilité ou la difficulté de comprendre l'information présentée sur le site Web, de nombreux participants ont déclaré que le texte présenté était assez simple et facile à comprendre. Cependant, la terminologie utilisée dans les formulaires et les demandes n'est souvent pas claire ou facile à comprendre. De nombreux clients et non-clients ont précisé que la difficulté consiste à essayer de comprendre ce qui est demandé, ou la meilleure façon d'y répondre de manière précise et adéquate. Plusieurs participants ont expliqué que, si vos questions ou vos besoins d'information sont élémentaires et simples, l'information présentée sur le site Web est en grande partie facile à comprendre. Si, toutefois, vos questions ou vos besoins d'information sont plus complexes (par exemple, liés à une blessure ou à une circonstance particulière), il peut être assez difficile de comprendre ce qui est demandé.

« Le langage pourrait être un peu simplifié. [C'est] écrit de manière à « couvrir vos arrières », pour donner des renseignements, mais pas pour donner de faux espoirs à quelqu'un.. » (Non-client)

« Il y a tellement de couches qu'il est difficile de trouver quelqu'un pour déterminer une blessure partielle. Ces choses ne sont pas claires du tout. Mon problème est du côté médical, je ne sais pas comment ces formulaires doivent être remplis. Je ne connais pas le jargon médical ni les mots clés nécessaires. J'ai finalement trouvé un nouveau médecin de famille et j'ai fait une demande de pension à ACC. » (Client)

Diverses conséquences sont constatées par les clients qui n'ont pas un accès fiable à Internet. Plus de la moitié (54 %) croit qu'il faut plus de temps pour en apprendre sur des programmes et services. Plus de quatre personnes sur dix (43 %) déclarent avoir dû demander à d'autres personnes de trouver des informations, ou encore avoir l'impression de passer à côté d'informations et d'aides offertes. Environ un répondant sur quatre (23 %) n'est pas sûr.

Graphique 10 : Conséquences d'une recherche sans succès



Q21. Comment le fait de ne pas pouvoir accéder entièrement à Internet a-t-il une incidence sur votre capacité de vous renseigner sur les programmes et les services d'ACC?

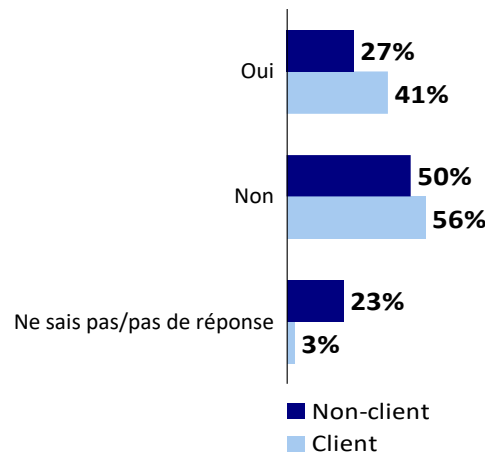
Base : Client n=69

- Les clients âgés de moins de 65 ans (66 %) sont plus susceptibles que les personnes âgées (43 %) de ne pas avoir accès à Internet, ce qui fait qu'il faut plus de temps pour en apprendre sur les programmes et services.

Aide pour trouver de l'information

La moitié ou plus des répondants (50 % des non-clients et 56 % des clients) affirme n'avoir eu besoin de personne d'ACC ou d'un autre organisme pour vétérans pour trouver ou consulter des renseignements sur des programmes et services. Beaucoup moins de non-clients (27 %) que de clients (41 %) estiment avoir eu besoin d'aide.

Graphique 11 : Besoin d'aide pour trouver de l'information



Q22b. Avez-vous l'impression d'avoir besoin de quelqu'un d'ACC ou d'une autre organisation pour vétérans pour vous aider à trouver ou à consulter des renseignements sur des programmes et des services?

Base : Non-client n=1133, Client n=400

- Les non-clients du Québec (36 %) sont plus susceptibles de dire qu'ils ont eu besoin de quelqu'un pour trouver de l'information, alors que ceux de l'Ontario (23 %) ont moins tendance à le dire.
- La probabilité que quelqu'un ait besoin d'aide pour trouver de l'information diminue avec le niveau de scolarité et avec le revenu. Les non-clients qui ont fait des études universitaires (57 %) ou dont le revenu est supérieur à 80 000 dollars (55 %) ont plus tendance à dire qu'ils n'ont pas eu besoin d'aide.
- Les non-clients ayant un handicap (44 %) sont plus susceptibles que les non-clients ayant un handicap (23 %) de déclarer avoir eu besoin de quelqu'un pour trouver ou consulter des renseignements sur des programmes et services.
- Parmi les clients, les hommes (46 %), les jeunes (49 %) et les résidents de zones rurales (49 %) sont plus enclins à dire qu'ils ont eu besoin d'aide.

Préférence pour avoir quelqu'un pour aider – Résultats des groupes de discussion

Comme il a été mentionné précédemment, presque tous les participants aux groupes de discussion ont dit qu'ils aimeraient avoir l'occasion de parler à quelqu'un lorsqu'ils recherchent de l'information ou présentent une demande de participation aux programmes et services d'ACC. Cela comprenait l'obtention de réponses à des questions précises, ainsi que, en général, le passage en revue des programmes, des critères d'admissibilité, du processus de demande et d'autres éléments faisant partie des interactions avec ACC. Certains ont décrit une préférence pour parcourir le site Web eux-mêmes dans un premier temps, avec la possibilité de parler à quelqu'un dans un deuxième temps, au besoin. Cependant, la plupart ont déclaré qu'ils préféreraient s'adresser directement à quelqu'un qui pourrait leur expliquer les programmes et les services et les détails pertinents, ainsi que répondre à des questions précises. Ils ont dit que soit le site Web est trop compliqué; ils n'ont pas l'impression d'obtenir les renseignements dont ils ont besoin sur le site; ils ne comprennent pas ce qu'ils lisent sur le site; soit il ne décrit pas adéquatement leur situation particulière. Par conséquent, ils préfèrent avoir une conversation directe avec quelqu'un.

« J'irais en personne au bureau. Je n'ai pas regardé le site Web. Je suis facilement frustré. » (Non-client)

« Je préfère traiter directement avec les gens. Je n'aime pas les médias sociaux ou les systèmes téléphoniques automatisés. Il est difficile d'obtenir des réponses aux questions sans parler avec un vrai humain. Il y a des questions propres à chacun qui [ne sont pas] couvertes sur un site Web à large spectre. (Client)

Certains clients participants ont dit qu'ils ont, ou aimeraient avoir, un gestionnaire de cas pour leur expliquer les choses, répondre à des questions précises, leur parler des programmes et services auxquels ils seraient admissibles, et les aider tout au long du processus de demande pour s'assurer qu'ils sont sur la bonne voie. Certains clients et non-clients ont parlé de la Légion comme d'un bon endroit pour obtenir de l'information sur les programmes d'ACC et aussi sur la façon de remplir avec succès les formulaires de demande. Quelques clients ont fourni des exemples d'officiers d'entraide de la Légion les guidant tout au long de ce processus. Les participants ont souligné l'avantage de parler avec quelqu'un qui a une compréhension détaillée des programmes et des services, des critères d'admissibilité et des exigences de demande pour leur expliquer, les guider et, dans certains cas, les défendre dans le processus de demande (c.-à-d. avoir une personne de soutien personnel à vos côtés). Quelques-uns ont dit précisément qu'ils avaient besoin ou auraient besoin d'aide pour remplir les formulaires et comptaient sur quelqu'un pour les soutenir dans cette partie du processus.

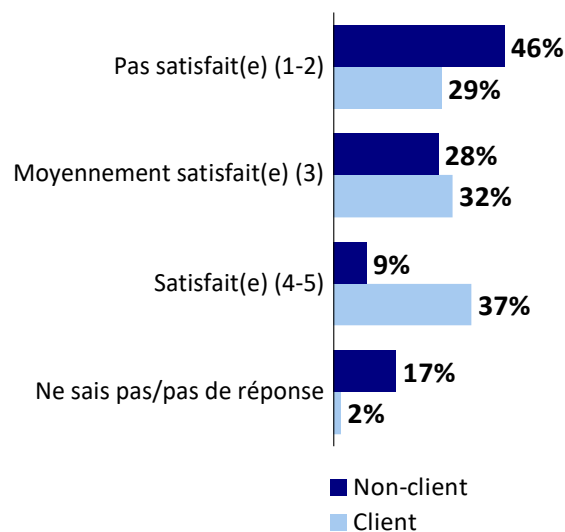
« Je n'avais aucune idée de la façon de trouver l'information que je cherchais, mais heureusement, ACC avait un gestionnaire de cas qui a pu m'aider. (Client)

« Je contacterais d'abord l'Association nationale des retraités fédéraux et ils pourront vous indiquer d'autres endroits où aller. La Légion serait une possibilité. Aller vers d'autres vétérans capables de m'orienter. » (Non-client)

Satisfaction à l'égard de l'information

Plus d'un client sur trois (37 %) est satisfait de la façon dont ACC les informe sur les programmes et services pertinents, et 32 % sont moyennement satisfaits. En comparaison, près de la moitié des non-clients (46 %) se dit insatisfaite dans ce domaine.

Graphique 12 : Satisfaction à l'égard de l'information



Q25. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la façon dont ACC vous informe sur les programmes et les services pertinents?

Base : Non-client n=605; Client n=691

- Parmi les deux groupes, les moins de 65 ans (53 % des non-clients et 33 % des clients) ont tendance à être insatisfaits de la façon dont ACC les informe sur les programmes pertinents.

- Les non-clients ayant un handicap (53 %) sont plus susceptibles de dire qu'ils sont insatisfaits.
- Les clients qui sont d'anciens membres des FAC sont plus souvent satisfaits (39 %) que leurs homologues de la GRC (30 %).

D. SITE WEB D'ACC ET AUTRES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES

Parmi les non-clients et les clients, le site Web d'ACC est plus souvent considéré comme la meilleure façon de se renseigner sur les programmes et services d'ACC (58 % des non-clients et 53 % des clients). Un appel à ACC est une approche que privilégie le tiers des non-clients (33 %) et la moitié des clients (49 %). Mon dossier ACC ne fait pas souvent l'objet de mentions par les non-clients comme un moyen privilégié d'obtenir des informations (16 %), mais figure parmi les trois plus populaires pour les clients (43 %). Les autres choix assez populaires sont le bouche-à-oreille (25 % des non-clients et 33 % des clients), le recours à la Légion (21 % et 18 %, respectivement) et les visites en personne au bureau d'ACC (16 % des non-clients et 24 % des clients). D'autres options sont citées moins souvent.

Tableau 8 : Meilleure méthode pour en savoir plus sur les programmes et services d'ACC

Q26. À votre avis, quelle est la meilleure façon de vous renseigner sur les programmes et les services d'ACC?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	1601	1020
Par le site Web d'ACC	58 %	53 %
Appel à ACC, conversation avec un agent d'ACC	33 %	49 %
Bouche-à-oreille (amis, famille, anciens collègues, etc.)	25 %	33 %
Par le biais d'une légion	21 %	18 %
Par le biais de Service Canada	20 %	10 %
Mon dossier ACC	16 %	43 %
En me rendant en personne au bureau d'ACC (lors de la réouverture)	16 %	24 %
Communautés en ligne, comme des médias sociaux, des blogues ou des clavardoirs	8 %	15 %
Réunions en personne, tables rondes	5 %	15 %
Bulletins en ligne	1 %	0 %
Aucune de ces réponses	1 %	2 %
Autre	5 %	11 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	9 %	2 %

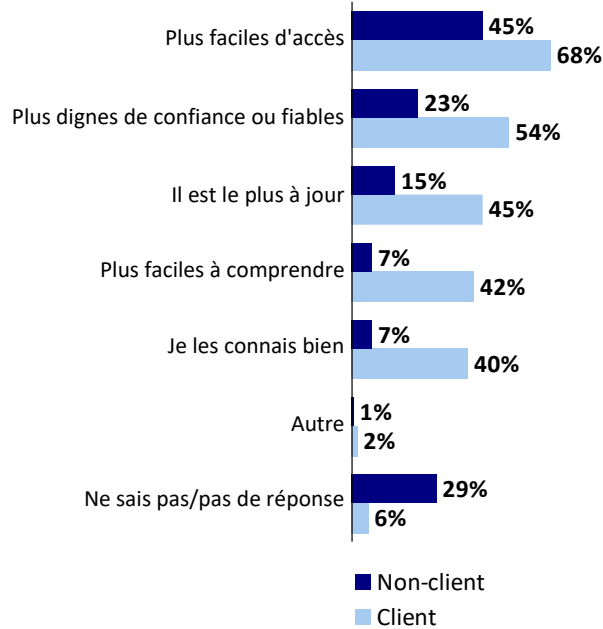
- Parmi les non-clients, les résidents de l'Ontario sont plus susceptibles que les autres résidents du pays de consulter le site Web d'ACC (61 %). C'est également le cas des gens qui ont un niveau de scolarité plus élevée (65 %) et un revenu plus élevé (64 %).
- Les résidents du Québec sont plus susceptibles que ceux des autres régions du pays d'utiliser Mon dossier ACC (27 %), tout comme les gens âgés de moins de 65 ans (21 %) par

- rapport aux 65 ans et plus (14 %), les personnes handicapées (20 %) par rapport aux personnes sans handicap (15 %), ainsi que les anciens membres de la GRC (21 %) comparativement aux anciens membres des FAC (15 %).
- Le fait d'appeler ACC est plus souvent l'approche que privilégient les membres de la famille d'un vétéran (45 %) et les gens qui ont fait des études universitaires (38 %).
 - Le recours à la Légion est davantage privilégié par les non-clients qui ont 65 ans ou plus, par 23 % de ceux dont le revenu annuel du ménage est le plus bas (moins de 40 000 dollars : 34 %), ainsi que par les anciens membres des FAC (23 % contre 12 % chez les anciens membres de la GRC).
 - Parmi les clients, le site Web (49 %) et Mon dossier ACC (42 %) sont plus souvent privilégiés chez les vétérans que chez les membres de leur famille, tendance qui est également observée chez les répondants plus âgés par rapport aux répondants plus jeunes, ainsi que chez les hommes par rapport aux femmes.
 - Les anciens membres des FAC sont plus susceptibles de préférer appeler ACC (50 % par rapport à 36 % pour les anciens membres de la GRC), d'utiliser le bouche-à-oreille (35 % par rapport à 25 %), de se rendre à un bureau d'ACC (24 % par rapport à 17 %) et d'avoir recours à la Légion (21 % par rapport à 11 %).

Raisons d'utiliser le site Web d'ACC

Parmi les répondants qui choisissent d'utiliser le site Web d'ACC pour trouver de l'information sur des programmes et services d'ACC, la facilité d'accès est la raison la plus importante de cette décision, particulièrement chez les clients (68 %), mais aussi chez les non-clients (45 %). La confiance et la fiabilité de la source sont une autre raison clé selon 54 % des clients, quoique cette proportion ne soit que de 23 % dans l'échantillon des non-clients. Une forte proportion de clients utilise le site Web parce qu'il s'agit probablement de la source la plus à jour (45 %) et la plus facile à comprendre (42 %), et parce que c'est celle qu'elle connaît le mieux (40 %). En comparaison, très peu de non-clients mentionnent ces raisons pour expliquer leur utilisation du site Web. En fait, 29 % déclarent ne pas savoir pourquoi ils utilisent le site Web.

Graphique 13 : Raisons d'utiliser le site Web d'ACC



Q27. Qu'est-ce qui fait du site Web d'ACC une source privilégiée?

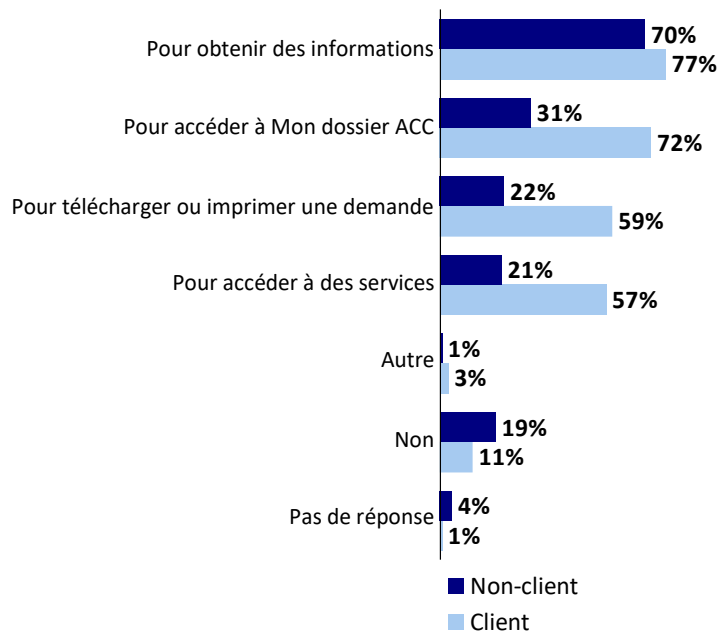
Base : Non-client n=924; Client n=535

- Parmi les non-clients, les hommes (47 %) sont plus susceptibles que les femmes (33 %) de dire qu'il s'agit de la source la plus facile d'accès. C'est également plus souvent le cas chez les personnes qui ont fait des études universitaires (49 %) et chez celles dont le revenu annuel du ménage est plus élevé (49 % de celles dont il est de 120 000 dollars ou plus) que chez celles dont le niveau de scolarité et le revenu sont inférieurs.
- Les résidents de l'Ontario (27 %) sont plus enclins que les résidents des autres régions du pays à dire qu'il est plus fiable, ce qui est aussi plus souvent le cas chez les anciens membres de la GRC (30 %) que chez leurs homologues des FAC (21 %).
- Parmi les clients, la facilité d'accès (71 %) et la fiabilité (56 %) sont plus souvent mentionnées par les moins de 65 ans que par les clients plus âgés (61 % et 46 %, respectivement).

Utilisations du site Web

Parmi les répondants qui disent utiliser le site Web d'ACC, aussi bien les non-clients que les clients y ont recours pour obtenir des renseignements (70 % et 77 %, respectivement). Toutefois, les non-clients ont beaucoup moins tendance que les clients à y avoir recours pour accéder à Mon dossier ACC (31 % par rapport à 72 % des clients), pour télécharger ou imprimer une demande (22 % par rapport à 59 % des clients) ou pour accéder à des services (21 % par rapport à 57 % des clients).

Graphique 14 : Utilisation du site Web de l'ACC



Q32. Avez-vous déjà visité le site Web d'ACC, veterans.gc.ca, pour l'une des raisons suivantes?

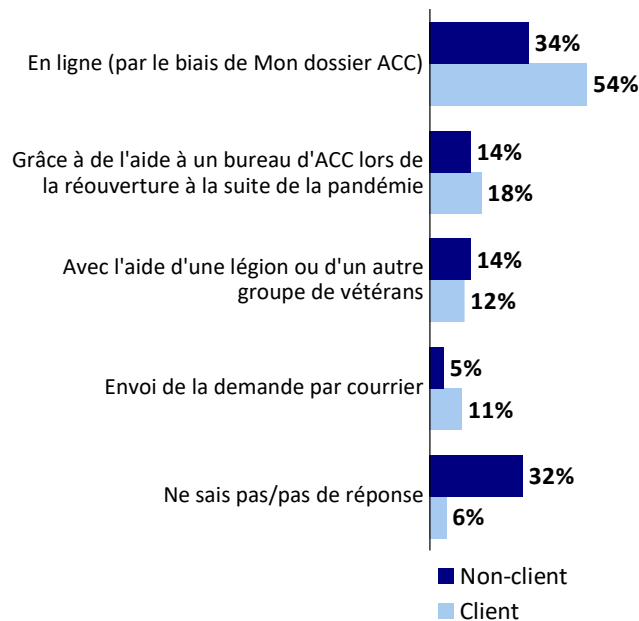
Base : Non-client n=650; Client n=697

- Parmi les non-clients, les moins de 65 ans sont plus susceptibles que les autres vétérans de l'utiliser pour accéder à Mon dossier ACC (43 %). Les anciens membres de la GRC sont plus susceptibles que leurs homologues des FAC de l'utiliser pour accéder à des services (31 % contre 19 %).
- Parmi les clients de moins de 65 ans, les hommes et les vétérans dont le revenu annuel du ménage est le plus élevé sont plus enclins que les répondants de plus de 65 ans, les femmes et les gens dont le revenu annuel du ménage est inférieur à 80 000 dollars à accéder au site Web pour obtenir de l'information, pour accéder à Mon dossier ACC, pour télécharger ou imprimer une demande et pour accéder à des services.

Méthode privilégiée pour demander des services

Lorsque vient le temps de nommer la méthode qu'ils privilégient pour présenter une demande de programmes et de services, un non-client sur trois (34 %) déclare préférer le faire en ligne, bien que la proportion soit considérablement plus élevée parmi les clients (54 %). Quatorze pour cent des non-clients préfèrent se rendre à un bureau d'ACC ou obtenir de l'aide de la Légion, et la proportion est semblable chez les clients (18 % et 12 %, respectivement). Assez peu de non-clients (5 %) préfèrent présenter une demande par courrier, bien que ce soit également le cas pour 11 % des clients.

Graphique 15 : Méthode privilégiée pour demander des services



Q31NEW. Quelle est votre méthode préférée pour présenter une demande de programmes et de services?

Base : Non-client n=1 601, Client n=1 020

- Parmi les non-clients, les moins de 65 ans sont plus susceptibles de présenter une demande en ligne par l'intermédiaire de Mon dossier ACC (47 %), comparativement à 30 % parmi les vétérans plus âgés, qui sont plus susceptibles de préférer recourir à la Légion ou à un autre groupe (17 % contre 9 % chez les moins de 65 ans). Les personnes handicapées sont également plus susceptibles de préférer passer par la Légion ou par un autre groupe (20 %) que les autres clients.
- La Légion ou d'autres organisations pour vétérans sont aussi plus souvent privilégiées en Alberta (24 %) que dans les autres régions du pays, ainsi que par les répondants dont le niveau de scolarité est plus bas (19 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires) et dont le revenu annuel du ménage est inférieur (31 % de ceux qui gagnent 40 000 dollars ou moins).
- Chez les clients, la tendance selon l'âge est semblable : les moins de 65 ans préfèrent plus souvent les services en ligne (68 % contre 28 % chez les répondants plus âgés).
- Les hommes préfèrent aussi aller en ligne (53 % contre 32 % des femmes), tout comme les gens dont le niveau de scolarité est plus élevé (60 %) et dont le revenu annuel du ménage est plus élevé (69 %). C'est également le cas chez les clients qui sont d'anciens membres de la GRC (58 % contre 45 % pour leurs homologues des FAC).
- Les clients âgés de 65 ans ou plus préfèrent plus souvent que les répondants plus jeunes déposer leur demande par courrier (21 %) ou passer par un groupe de vétérans (19 %). C'est également le cas pour les clients qui sont d'anciens membres des FAC (16 % contre 10 % pour leurs homologues de la GRC).

Médias sociaux

Des proportions à peu près égales de non-clients (12 %) et de clients (15 %) utilisent les médias sociaux. Parmi ceux qui le font, Facebook est de loin la plate-forme la plus populaire, environ trois utilisateurs de médias sociaux sur quatre (74 % des non-clients et 79 % des clients) la mentionnant comme leur choix pour obtenir de l'information sur les programmes et services d'ACC. Par rapport aux clients, une proportion plus élevée de non-clients utilise LinkedIn (14 %) ou Twitter (12 %), mais le taux d'utilisation reste faible.

Tableau 9 : Médias sociaux utilisés

Q28. Avez-vous déjà utilisé des réseaux sociaux pour en apprendre davantage sur des programmes et des services d'ACC?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	1601	1020
Oui	12 %	15 %
Q29. Quelles plates-formes de médias sociaux avez-vous utilisées pour en apprendre davantage sur des programmes et des services d'ACC?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	197	155
Facebook	74 %	79 %
LinkedIn	14 %	5 %
Twitter	12 %	8 %
YouTube	10 %	7 %
Instagram	4 %	6 %
Autre	16 %	15 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	6 %	5 %

- Les moins de 65 ans sont plus susceptibles que les personnes âgées d'affirmer avoir recours à des médias sociaux (19 % chez les non-clients et 21 % chez les clients). En conséquence, ceux qui déclarent des revenus plus élevés sont aussi plus susceptibles de déclarer les utiliser.
- Parmi les non-clients, les anciens membres de la GRC ont également plus tendance à les utiliser (18 % contre 11 % chez les anciens membres des FAC).

Parmi les 12 % des non-clients et les 15 % des clients utilisant des médias sociaux, un peu plus du tiers consultent des comptes de médias sociaux d'une organisation de vétérans (35 % des non-clients et 39 % des clients). Toutefois, un peu plus de la moitié des clients (55 %) ont visité une page de médias sociaux d'ACC, comparativement à 27 % des non-clients qui utilisent des médias

sociaux. La même proportion a visité une page des FAC (27 %) ou une page de la GRC (26 %). La proportion de répondants qui visitent une page des FAC est un peu plus élevée chez les clients (32 %), bien que quelques-uns aient visité une page de la GRC (8 %). Certains répondants (14 % des non-clients et 23 % des clients) ont aussi visité une page du Centre de ressources pour les familles des militaires (CRFM). Près d'un répondant sur cinq (17 % des non-clients et 19 % des clients) n'a visité aucune de ces pages.

Encore une fois, les utilisateurs des médias sociaux font majoritairement référence à Facebook comme source, aussi bien les non-clients (53 %) que les clients (78 %). Peu d'autres sources sont signalées pour les autres plates-formes.

Tableau 10 : Visite de médias sociaux

Q30. Avez-vous visité une page de médias sociaux appartenant à l'une ou l'autre des organisations suivantes pour rechercher de l'information sur des programmes et des services d'ACC?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	197	155
Organisation de vétérans	35 %	39 %
ACC	27 %	55 %
FAC	27 %	32 %
GRC	26 %	8 %
Centre de ressources pour les familles des militaires	14 %	23 %
Autre	4 %	3 %
Aucune de ces réponses	17 %	19 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	8 %	1 %
Q31. Quels réseaux sociaux d'ACC avez-vous visités le plus souvent pour vous renseigner sur des programmes et des services d'ACC?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	99	80
Facebook	53 %	78 %
LinkedIn	13 %	8 %
Twitter	10 %	9 %
YouTube	10 %	4 %
Instagram	2 %	8 %
Autre	13 %	9 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	26 %	11 %

Utilisation des médias sociaux – Résultats des groupes de discussion

Conformément à la faible utilisation déclarée des médias sociaux par les vétérans, dans le sondage, concernant l'information du gouvernement du Canada, peu de participants aux groupes de discussion ont déclaré utiliser les médias sociaux à ces fins. Conformément également aux résultats du sondage, il y avait peu de différence entre les clients et les non-clients.

« Non, je n'utilise pas les réseaux sociaux. Je n'ai pas confiance dans l'utilisation des réseaux sociaux. » (Non-client)

La majorité des participants aux groupes de discussion ont déclaré qu'ils n'utilisaient pas du tout les médias sociaux, en particulier les participants plus âgés, tandis que certains participants plus jeunes ont déclaré les utiliser. Parmi ceux qui ont déclaré utiliser les médias sociaux, ils le font généralement à des fins sociales, pour rester en contact avec les amis et la famille. Quelques participants ont dit qu'ils les utilisaient comme un outil pour interagir avec la communauté élargie des vétérans, par exemple en participant à des groupes Facebook liés à leur propre carrière ou à leurs domaines d'intérêt.

« Je vais sur les médias sociaux, c'est un endroit où je me sens en sécurité pour poser des questions. J'appartiens à au moins quatre groupes de médias sociaux différents. » (Client)

Quelques participants ont dit qu'ils suivent ACC sur les médias sociaux ou qu'ils l'auraient fait s'ils l'avaient su. Ceux qui souhaitaient suivre ACC sur les médias sociaux ont déclaré que cela pourrait les aider à mieux connaître les programmes et services d'ACC, à promouvoir tout changement aux programmes et services ou à inciter les vétérans à rechercher plus d'information sur le site Web ou à créer un compte Mon dossier ACC.

« ACC, il y a un certain temps, [les médias sociaux] c'est là que j'ai vu le numéro de la ligne d'assistance pour la première fois et cela a retenu mon attention et j'ai pensé que je passerais peut-être un appel. Il y a un lien, mais pas d'information. » (Client)

Quelques-uns ont averti qu'ils aimeraient utiliser les médias sociaux comme source d'information sur les programmes et les services d'ACC, mais que l'information doit être utile, destinée à aider à simplifier le processus pour les vétérans et ne pas sembler faire de l'autopromotion ou de la « propagande ».

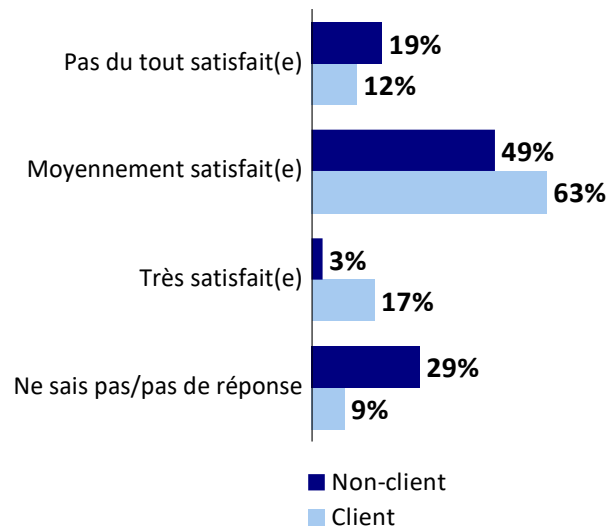
« Ils prétendent être sur les médias sociaux. Je suis sur Facebook. Ils ont leur Le Canada se souvient. Ils sont un peu sur Instagram. Et LinkedIn est comme une page Web d'entreprise, je ne sais pas trop ce que vous devriez faire là-bas. C'est de la simple propagande poussée. » (Non-client)

À l'inverse, quelques-uns ont déclaré qu'ils trouvaient généralement que les médias sociaux n'étaient pas une source fiable et qu'ils ne feraient pas confiance à l'information fournie par cette voie. Ces participants ont estimé qu'il est trop facile de pirater des comptes pour produire de l'information frauduleuse ou qu'il est généralement difficile de distinguer ce qui est un compte autorisé ou authentique. Quelques participants ont indiqué qu'ils étaient membres de groupes Facebook de vétérans qui sont devenus trop politiques ou peu dignes de confiance ou ont déclenché des émotions difficiles à gérer pour eux, et par conséquent, ils se sont retirés du groupe.

« J'ai été sur des groupes Facebook, mais j'ai dû les quitter, parce que c'était difficile [entendre les problèmes d'autres vétérans]. » (Clients)

La satisfaction des utilisateurs des médias sociaux à l'égard de l'information obtenue dans des médias sociaux est moyenne (49 % chez les non-clients, mais 63 % chez les clients). Une proportion plus élevée des non-clients qui utilisent les médias sociaux n'est pas du tout satisfaite (19 %), ou affirme ne pas savoir (29 %). Seuls 3 % sont satisfaits. En comparaison, bien que toujours faible, 17 % des clients qui ont recours aux médias sociaux se disent satisfaits.

Graphique 16 : Satisfaction à l'égard des médias sociaux comme source d'information



Q37NEW. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de l'information que vous recevez sur les réseaux sociaux d'ACC?

Base : Non-client n=197; Client n=155

- Il n'y a pas de différence significative entre les segments des non-clients et des clients lorsqu'il s'agit de satisfaction à l'égard de l'information partagée dans les médias sociaux.

Utilisation des bulletins électroniques – Résultats des groupes de discussion

Très peu de participants aux groupes de discussion ont déclaré avoir reçu ou avoir pris connaissance du bulletin électronique d'ACC, *Salut!*. Certains ont dit qu'ils recevaient des bulletins électroniques d'autres sources, notamment du gouvernement du Canada, de l'Association nationale des retraités fédéraux, de la GRC et de la Légion. Ces participants ont indiqué qu'ils avaient choisi de recevoir ces autres bulletins électroniques, qu'ils trouvaient utiles pour se renseigner sur les sujets connexes. De plus, ces participants ont déclaré que l'avantage des bulletins électroniques est que vous pouvez les archiver dans votre boîte de réception pour consultation future. Quelques-uns ont dit qu'ils n'aimaient généralement pas les bulletins électroniques et estimaient qu'ils encombraient inutilement le courriel ou qu'ils ne les lisaient généralement pas.

« Les bulletins électroniques sont bons pour moi personnellement. J'en reçois beaucoup et ils ont des liens vers des choses intéressantes. Je n'ai pas entendu parler de *Salut!* » (Non-client)

« Oui, j'adore les bulletins électroniques présentant des titres afin que je puisse voir l'organisation et en lire plus quand je veux plus d'information. » (Non-client)

« Oh mon Dieu, non. Je reçois tellement de courriels que je ne me donne pas la peine de lire les bulletins. » (Client)

Cependant, la plupart des participants aux groupes de discussion ont dit qu'ils aimeraient recevoir un bulletin électronique d'ACC pour communiquer des renseignements sur les programmes et les services. Ces participants ont déclaré que, dans l'idéal, le bulletin électronique mettrait en évidence tout changement apporté aux programmes et aux services. Quelques-uns ont dit qu'il serait avantageux de présenter un programme d'ACC dans chaque bulletin électronique et de donner un exemple des personnes admissibles et de la façon de présenter une demande, peut-être avec un exemple réel d'un vétéran.

« Je pense qu'il serait utile d'avoir un bulletin pour mettre les gens en contact avec le site Web. Je m'abonnerais à un bulletin d'ACC. » (Non-client)

« S'ils communiquent un changement dans un programme, ou si c'est quelque chose qui vous concernerait, quelque chose de court et concis avec "voici quelque chose qui pourrait vous intéresser". » (Client)

Quelques-uns ont averti que le bulletin devrait être concis et ne contenir que des renseignements utiles aux vétérans, et éviter tout contenu d'autopromotion concernant ACC. Ces participants ont déclaré qu'ils auraient tendance à ignorer toute publication trop longue ou non utile ou pratique pour eux. Quelques participants estiment qu'avec la technologie d'aujourd'hui, les bulletins peuvent être personnalisés pour être utiles pour le destinataire.

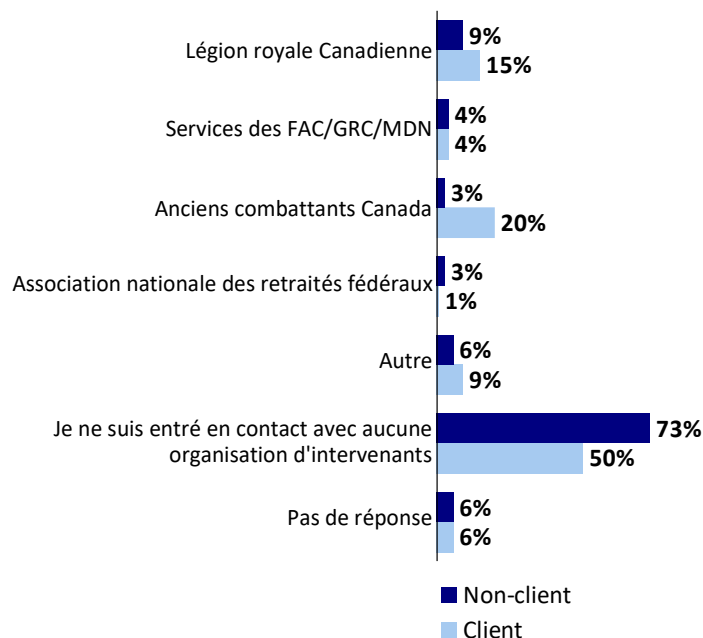
« J'aimerais en recevoir un d'ACC s'il est utile et limité aux nouvelles informations, mais s'il devenait trop chargé d'information et trop fréquent, je le supprimerais. Cela devient lourd et vous le supprimez. »
(Non-client)

« J'ai lu *Salut!*, mais ce n'est pas personnalisé. Cela ne veut rien dire pour moi [personnellement], c'est juste de la lecture. » (Client)

E. PRISE DE CONTACT AVEC ACC

Les clients et les non-clients devaient également répondre à des questions sur les autres organisations de vétérans qu'ils ont utilisées pour en savoir plus sur les programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille. Seuls 21 % des non-clients évoquent une autre de ces organisations, laquelle est le plus souvent la Légion (9 %). Un peu moins de la moitié des clients (44 %) déclare avoir travaillé avec une organisation, mentionnant le plus souvent ACC (20 %) ou la Légion (15 %).

Graphique 17 : Autres organisations de vétérans utilisées pour obtenir de l'information



Q34. Avec quelles organisations (le cas échéant) êtes-vous entré en contact pour en savoir plus sur les programmes et services à l'intention des vétérans et de leur famille?

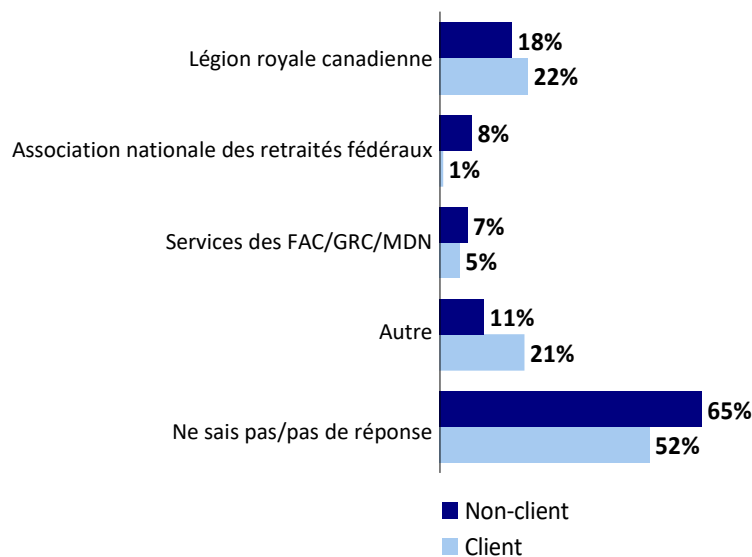
Base : Non-client n=1601; Client n=1020

- Il n'y a pas de différence significative entre les segments des non-clients lorsqu'il s'agit d'organismes avec lesquels ils sont entrés en contact. Toutefois, parmi les clients, la Légion est plus populaire chez les résidents de l'Ontario (22 %) et chez les gens âgés de plus de 65 ans (19 %).

Meilleurs organismes pour partager de l'information

La Légion est également décrite comme la meilleure organisation avec laquelle ACC a travaillé pour partager de l'information sur ses programmes et services (18 % des non-clients et 22 % des clients). Toutefois, la grande majorité des deux groupes ne savent pas avec qui communiquer (65 % des non-clients et 52 % des clients). Les services de l'ANRF (8 %), des FAC, de la GRC et du ministère de la Défense nationale (7 %) font également l'objet de mentions par de faibles proportions de non-clients.

Graphique 18 : Meilleurs organismes pour partager de l'information



Q35. À votre avis, quels groupes sont les meilleurs avec qui ACC pourrait collaborer afin de partager des renseignements sur ses programmes et ses services?

Base : Non-client n=1601, Client n=1020

- Parmi les clients, les hommes (23 %) sont plus susceptibles que les femmes (15 %) de citer la Légion, ce qui est également le cas pour les non-clients (19 % des hommes et 13 % des femmes).
- Les clients ayant un handicap (24 %) sont également plus susceptibles de mentionner la Légion que les autres clients (18 %).
- Parmi les non-clients, les répondants âgés de plus de 65 ans (19 %) mentionnent la Légion plus souvent que les personnes âgées de moins de 65 ans (14 %).

Meilleures façons de communiquer de l'information aux vétérans – Résultats des groupes de discussion

À la suite de discussions sur l'importance d'avoir de l'information, les sources et les approches préférées, ainsi que le moment de la réception de l'information, les participants ont été interrogés sur la meilleure façon de leur communiquer cette information. Un thème commun était de recevoir l'information grâce à l'aide d'une personne ou d'un groupe, y compris un gestionnaire de cas d'ACC, un officier d'entraide de la Légion ou un autre groupe de vétérans, ou par l'intermédiaire de groupes de pairs. La présentation tôt de l'information et l'établissement d'une relation par ACC avant que les membres ne soient libérés ont également été fréquemment soulevés. Dans l'idéal, les vétérans recevraient de l'information détaillée et auraient la possibilité de poser des questions et de présenter leur propre situation au moyen de ces deux approches.

« Le mieux c'est le soutien entre pairs. C'est un autre vétéran qui m'a aidé avec une demande de prestation d'invalidité. J'appartiens à plusieurs groupes de vétérans, et ils disent tous qu'ils préfèrent le soutien entre pairs. » (Client)

« Les filiales de la Légion sont partout au Canada, chaque filiale a un babillard. C'est un bon endroit pour atteindre des vétérans. » (Clients)

Quelques participants ont parlé de la possibilité qu'ACC les contacte de manière proactive avec de l'information utile sur les programmes et les services les plus pertinents pour eux en fonction des renseignements contenus dans leur dossier de service. Quelques-uns ont dit qu'ils croyaient que toute l'information pertinente pour l'admissibilité aux services et aux prestations se trouverait dans leur dossier personnel. Ces participants ont dit qu'avec le consentement des membres, ACC devrait avoir accès à ces renseignements pour établir une relation et leur transmettre l'information afin qu'ils soient au courant et puissent accéder aux prestations auxquelles ils ont droit. Un certain nombre de participants ont également indiqué que les relevés de pension envoyés par la poste seraient une bonne occasion de sensibilisation.

« Il faudrait envoyer quelque chose pour dire voici quelque chose auquel vous êtes admissible. Et l'avoir passivement sur les sites Web ne suffit pas. Les gens ont besoin en premier lieu de recevoir une notification poussée leur disant qu'en tant que vétérans ils doivent s'inscrire pour cela. » (Non-client)

« Établissez une relation avec eux (avant/au moment de partir).
Informez au moins les gens qui partent maintenant de l'existence d'ACC

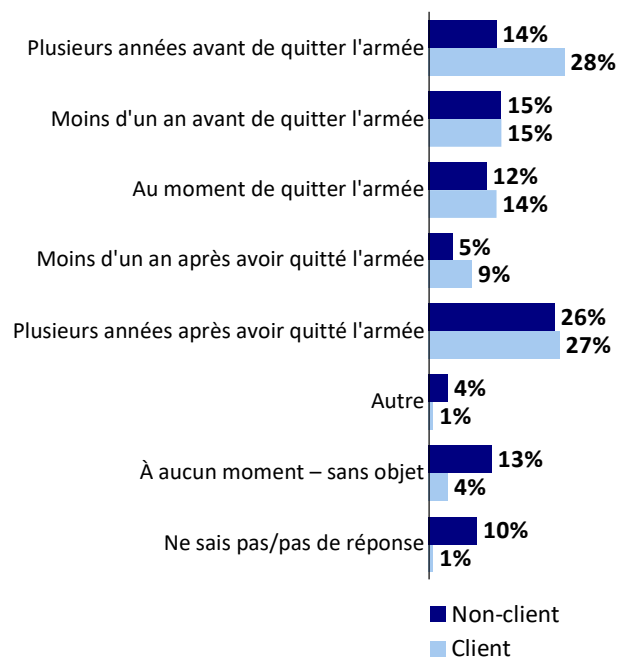
et de la façon d'obtenir de l'information au moment voulu. » (Non-client)

Certains participants ont parlé de campagnes publicitaires et de sensibilisation à plusieurs volets, par l'intermédiaire des médias, des médias sociaux, des communautés locales (p. ex. séances de discussion ouvertes, services du jour du Souvenir), des groupes de vétérans et des députés locaux. Une large sensibilisation, dans le but de diriger les vétérans vers le site Web ou les numéros de téléphone, a été soulignée. Certains ont toutefois souligné que le site Web et l'accès par téléphone devraient être considérablement révisés pour s'assurer que l'information est claire, bien organisée et facilement accessible.

Meilleur moment pour obtenir de l'information

Il y a une divergence de points de vue entre les clients et les non-clients au sujet du meilleur moment pour obtenir des renseignements sur les programmes et services. Une proportion considérable de non-clients et une part encore plus élevée de clients déclarent qu'ils auraient aimé en savoir plus sur les programmes et services un an ou même plusieurs années avant de quitter l'armée (29 % des non-clients et 43 % des clients). Douze pour cent des non-clients et 14 % des clients auraient aimé obtenir ces renseignements au moment de leur départ. Une proportion relativement faible de ces répondants aurait souhaité obtenir des renseignements tout juste après leur départ (5 % et 9 %), tandis que plus d'une personne sur quatre croit que le meilleur moment aurait été plusieurs années après le service. Vingt-trois pour cent des non-clients répondent « À aucun moment » ou ne savent pas.

Graphique 19 : Meilleur moment pour obtenir de l'information



Q36. À quel moment de votre carrière avez-vous voulu en savoir plus sur les services offerts aux vétérans?

Base : Non-client n=1 562; Client n=925

- Chez les non-clients et les clients, la préférence en ce qui a trait au meilleur moment pour obtenir de l'information est divisée par catégories d'âge. Dans les deux échantillons, les personnes de moins de 65 ans sont beaucoup plus susceptibles de privilégier l'obtention d'informations avant de quitter l'armée, tandis que les 65 ans ou plus ont plus tendance à dire que le meilleur moment est après avoir terminé leur service. En outre, 40 % des non-clients estiment que cela devrait se faire plusieurs années (21 %) ou l'année précédant leur départ (19 %). C'est aussi le cas de 51 % des clients âgés de moins de 65 ans, qui sont d'avis que ces renseignements sont nécessaires plusieurs années (34 %) ou un an avant leur départ (17 %). Beaucoup moins de répondants âgés de plus de 65 ans affirment la même chose (25 % des non-clients et 20 % des clients). Parmi les non-clients, 27 % estiment que des informations devraient être fournies plusieurs années après avoir quitté l'armée, alors que cette proportion est de 45 % chez les clients âgés de plus de 65 ans.
- Parmi les clients, les anciens membres de la GRC sont plus susceptibles que leurs homologues des FAC de préférer obtenir de l'information plusieurs années avant leur départ (34 % contre 24 %). En revanche, les clients qui sont d'anciens membres des FAC soulignent plus souvent le besoin d'information plusieurs années après leur départ (31 % contre 21 %), ce qui est également le cas pour les non-clients qui sont d'anciens membres des FAC (28 % comparativement à 15 % chez leurs homologues de la GRC).

Moment préféré pour recevoir l'information – Résultats des groupes de discussion

Lorsqu'on leur a demandé s'il serait préférable de connaître les programmes et les services d'ACC avant ou après leur libération, les participants aux groupes de discussion ont convenu presque unanimement qu'il est plus logique pour les membres de recevoir cette information pendant qu'ils sont encore en service. De nombreux participants ont également déclaré qu'il faudrait créer des occasions pour qu'ACC puisse communiquer avec les membres et établir une relation avec eux avant qu'ils ne soient libérés. Cela comprendrait des présentations, avec la possibilité de questions et réponses, ainsi que la création d'un compte Mon dossier ACC avant la libération. Beaucoup ont fait valoir qu'« une fois que vous êtes libéré, les communications avec l'armée/la GRC sont coupées », les liens doivent donc être établis avant pour éviter cette coupure.

« Si nous faisons participer les gens à tout le processus alors qu'ils sont actuellement en service, il y a toute cette transition. Vous perdez la communication une fois qu'ils sont partis, vous ne connaissez pas leur courriel ou leur numéro de téléphone ou tout autre moyen pour communiquer avec eux. » (Non-client)

Beaucoup ont également soutenu que les décisions de quitter l'armée ou la GRC peuvent être influencées par l'information sur les programmes et les services d'ACC, et que l'accès réussi au soutien lié aux blessures dépend de la possession de renseignements médicaux exacts et complets. Cela est plus susceptible d'être atteint lorsque les membres sont au courant dès le début des programmes et des services, des critères d'admissibilité et des exigences relatives aux demandes. Seuls quelques participants aux groupes de discussion ont dit qu'ils avaient une compréhension des programmes et services d'ACC avant leur libération. Un client en particulier a déclaré qu'il avait été libéré pour raisons médicales avec une blessure grave, mais qu'il n'avait jamais été informé des programmes et des services d'ACC à l'époque. Ceux qui plaident en faveur de l'introduction d'information sur les programmes et services d'ACC pendant le service ont déclaré que le fait de les rendre disponibles très tôt et tout au long de la carrière d'un membre lui permet de se préparer, parce que « vous ne savez pas ce que vous ne savez pas » et, à ce moment-là, il est peut-être trop tard, ou vous êtes « en train de vous démener pour mettre de l'ordre dans les documents administratifs ». Certains ont dit que cette information devrait être intégrée au MDN/à la GRC et transmise par la chaîne de commandement pendant le service afin qu'elle reçoive l'attention requise. Quelques-uns ont également déclaré qu'il devrait y avoir plusieurs points de contact en cours de route avec des niveaux de détail graduels à partir d'un niveau global en début de carrière, et réintroduits avec des détails croissants dans les étapes ultérieures.

« Lorsque vous vous préparez à prendre votre retraite, vous ne prenez pas nécessairement en compte toute l'information, il serait donc bon que cela soit intégré tout au long de notre carrière afin de ne pas avoir à courir après tout à la fin. » (Client)

« Il y aura un moment où vous en aurez besoin et c'est différent pour chacun. Si vous n'êtes pas au courant, cela aura une incidence importante sur votre capacité à accéder au service. » (Non-client)

Une mise en garde notée dans quelques discussions de groupe avec des clients et des non-clients est la culture militaire qui consiste à ne pas signaler les blessures de peur d'être traité différemment des autres ou de déclencher une libération anticipée/pour raisons médicales.

« Au début de votre carrière, vous êtes tout feu tout flamme, mais on ne m'a pas dit de remplir [le formulaire sur les blessures]. Un superviseur m'a dit : "vous ne voulez pas faire partie de 'ces' gens-là". » (Client)

De nombreux participants ont dit que l'information sur les programmes et les services d'ACC peut ne pas sembler pertinente ou ne pas retenir l'attention des membres qui sont en début de carrière. Par conséquent, l'information sur les programmes et les services d'ACC devrait être fournie au moins au cours des dernières années avant la libération, alors qu'on se prépare à la transition hors de l'armée/de la GRC. Beaucoup ont dit que plusieurs séances d'information et de planification ont déjà lieu pour se préparer à la retraite, comme des séances sur la transition et des entrevues ou des présentations du Service de préparation à une seconde carrière, où une grande variété de sujets sont abordés et où il est possible de recevoir des réponses aux questions. Un certain nombre de participants ont dit qu'ils avaient assisté à ces types de séances et qu'ils étaient ou auraient été réceptifs à entendre parler d'ACC à ce moment-là. Quelques participants ont dit que cela devrait faire partie du transfert de l'armée/la GRC à ACC et que ne pas le faire est une occasion manquée, car c'est à ce moment-là que les membres se concentrent sur la transition et les étapes nécessaires du processus de planification. Quelques participants ont également dit qu'on est « arrosé » d'informations lors de ces séances, donc l'inclusion des conjoints et autres partenaires serait bénéfique pour retenir l'information et gérer la documentation. De nombreux participants ont dit que ce moment de transition est le meilleur moment pour ACC d'établir une relation avec les membres, juste avant qu'ils ne deviennent des « vétérans ». Certains participants ont déclaré que cette information devrait être présentée dans les quelques mois précédant la libération, au moment où elle serait la plus pertinente et la plus intéressante. Cependant, la plupart ont déclaré que les renseignements devraient être mis à disposition un à deux ans avant la libération, indiquant qu'attendre les derniers mois c'est déjà « trop tard ».

« J'ai eu des séminaires lors de la transition sur toutes sortes de choses, mais pas sur ACC. Cela n'a jamais été abordé. J'aurais bien sûr été réceptif à cette information à ce moment-là. » (Non-client)

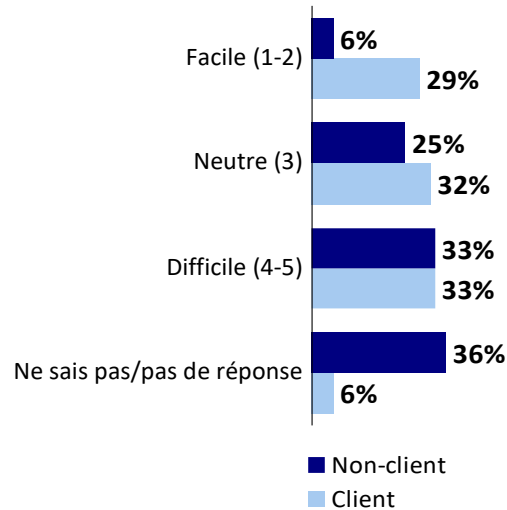
« Lorsque vous prenez votre retraite, on vous propose le programme du Service de préparation à une seconde carrière et c'était un séminaire de deux jours. Le Service de préparation à une seconde carrière a passé en revue les prestations de retraite et Sunlife, mais n'a pas dit qu'ACC est là pour vous soutenir après votre service. La proactivité aurait été bénéfique pour tant de membres. » (Client)

Quelques participants ont dit que le fait d'avoir l'information avant leur libération, en particulier s'ils sont libérés lorsqu'ils sont plus jeunes, peut être ignoré. Ces participants ont dit qu'il serait préférable de fournir cette information plus tard dans la vie, par le biais de sources telles que les documents de pension, à un moment où ils seraient plus réceptifs à l'information.

Impressions sur l'accès aux programmes et services

Les répondants sont divisés lorsqu'il est question de la facilité d'accès aux programmes et services qu'offre ACC. Un vétérinaire sur trois (33 %) croit qu'il est difficile d'y accéder. Les non-clients sont plus susceptibles que les clients de ne pas savoir (36 %, et 6 %, respectivement). Environ trois clients sur dix sont d'avis que c'est facile (29 %) ou sont neutres (32 %).

Graphique 20 : Facilité d'obtention de programmes et services



Q23. Selon ce que vous savez, à quel point est-il facile ou difficile d'obtenir des programmes et des services offerts par ACC?

Base : Non-client n=1601; Client n=1020

- Les non-clients qui ont un handicap (47 %) ont plus tendance que ceux qui n'en ont pas (29 %) à dire qu'il est difficile d'obtenir des programmes et des services d'ACC. Les non-clients à faible revenu (49 %) ont aussi plus tendance à croire que c'est difficile.
- Les clients plus jeunes (36 %) sont plus susceptibles que ceux âgés de plus de 65 ans (28 %) de dire qu'il est difficile d'obtenir des programmes et services d'ACC.

Impressions sur les relations avec ACC – Résultats des groupes de discussion

Lorsqu'on leur a demandé leurs impressions sur les relations avec ACC et la façon dont il met les vétérans en contact avec les programmes et services, cinq thèmes principaux ont émergé. Voici ce qui caractérise ACC :

- Mauvais communicateur/mauvaise liaison avec les vétérans;
- Gardien soucieux de réduire au minimum les demandes couronnées de succès;
- Processus inutilement alambiqué et bureaucratique;
- Temps d'attente importants;
- Manque de transparence.

Ce qui est le plus souvent mentionné, c'est qu'ACC ne fait pas un travail adéquat pour informer les (futurs) vétérans des programmes et services disponibles ou des critères d'admissibilité pour y accéder. De nombreux non-clients ont déclaré qu'ils n'avaient pas cherché d'information, ne savaient pas que ces programmes existaient ou « n'avaient aucune idée des personnes admissibles ». Quelques-uns ont dit qu'ils ne connaissaient pas de vétérans qui connaissent ses programmes ou qui y ont eu accès. Bien que cette impression ait été notée à la fois chez les clients et les non-clients, elle était plus prononcée chez les non-clients.

« Personne ne sait grand-chose sur ACC, ce qui est assez choquant quand on y pense. Quand ils prennent leur retraite ou partent, il faut faire un effort pour repérer ces gens. » (Non-client)

« La communication est le gros problème. Ils doivent améliorer leur communication avec les vétérans et les personnes qu'ils servent. » (Non-client)

La deuxième impression d'ACC, et la plus répandue, est celle d'un gardien chargé de limiter le nombre de vétérans qui accèdent à ses services. Les clients et les non-clients ont déclaré que le processus de demande de programmes et de services est inutilement compliqué et alambiqué, peut-être à dessein de limiter les demandeurs couronnés de succès. Bien que certains aient dit qu'il est compréhensible qu'ACC doive être responsable des fonds publics et être à l'affût des demandes frauduleuses, beaucoup ont rétorqué que l'argent dépensé pour vérifier les demandes serait mieux dépensé en soutenant un accès plus large et plus rapide, étant donné la probabilité limitée de fausses demandes. Certains ont fait valoir qu'il faut un « avocat » ou un autre défenseur des intérêts tout aussi informé pour réussir à accéder aux services. Quelques-uns ont également décrit l'organisation comme impersonnelle et peu favorable aux vétérans qui ont besoin d'aide. Ce sentiment était plus répandu chez les clients.

« Il y a une perception qu'ACC ne veut pas approuver les demandes. Alors, pourquoi fournirait-il de très bonnes explications sur la manière d'accéder aux services? » (Non-client)

« Au début, ils vont refuser et vous obliger à passer par le processus d'appel. » (Non-client)

Une troisième impression connexe est que le processus requis pour accéder aux programmes d'ACC est trop complexe et difficile à négocier. Quelques-uns ont également décrit des formalités administratives importantes, comme le fait de devoir « prouver de nouveau » chaque année que les circonstances sont toujours les mêmes, en particulier dans le cas d'une blessure ou d'une perte permanente. Quelques clients, mais davantage de non-clients, ont eu l'impression d'un processus frustrant et que ce n'était « pas la peine de s'embêter » à tenter une demande. Un participant a dit que traiter avec ACC « est plus difficile que nécessaire ». Quelques participants ont souligné le manque d'accès à des renseignements clairs et complets et les exigences complexes de la demande comme raisons pour lesquelles cela « n'en vaut pas la peine ».

« Si vous avez besoin d'un avocat pour vous aider dans le système, c'est une indication qu'il y a un problème. » (Client)

Un quatrième thème connexe porte sur l'arriéré de demandes à traiter d'ACC, ce qui entraîne de très longs délais pour obtenir une décision. Quelques-uns ont dit qu'il est essentiel d'obtenir des conseils pour s'assurer que la demande est exacte et complète, car le traitement de la demande peut prendre des années. D'autres ont parlé du stress lié à l'attente de connaître le résultat d'une demande ou du fait qu'il est « décourageant » de devoir attendre si longtemps et que cela peut dissuader les vétérans qui ont droit à des services et qui en ont besoin de présenter une demande. Un participant a dit qu'ACC devrait être responsable du temps qu'un vétéran doit attendre pour obtenir une décision.

« Il y a un tel arriéré qu'ils sont frustrés par le système. » (Client)

L'impression qu'ACC est un « trou noir » est également liée aux thèmes précédents. Ces participants ont dit qu'ACC n'est pas transparent quant à l'état des demandes ou quant au fait que l'information requise a été fournie correctement et complètement. Quelques participants ont dit qu'une fois que la demande est envoyée, c'est « comme si elle était soumise dans le vide » et vous ne pouvez pas obtenir d'autres renseignements, et aucun suivi n'est fourni.

« C'est une grande organisation anonyme, les décisions sont prises ailleurs et elles ont des [exigences d'admissibilité] très strictes. Ils disent que ce qu'ils disent ne devrait pas être remis en question. » (Client)

Peu de participants avaient des impressions positives sur leurs relations avec ACC, cependant, quelques clients ont dit qu'ils avaient eu des relations très positives avec ACC, qu'ils se sentaient très « chanceux » et qu'ils étaient satisfaits des services. Un certain nombre de clients ont également déclaré qu'« une fois que vous obtenez un service d'ACC, les vannes s'ouvrent » et vous pouvez accéder aux services auxquels vous êtes admissible. Quelques participants ont aussi dit que l'accès aux programmes d'ACC est très apprécié. Quelques autres ont également dit avoir l'impression que l'accès aux programmes et aux services d'ACC « s'améliore avec le temps ». Ceux qui avaient accès à un gestionnaire de cas désigné semblaient être plus satisfaits de leur relation avec ACC.

« ACC s'efforce de changer pas mal de choses. L'accueil que vous avez reçu il y a quelques années peut être différent de celui que vous auriez maintenant. Le fait qu'ils parrainent la présente activité et demandent aux utilisateurs finaux la façon d'entrer en contact avec eux, cela montre qu'ils prennent les choses plus au sérieux qu'auparavant. » (Non-client)

« Je pourrais être un exemple des relations positives avec ACC. J'ai eu deux gestionnaires de cas exceptionnels.. » (Client)

Modifications requises pour améliorer l'accès

Selon les non-clients, les deux principaux domaines où ACC doit apporter des modifications pour aider les gens à accéder à leurs programmes et services sont la publication de renseignements sur les programmes et services là où il est possible de les trouver (42 %) et les critères d'admissibilité complexes et compliqués requis pour y accéder (41 %). Environ un de ces répondants sur quatre évoque un changement dans les délais de traitement des demandes (25 %), dans la pertinence de l'information fournie (22 %) et dans la clarté de l'information (22 %). Une proportion notable (28 %) se dit incertaine.

Les clients ont des points de vue différents de ceux des non-clients. La moitié des clients (50 %) estiment qu'ACC doit modifier les délais de traitement des demandes. Environ une personne sur trois estime que la capacité de trouver de l'information (36 %) ou les critères d'admissibilité (35 %) doivent changer. Comme pour les non-clients, un peu moins d'un client sur quatre (23 %) croit que la clarté de l'information doit être améliorée. La pertinence est considérée comme une question de moindre importance pour les clients (10 %).

Tableau 11 : Modifications requises pour améliorer l'accès aux programmes

Q24. Quels sont les principaux domaines où vous avez l'impression qu'ACC doit apporter des changements pour vous aider à accéder à ses programmes et à ses services?	NON-CLIENT	CLIENT
<i>n=</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Trouver l'information sur les programmes et les services	42 %	36 %
Critères d'admissibilité des programmes et des services	41 %	35 %
Délais de traitement des demandes de programmes et de services	25 %	50 %
Pertinence de l'information (c.-à-d. on vous informe de ce que vous devez savoir)	22 %	10 %
Clarté de l'information	22 %	23 %
Exhaustivité de l'information	8 %	10 %
Je suis satisfait, aucun changement nécessaire	0 %	2 %
Autre	3 %	8 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	28 %	17 %

- Les non-clients plus jeunes sont plus susceptibles que ceux plus âgés de dire qu'ACC devrait apporter des changements aux délais de traitement des demandes (29 %) ou à la clarté de l'information (27 %).
- Les non-clients qui ont un handicap (49 %) sont plus susceptibles que les autres (38 %) de croire qu'ACC devait apporter des changements aux critères d'admissibilité des programmes et services.
- À l'instar des non-clients, les clients plus jeunes sont plus susceptibles que ceux âgés de plus de 65 ans de dire qu'ACC devait améliorer les délais de traitement des demandes (61 %), les critères d'admissibilité (38 %), la facilité de trouver l'information (38 %) et la clarté de l'information (27 %).
- Parmi les clients, les hommes (49 %) sont plus susceptibles que les femmes (34 %) de dire qu'ACC a besoin d'améliorer les délais de traitement.
- Les clients qui sont d'anciens membres des FAC sont plus susceptibles de penser que la clarté de l'information est un domaine qui doit être amélioré (21 % comparativement à 16 % chez leurs homologues de la GRC).

Changements pour améliorer l'accès aux programmes et services – Résultats des groupes de discussion

Les participants aux groupes de discussion ont été interrogés sur les principaux domaines où ACC doit mettre en œuvre des changements pour aider les vétérans à accéder aux programmes et aux services. Étant donné que cela faisait suite à la discussion sur les impressions au sujet des relations avec ACC, il n'est pas surprenant que la plupart des recommandations de changements reflètent des sentiments enracinés dans leurs impressions décrites précédemment. Environ la moitié des participants ont décrit des changements visant à accroître la diffusion de l'information et à renforcer leur lien avec ACC. Certains ont réitéré la nécessité d'établir un lien avant la libération, ainsi qu'une coordination plus transparente de l'information entre le MDN, la GRC et ACC afin de faciliter une transition plus harmonieuse pour les membres libérés. Quelques-uns ont parlé de la nécessité d'apporter des changements pour réduire les obstacles à la protection de la vie privée. Un certain nombre de commentaires concernaient l'augmentation de l'embauche de vétérans et le partenariat avec davantage d'organisations de vétérans pour informer et soutenir d'autres membres libérés (FAC et GRC), leur famille et leurs aidants naturels (c.-à-d. agir en tant que défenseurs dans leur processus de demande). Ils ont également continué à souligner que les vétérans comprennent les vétérans et sont capables de communiquer clairement et avec aisance et compassion. D'autres ont encore parlé de la nécessité pour ACC de communiquer de manière proactive, par l'intermédiaire des dossiers du MDN/des FAC et de la GRC ou des dossiers de pension, avec tous les vétérans au sujet des programmes et des services qui pourraient leur être utiles. Dans le même ordre d'idées, certains ont indiqué le besoin de plusieurs méthodes de sensibilisation, y compris la publicité traditionnelle pour travailler avec

des groupes de vétérans et des groupes communautaires pour aider les vétérans à se renseigner sur les programmes et les services d'ACC.

« Le manque choquant de communication entre les FAC et ACC.
Informez les gens tôt, mais aussi informez les officiers chargés d'aider les blessés [sur] les documents dont vous avez besoin pour soutenir une demande d'ACC si le besoin se fait sentir dans 10 à 15 ans. Cela vous prépare au succès. » (Client)

« Ils ne connaissent pas notre situation. ACC devrait embaucher des vétérans afin qu'ils puissent mieux comprendre ce que nous avons vécu. » (Client)

« ... la pension est un endroit où ils peuvent envoyer du courrier de sensibilisation ou par courriel. Trouvez les organisations qui sont déjà en contact avec vous et utilisez-les. » (Non-client)

ANNEXES

A. DÉTAILS MÉTHODOLOGIQUES SUPPLÉMENTAIRES

Les détails sur les sources d'échantillonnage et sur la méthode de collecte des données sont présentés dans le sommaire (Méthodologie). Le taux de réponse de l'échantillon des clients au sondage est de 6,5 %. Le tableau ci-dessous fournit des détails sur les résultats des appels. Le taux de réponse est calculé en fonction du nombre d'unités répondantes (non admissible, quota rempli et sondages achevés) de l'échantillon total, moins les dossiers considérés comme non valides.

Tableau 12 : Taux de réponse

Résultat	Échantillon des clients d'ACC
Total de contacts de l'échantillon	12 496
Non valide (numéro pas en service, la personne n'habite pas là, etc.)	1 374
Échantillon valide	11 122
Sans réponse (pas de réponse, boîte vocale, etc.)	6 340
Refus	3 550
Partiellement rempli	10
Nombre total de non-réponses	9 900
Non admissible, quota rempli (déclare ne pas être un client d'ACC)	202
Sondages achevés	1 020
Taux de réponse	11,0 %

Comme décrit antérieurement, les données sur les clients ont été pondérées par âge, genre et région afin de rétablir la représentativité de l'échantillon initial dans l'échantillon final. Le tableau 1, présenté au début du rapport, présente certaines des caractéristiques clés de l'échantillon, où l'âge et le genre des clients sont affichés sans pondération. Vous trouverez ci-dessous d'autres caractéristiques clés des échantillons des clients et des non-clients, la répartition par région de l'échantillon des clients étant présentée sans pondération⁷.

⁷ L'échantillon final des clients surreprésente les vétérans vivant au Québec (20 % comparativement à 13 % dans l'échantillon initial fourni par ACC) et sous-représente légèrement les résidents de l'Ontario (27 % comparativement à 31 % dans l'échantillon initial fourni).

Tableau 13 : Caractéristiques supplémentaires de l'échantillon

Total	NON-CLIENT	CLIENT
<i>Membre d'une minorité</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Une personne avec un handicap	25 %	37 %
Un membre de la minorité visible	2 %	5 %
Autochtone (Premières Nations, métis ou inuit)	2 %	4 %
Un(e) membre de la communauté LGBTQ2+	1 %	2 %
Aucune de ces réponses	67 %	54 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	2 %	1 %
Préfère ne pas répondre	3 %	2 %
<i>Région (non pondéré)</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Colombie-Britannique	20 %	15 %
Alberta	7 %	12 %
Saskatchewan	3 %	2 %
Manitoba	4 %	4 %
Ontario	41 %	27 %
Québec	10 %	20 %
Nouveau-Brunswick	3 %	6 %
Nouvelle-Écosse	7 %	10 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	2 %
Terre-Neuve et Labrador	2 %	2 %
<i>Rural/Urbain</i>	<i>1594</i>	<i>1017</i>
Urbain/banlieue	80 %	72 %
Rural	19 %	26 %
<i>Scolarité</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Moins d'un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	3 %	8 %
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	26 %	34 %
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme de métiers	6 %	4 %
Collège, CÉGEP ou autre certificat ou diplôme non universitaire	19 %	25 %
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au niveau de baccalauréat	8 %	8 %
Baccalauréat	21 %	11 %
Diplôme d'études supérieures au niveau de baccalauréat	16 %	9 %
Préfère ne pas répondre	2 %	1 %

Total	NON-CLIENT	CLIENT
<i>Revenu total de votre ménage</i>	<i>1601</i>	<i>1020</i>
Moins de 20 000 \$	1 %	2 %
20 000 \$ et un peu moins de 40 000 \$	6 %	11 %
40 000 \$ et un peu moins de 60 000 \$	15 %	15 %
60 000 \$ et un peu moins de 80 000 \$	18 %	15 %
80 000 \$ et un peu moins de 100 000 \$	17 %	12 %
100 000 \$ et plus	28 %	29 %
Préfère ne pas répondre	16 %	13 %
Je ne sais pas/Pas de réponse	0 %	3 %

En ce qui concerne le biais potentiel de non-réponse, tel que décrit précédemment, l'échantillon des clients surreprésente les résidents du Québec et sous-représente ceux de 65 ans ou plus, les femmes et les résidents de l'Ontario. Bien que l'échantillon des non-clients surreprésente sans doute les vétérans âgés de 65 ans ou plus, aucune statistique connue de la population n'était disponible à des fins de comparaison pour comprendre l'étendue du suréchantillonnage des personnes âgées.

B. QUESTIONNAIRE

INTRO

Merci d'avoir pris le temps de répondre à ce sondage sur l'accès aux programmes et aux services pour anciens militaires et membres de la GRC et leur famille. Vous êtes libre de participer ou non à ce sondage et vos réponses sont confidentielles. Il vous faudra environ 15 minutes pour y répondre. Le sondage a été mené pour le compte du gouvernement du Canada par les Associés de recherche EKOS. Cette étude est gérée en conformité avec les exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*. Le sondage est également enregistré auprès du service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC).

Il est possible que vous voyiez un autre lien vers ce sondage une fois que vous l'aurez rempli. Nous vous demandons de ne répondre à ce sondage qu'une seule fois.

Si vous avez des questions sur la façon de répondre au sondage, veuillez appeler EKOS au 1-800-388-2873 ou envoyer un courriel à online@ekos.com.

Si vous avez des questions au sujet de l'objet de ce sondage ou de son contenu, veuillez envoyer un courriel à Jesse Richardson, agent principal des communications par intérim, gouvernement du Canada : jesse.richardson@canada.ca.

Les résultats ne seront pas communiqués de façon individuelle, mais pour des groupes de 20 personnes ou plus afin de protéger la confidentialité.

Veuillez visiter le site du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien et inscrire le numéro d'enregistrement 20220113-EK046 pour vérifier la légitimité de ce sondage.

À des fins de contrôle de la qualité, le numéro IP de votre connexion Internet sera enregistré avec vos réponses.

Q38 [1,3]

Êtes-vous...?

une personne qui a servi dans les Forces armées canadiennes, y compris les réserves, ou dans la GRC par le passé	1
Un membre de la famille de quelqu'un qui a servi dans les FAC ou dans la GRC	2
Quelqu'un qui sert actuellement dans les FAC ou à la GRC	3
Un membre de la famille de quelqu'un qui sert actuellement dans les FAC ou à la GRC	4
Aucune de ces réponses	8
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

38B

Recevez-vous actuellement des services ou des avantages d'ACC?

Oui	1
Non	2

QREGION

NO RESPONSE

Dans quelle province ou territoire habitez-vous?

Colombie-Britannique	1
Alberta	2
Saskatchewan	3
Manitoba	4
Ontario	5
Québec	6
Nouveau-Brunswick	7
Nouvelle-Écosse	8
Île-du-Prince-Édouard	9
Terre-Neuve-et-Labrador	10
Yukon	11
Territoires du Nord-Ouest	12
Nunavut	13
À l'extérieur du Canada	98
Je préfère ne pas répondre	99

Q3 [1,13]

ANSWERED MORE THAN ONE AT Q2

À quelles sources vous fiez-vous pour recevoir de l'information sur des programmes et des services du gouvernement du Canada? (Choisissez toutes les réponses pertinentes.)

Télévision par câble ou par satellite	1
Service de diffusion en continu	2
Radio locale AM ou FM	3
Radio en continu	4
Journaux locaux en version imprimée	5
Médias en ligne	6
Bulletin d'une communauté ou d'un quartier	7
Revue	8
Internet	9
Médias sociaux (p. ex., Facebook, Twitter, LinkedIn)	10
Site Web du gouvernement du Canada	11
Courrier du gouvernement du Canada	12
Bureau de Service Canada	13
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q4

Visitez-vous parfois des sites Web du gouvernement du Canada pour de l'information?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q5NEW [1,6]

Parmi les sujets suivants, sur lesquels avez-vous cherché de l'information du gouvernement du Canada au cours de la dernière année?

Impôts	1
Santé, à l'exception de sujets liés à la COVID-19	2
Emploi	3

Renseignements sur les pensions et les prestations	4
Programmes et services pour ancien(ne)s militaires ou membres de la GRC	5
Je ne sais pas/ Pas de réponse	9

Q6

Des deux langues officielles du Canada, soit le français ou l'anglais, laquelle de ces langues parlez-vous le plus couramment à la maison?

Anglais	1
Français	2
L'anglais autant que le français	3
Autre	77
Pas de réponse	99

Q7

OLMC respondents only

En règle générale, recherchez-vous de l'information du gouvernement du Canada <[Q6 = 1 and QREGION = 6] en anglais ou en français[ELSE] en français ou en anglais> ou autant dans une langue que dans l'autre?

Anglais	1
Français	2
Autant dans les deux langues	3
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q8 [1,7]

Pourquoi utilisez-vous la langue &Q7 pour chercher normalement de l'information sur le gouvernement du Canada? (Choisir toutes les réponses applicables)

C'est la langue que je préfère utiliser	1
C'est la langue que la plupart des gens de ma communauté utilisent	2
Je ne peux pas obtenir de l'information en &Q6	3
Je ne peux pas me fier à l'information disponible en &Q6	4
L'information en &Q6 n'est pas suffisamment détaillée ou mise à jour	5
Je devrais aller trop loin pour obtenir le service en &Q6	6
Autre (préciser)	77
Ne sais pas / Pas de réponse	99

Q9

OLMC respondents only

En règle générale, accédez-vous aux programmes et services du gouvernement du Canada en <[Q6 = 1]français[ELSE]anglais>?

Oui	1
Non	2
Ne sais pas / Pas de réponse	9

Q10 [1,2]

Pourquoi avez-vous l'habitude d'accéder à des programmes et à des services du gouvernement du Canada en &Q6?

Veillez préciser	77
------------------	----

Q11

Aux fins du présent sondage, un vétéran fait référence à tout(e) ancien(ne) membre des Forces armées canadiennes ou de la Gendarmerie royale du Canada (GRC).

À quel point connaissez-vous bien les programmes et les services offerts aux vétérans et à leur famille?

Pas très bien 1	1
2	2
Moyennement bien 3	3
4	4
Très bien 5	5
Pas de réponse	99

Q12

OPEN LINK

À quel point vous intéressez-vous aux programmes et services offerts aux vétérans et à leur famille?

Pas du tout 1	1
2	2
Plus ou moins 3	3
4	4
Beaucoup 5	5
Pas de réponse	99

Q13

Au cours de la dernière année, à quelle fréquence avez-vous recherché de l'information sur les programmes et les services offerts aux vétérans et à leur famille?

Jamais	1
Une fois	2
Deux fois	3
Entre trois et cinq fois	4
Plus de cinq fois	5
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q14

OPEN LINK

Pouvez-vous nommer des programmes et services conçus pour les vétérans et leur famille?

Veillez préciser	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q15

NON CLIENTS OPEN LINK

Quel ministère du gouvernement du Canada est responsable de fournir des programmes et des services aux vétérans et à leur famille?

Veillez préciser	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q18NEW

NON CLIENTS OPEN LINK

Anciens Combattants Canada (ACC) fournit des programmes et des services pour vétérans, y compris aux membres réguliers et aux membres de la réserve des Forces armées canadiennes et de la GRC, ainsi qu'à leur famille. Saviez-vous cela avant aujourd'hui?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q19NEW

À quel point connaissez-vous bien les services et les avantages offerts par Anciens Combattants Canada ou ACC?

Pas très bien 1	1
2	2
Moyennement bien 3	3
4	4
Très bien 5	5
Pas de réponse	99

Q37 [1,15]

TURNED OFF, FEB 18

Quels types services vous ou un membre de votre famille recevez-vous actuellement d'ACC?

Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.

Services de santé physique et mentale	1	
Prestations d'invalidité (indemnité pour douleur et souffrance ou pension d'invalidité)	2	2
Service d'aide d'ACC	3	
Services de réadaptation	4	
Services de gestion de cas	5	
Cannabis à des fins médicales	6	
Avantages médicaux	7	
Indemnité pour blessure grave	8	
Services de formation et d'emploi	9	
Allocation pour études et formation	10	
Services de transition de carrière	11	
Services de logement et de vie de famille	12	
Programme pour l'autonomie des anciens combattants	13	
Soins de longue durée	14	
Allocation de reconnaissance des aidants naturels	15	
Programmes et services financiers	16	
Fonds d'urgence pour les vétérans	17	
Prestation de remplacement du revenu	18	
Allocation aux anciens combattants	19	
Je ne reçois actuellement aucun service d'ACC	98	
Je ne sais pas/Pas de réponse	99	
Ne sait pas/ Ne répond pas	97	

Q39**TURNED OFF FEB 18**

Ces services ont-ils été reçus par vous ou par un membre de votre famille?

Moi-même	1
Un membre de ma famille	2
Les deux	3
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q40

Est-ce que <[Q39 = 1] vous [Q39 = 2] le membre de votre famille [ELSE] vous/le membre de votre famille> avez servi dans :

les FAC	1
la GRC	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q16 [1,15]**OPEN LINK**

Lesquels des programmes et services suivants offerts par ACC vous intéressent?

Choisir toutes les réponses applicables

Santé physique et mentale	1	
Prestations d'invalidité (indemnité pour douleur et souffrance ou pension d'invalidité)	2	2
Service d'aide d'ACC	3	
Services de réadaptation	4	
Services de gestion de cas	5	
Cannabis à des fins médicales	6	
Avantages médicaux	7	
Indemnité pour blessure grave	8	
Formation et emploi	9	
Allocation pour études et formation	10	
Services de transition de carrière	11	
Logement et vie de famille	12	
Programme pour l'autonomie des anciens combattants	13	
Soins de longue durée	14	
Allocation de reconnaissance des aidants naturels	15	
Programmes et services financiers	16	
Fonds d'urgence pour les vétérans	17	
Prestation de remplacement du revenu	18	
Allocation aux anciens combattants	19	
Pas d'intérêt envers ces programmes à l'heure actuelle	98	
Ne sait pas/ Ne répond pas	99	

Q17

Avez-vous déjà essayé d'en apprendre davantage sur des programmes et des services d'ACC?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q14NEW [1,13]

YES

À quelles sources avez-vous eu recours lorsque vous avez essayé d'en savoir sur les programmes et services d'ACC? (Choisissez toutes les réponses pertinentes.)

Télévision par câble ou par satellite	1
Service de diffusion en continu	2
Radio locale AM ou FM	3
Radio en continu	4
Journaux locaux en version imprimée	5
Médias en ligne	6
Bulletin d'une communauté ou d'un quartier	7
Revues	8
Internet	9
Médias sociaux (p. ex., Facebook, Twitter, LinkedIn)	10
Site Web du gouvernement du Canada	11
Courrier du gouvernement du Canada	12
Bureau de Service Canada	13
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q18

Est-ce que quelqu'un a l'habitude de vous aider à rechercher des renseignements sur des programmes et des services?

Oui, quelqu'un m'aide à rechercher de l'information (préciser la nature du lien)	1
Non	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q19

À quel fréquence avez-vous été en mesure de trouver les renseignements que vous recherchez sur des programmes et des services d'ACC?

La plupart du temps	1
De temps à autre	3
Rarement	4
Jamais	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q20 [1,11]

S'il y en a, quels types de problèmes avez-vous éprouvés lors de votre tentative de trouver des renseignements? (Choisissez toutes les réponses pertinentes.)

Je n'ai pas accès à Internet	1
Ma connexion à Internet est trop lente	2
Je n'aime pas rechercher de l'information en ligne	3
Je n'ai pas été capable de trouver des renseignements utiles	4
Je n'ai pas pu trouver les renseignements exacts que je recherchais	5
Je n'ai pas compris l'information	6
L'information ne semblait pas provenir d'une source fiable	7
Je ne savais pas où faire mes recherches ou qui appeler	8
Je n'ai pas été en mesure de joindre ACC au téléphone	9
Je n'ai pas été en mesure de joindre Service Canada au téléphone	10
Je n'ai pu voir personne d'ACC en personne parce que les bureaux sont fermés	11
Je n'ai eu aucun problème	98

Autre (préciser)	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q21 [1,5]

Comment le fait de ne pas pouvoir accéder entièrement à Internet a-t-il une incidence sur votre capacité de vous renseigner sur les programmes et les services d'ACC?

Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.

Je dois demander à d'autres personnes de rechercher des renseignements pour moi	1
J'ai l'impression que je passe à côté de renseignements	2
J'ai l'impression que je passe à côté d'aides qui sont à ma disposition	3
Ça prend plus de temps pour en apprendre sur des programmes et des services	4
Autre (préciser)	77
Pas de réponse	99

Q22 [1,5]

Pourquoi n'avez-vous pas essayé d'en apprendre davantage sur les programmes et les services d'ACC? (Choisissez toutes les réponses pertinentes.)

Je ne sais pas où chercher	1
Je n'ai personne pour m'aider	2
Je ne savais pas que je pouvais demander de l'aide à ACC	3
Je ne suis pas à l'aise de demander de l'aide à ACC	4
Pas d'intérêt envers ces programmes ou pas besoin de ces programmes à l'heure actuelle	5
Autre (préciser)	77
Aucune de ces réponses	98
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q22B

Avez-vous l'impression d'avoir besoin de quelqu'un d'ACC ou d'une autre organisation pour vétérans pour vous aider à trouver ou à consulter des renseignements sur des programmes et des services?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q23

Selon ce que vous savez, à quel point est-il facile ou difficile d'obtenir des programmes et des services offerts par ACC?

Facile 1	1
2	2
Neutre 3	3
4	4
Difficile 5	5
Je ne sais pas/ Pas de réponse	9

Q24 [1,3]

Quels sont les principaux domaines où vous avez l'impression qu'ACC doit apporter des changements pour vous aider à accéder à ses programmes et à ses services?

Choisissez un maximum de trois réponses

Délais de traitement des demandes de programmes et de services	1
Critères d'admissibilité des programmes et des services	2
Recherche d'information sur les programmes et les services	3
Clarté de l'information	4
Exhaustivité de l'information	5
Pertinence de l'information (c.-à-d. on vous informe de ce que vous devez savoir)	6
Autre (préciser)	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q25

Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la façon dont ACC vous informe sur les programmes et les services pertinents?

Pas du tout satisfait(e) 1	1
2	2
Moyennement satisfait(e) 3	3
4	4
Très satisfait(e) 5	5
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q26 [1,14]

À votre avis, quelle est la meilleure façon de vous renseigner sur les programmes et les services d'ACC?

Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.

Par le site Web d'ACC	1
Mon dossier ACC	3
Appel à ACC, conversation avec un agent d'ACC	5
Par le biais de Service Canada	6
Par le biais d'une légion	7
Bouche-à-oreille (amis, famille, anciens collègues, etc.)	10
Communautés en ligne, comme des médias sociaux, des blogues ou des clavardoirs	11
Réunions en personne, tables rondes	13
En me rendant en personne au bureau d'ACC (lors de la réouverture)	14
Aucune de ces réponses	76
Autre (préciser)	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q27 [1,5]

Qu'est-ce qui fait du site Web d'ACC une source privilégiée?

Plus faciles d'accès	1
Plus faciles à comprendre	2
Plus dignes de confiance ou fiables	3
Je les connais bien	4
Il est le plus à jour	5
Autre (préciser)	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q31NEW

Quelle est votre méthode préférée pour présenter une demande de programmes et de services?

En ligne (par le biais de Mon dossier ACC)	1
Grâce à de l'aide à un bureau d'ACC lors de la réouverture à la suite de la pandémie	2
Envoi de la demande par courrier	3
Avec l'aide d'une légion ou d'un autre groupe de vétérans	4
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q32NEW [1,5]

Avez-vous déjà visité le site Web d'ACC, veterans.gc.ca, pour l'une des raisons suivantes?
(Choisissez toutes les réponses pertinentes.)

Pour obtenir des informations	1
Pour accéder à des services	2
Pour télécharger ou imprimer une demande	3
Pour accéder à Mon dossier ACC	4
Non, je ne l'ai pas visité	9
Autre	5
Pas de réponse	99

Q28

Avez-vous déjà utilisé des réseaux sociaux pour en apprendre davantage sur des programmes et des services d'ACC?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

Q29 [1,6]

YES

Quelles plates-formes de médias sociaux avez-vous utilisées pour en apprendre davantage sur des programmes et des services d'ACC?

Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.

Twitter	1
Facebook	2
YouTube	3
LinkedIn	4
Instagram	5
Autre	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q30 [1,6]

YES

Avez-vous visité une page de médias sociaux appartenant à l'une ou l'autre des organisations suivantes pour rechercher de l'information sur des programmes et des services d'ACC?

Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.

ACC	1
FAC	2
GRC	3
Centre de ressources pour les familles des militaires	4

Organisation de vétérans	5
Aucune de ces réponses	98
Autre (préciser)	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q31 [1,6]

MORE THAN ONE SELECTED AT Q29 OR Q30

Quels réseaux sociaux d'ACC avez-vous visités le plus souvent pour vous renseigner sur des programmes et des services d'ACC?

Sélectionnez toutes les réponses pertinentes.

Twitter	1
Facebook	2
YouTube	3
LinkedIn	4
Instagram	5
Autre	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q37NEW

YES

Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de l'information que vous recevez sur les réseaux sociaux d'ACC?

Pas du tout satisfait(e)	1
Moyennement satisfait(e)	2
Très satisfait(e)	3
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q32 [1,16]

Quels types de programmes et de services auraient le mieux répondu à vos besoins au cours de la **dernière** année? (Choisissez toutes les réponses pertinentes.)

Services de santé physique et mentale	1
Prestations d'invalidité (indemnité pour douleur et souffrance ou pension d'invalidité)	2
Service d'aide d'ACC	3
Services de réadaptation	4
Services de gestion de cas	5
Cannabis à des fins médicales	6
Avantages médicaux	7
Indemnité pour blessure grave	8
Services de formation et d'emploi	9
Allocation pour études et formation	10
Services de transition de carrière	11
Services de logement et de vie de famille	12
Programme pour l'autonomie des anciens combattants	13
Soins de longue durée	14
Allocation de reconnaissance des aidants naturels	15
Programmes et services financiers	16
Fonds d'urgence pour les vétérans	17
Prestation de remplacement du revenu	18
Allocation aux anciens combattants	19

Autre (préciser)	77
Aucun	98
Ne sait pas/ Ne répond pas	99

Q33 [1,16]

Quels types de programmes et de services seraient les plus susceptibles de répondre à vos besoins au cours de la **prochaine** année? (Choisissez toutes les réponses pertinentes.)

Services de santé physique et mentale	1	
Prestations d'invalidité (indemnité pour douleur et souffrance ou pension d'invalidité)	2	2
Service d'aide d'ACC	3	
Services de réadaptation	4	
Services de gestion de cas	5	
Cannabis à des fins médicales	6	
Avantages médicaux	7	
Indemnité pour blessure grave	8	
Services de formation et d'emploi	9	
Allocation pour études et formation	10	
Services de transition de carrière	11	
Services de logement et de vie de famille	12	
Programme pour l'autonomie des anciens combattants	13	
Soins de longue durée	14	
Allocation de reconnaissance des aidants naturels	15	
Programmes et services financiers	16	
Fonds d'urgence pour les vétérans	17	
Prestation de remplacement du revenu	18	
Allocation aux anciens combattants	19	
Autre (préciser)	77	
Aucun	98	
Ne sait pas/ Ne répond pas	99	

Q34 [1,14]

Avec quelles organisations (le cas échéant) êtes-vous entré en contact pour en savoir plus sur les programmes et services à l'intention des vétérans et de leur famille?

Préciser	77
Je ne suis entré en contact avec aucune organisation d'intervenants	99
Pas de réponse	98

Q35 [1,14]

À votre avis, quels groupes sont les meilleurs avec qui ACC pourrait collaborer afin de partager des renseignements sur ses programmes et ses services?

Préciser	77
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

Q36

À quel moment de votre carrière avez-vous voulu ou aimeriez-vous en savoir plus sur les services offerts aux vétérans?

Plusieurs années avant de quitter l'armée	1
Moins d'un an avant de quitter l'armée	2
Au moment de quitter l'armée	3

Moins d'un an après avoir quitté l'armée	4
Plusieurs années après avoir quitté l'armée	5
Autre (préciser)	77
À aucun moment – sans objet	98
Je ne sais pas/Pas de réponse	99

DEMIN

Nous utiliserons les questions suivantes dans l'analyse des réponses du sondage. Toutes les informations sont strictement confidentielles. Elles ne serviront pas à identifier les participants et ne seront pas utilisées à d'autres fins.

QAGEB

À quelle catégorie appartenez-vous?

Moins de 18 ans	98
Entre 18 et 24 ans	1
Entre 25 et 34 ans	2
Entre 35 et 44 ans	3
Entre 45 et 54 ans	4
Entre 55 et 64 ans	5
Entre 65 et 74 ans	6
Entre 75 et 84 ans	7
85 ans ou plus	8
Je préfère ne pas répondre	99

QGENDR

Êtes-vous ...

Homme	1
Femme	2
Je préfère me décrire comme :	77
Je préfère ne pas répondre	99

QMINOR [1,4]

Est-ce que vous considérez faire partie de l'un ou l'autre des groupes suivants?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

Minorité visible (c.-à-d. non caucasienne)	1
Autochtone (Premières Nations, métis ou inuit)	2
Une personne handicapée (déficience à long terme ou récurrente telle que la vision, l'audition, la mobilité, l'apprentissage, le développement, la mémoire ou la santé mentale qui limite les activités quotidiennes)	3
Un(e) membre de la communauté LGBTQ2+	4
Aucune de ces réponses	97
Je ne sais pas/Pas de réponse	98
Je préfère ne pas répondre	99

QPOSTC

Quels sont les trois premiers caractères de votre code postal?

Veuillez préciser	77
Pas de réponse	99

QURBRUR

Habitez-vous dans une région qui est considérée comme :

urbaine ou banlieusarde	1
rurale	2
éloignée	3
Je ne sais pas/Pas de réponse	9

QEDUC

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez terminé?

Moins d'un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	1
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	2
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme de métiers	3
Collège, CÉGEP ou autre certificat ou diplôme non universitaire	4
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au niveau de baccalauréat	5
Baccalauréat	6
Diplôme d'études supérieures au niveau de baccalauréat	7
Je ne sais pas/Pas de réponse	99
Je préfère ne pas répondre	9

QINC

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage l'année dernière avant impôts de toutes les sources pour tous les membres du ménage?

Moins de 20 000 \$	1
20 000 \$ et un peu moins de 40 000 \$	2
40 000 \$ et un peu moins de 60 000 \$	3
60 000 \$ et un peu moins de 80 000 \$	4
80 000 \$ et un peu moins de 100 000 \$	5
100 000 \$ et plus	6
Je ne sais pas/Pas de réponse	99
Je préfère ne pas répondre	9

QRECRUIT

Nous menons une série de groupes de discussion pour en apprendre davantage sur la façon dont les gens accèdent à ces types de programmes et de services. Vous n'avez pas besoin d'avoir des connaissances particulières pour participer à cette discussion. Chaque groupe réunira en ligne de quatre à six vétérans et durera environ 90 minutes. Chaque personne recevra un incitatif pour participer à ce volet supplémentaire de l'étude.

Aimeriez-vous participer à l'un de ces groupes de discussion si vous êtes choisi(e)? Vous recevriez de plus amples renseignements sur les dates et les heures avant de vous engager à participer.

Oui	1
Non	2

QRECRUITB [1,4]

Quelle est la meilleure façon de vous joindre si vous êtes invité(e) à l'une de nos discussions en ligne? Vos renseignements personnels ne seront utilisés que pour communiquer avec vous afin de vous inviter à participer. Ils ne seront pas liés aux résultats du sondage et vos réponses

resteront confidentielles, peu importe votre décision concernant une possible participation au groupe de discussion.

Nom : 1
Courriel : 2
Téléphone : 3
Poste : 4

QNAME

Nom : 1

EMAIL [0,1]

Courriel : 1

QTELE [0,1]

Téléphone : 1

QEXT [0,1]

Poste : 1

THNK

Merci beaucoup d'avoir pris le temps de répondre à ce sondage! Vous pouvez maintenant fermer la fenêtre de votre navigateur. Si vous souhaitez obtenir des informations sur les programmes et services d'Anciens Combattants Canada pour vous soutenir, vous pouvez en apprendre plus en consultant les ressources ci-dessous :

Appelez-nous à notre Centre d'appel national sans frais au 1-866-522-2122 | ATS 1-833-921-0071 Lundi au vendredi de 8 h 30 à 16 h 30, heure locale

Inscrivez-vous à Mon dossier ACC, le point d'accès en ligne pour communiquer avec ACC, demander des avantages, et plus.

Envoyez-nous un courriel à : Information@veterans.gc.ca (Assurez-vous de ne pas inclure d'informations personnelles ou confidentielles.)

Utilisez notre outil en ligne pour trouver des avantages et des services ou le navigateur des avantages pour obtenir des informations plus détaillées propres à votre situation

Ou visitez un centre Service Canada

Pour un soutien en santé mentale, veuillez appeler le Service d'aide d'ACC. Sans frais : 1-800-268-7708 | ATS 1-800-567-5803 Il offre un soutien psychologique gratuit et confidentiel qui est disponible 24 heures sur 24, 365 jours par an. Le service s'adresse à tous les vétérans, anciens membres de la GRC, leur famille et leurs aidants.

Liste des liens vers des sites Web pour les questions clés dans la section des médias
www.veterans.gc.ca Mon dossier ACC Parlons vétérans Transition de carrière pour les militaires
Service Canada **Page Web ou site Web : Services en anglais :**
<http://www.veterans.gc.ca/eng/services> **Services en français :**
<http://www.veterans.gc.ca/fra/services> **Commémoration en anglais :**

<http://www.veterans.gc.ca/eng/remembrance> **Commémoration en français :**
<http://www.veterans.gc.ca/fra/commemoration>

Instagram Anglais : <https://www.instagram.com/CanadaRemembers/> **Instagram Français :**
<https://www.instagram.com/lecanadasesouvient/>

Page Facebook : Services Anglais : <https://www.facebook.com/VeteransAffairsCanada>
Français : <https://www.facebook.com/AnciensCombattantsCanada> **Commémoration Anglais :**
<https://www.facebook.com/CanadaRemembers> **Français : Compte Twitter : Anglais :**
https://twitter.com/VeteransENG_CA **Français :** https://twitter.com/VeteransFR_CA **Chaîne**
YouTube : Anglais : <https://www.youtube.com/user/VeteransAffairsCa> **Français :**
<https://www.youtube.com/user/AnciensCombattants>

Page LinkedIn : Bilingue : <https://www.linkedin.com/company/veterans-affairs-canada>

THNK2

Nous regrettons, mais vos réponses nous indiquent que vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de nous avoir consacré de votre temps.

C. GUIDE DU MODÉRATEUR

Introduction (5 minutes)

- Je représente les Associés de recherche EKOS et ces groupes de discussion sont menés pour le compte d’Anciens combattants Canada. Les groupes de discussion sont conçus pour comprendre ce que vous connaissez des programmes et des services offerts par Anciens combattants Canada et pour explorer les préférences des vétérans des Forces armées canadiennes, des anciens membres de la GRC et des membres de leur famille en matière de médias et d’information. Cette recherche aidera Anciens combattants Canada à communiquer plus efficacement les services et les avantages du ministère et à les diffuser plus largement.
- Il importe également de souligner que l’objectif du groupe d’aujourd’hui est de parler des types de concepts de communications pouvant être utilisés pour informer plus efficacement les gens de ces services et avantages, et non pas de se concentrer sur les programmes en soi. Notre objectif est d’aborder uniquement les communications.
- Ce groupe fait partie d’une série de groupes de discussion qui ont lieu partout au Canada. Cette discussion durera environ une heure et demie. Nous commencerons par une explication du format et des « règles de base » :
 - o La discussion est enregistrée sur bande audio pour que je puisse vous écouter attentivement sans me laisser distraire par la prise de notes. Les enregistrements seront détruits une fois que je les aurai examinés.
 - o Il est possible que des observateurs du gouvernement du Canada écoutent vos points de vue.
 - o Tous les commentaires demeureront confidentiels.
 - o Veuillez respecter la vie privée des autres participants. Ne faites pas de captures d’écran des groupes. Aussi, nous utiliserons uniquement les prénoms des participants.
 - o Veuillez essayer de parler à tour de rôle et de respecter les opinions des autres.
 - o On ne s’attend pas à ce que vous soyez des spécialistes. Il n’y a pas de bonnes réponses dans les thèmes que nous allons aborder. Nous cherchons simplement à obtenir vos opinions sincères.
 - o Il est permis d’être en désaccord. Exprimez-vous, même si vous vous croyez la seule personne à être d’un certain avis sur un sujet. Chacun de vous pouvez avoir vécu des expériences différentes et diverger d’opinion. Nous voulons connaître les points de vue de chacun d’entre vous.

- Rôle du modérateur : amener les sujets à débattre, surveiller l'heure et voir à ce que chacun ait la chance de s'exprimer. Nous avons reçu le mandat de mener la recherche, mais nous ne travaillons pas directement pour Anciens combattants Canada.
- Veuillez vous assurer d'être à un endroit silencieux et exempt de distractions. Nous vous demandons toute votre attention pour cette discussion.

Mise en contexte (5 minutes)

1. Qu'est-ce qui définit un « vétéran » ou une « vétérane » à votre avis?
 - a. Est-ce que vous vous considérez comme un(e) vétéran(e)?
2. Pensez-vous qu'une personne doit avoir été libérée pour une raison médicale pour engager le dialogue avec ACC? [Cherchez à obtenir des réponses par rapport aux éléments suivants : éducation et formation, services de santé mentale pour la famille.]

Sources d'information (15 minutes)

3. Avez-vous recherché de l'information sur des programmes et services pour vétérans? Si ce n'est pas le cas, pourquoi pas (intérêt, accablement, intimidation, croyance sur les critères d'admissibilité, inutile à l'heure actuelle)?
4. **Clients** : Comment avez-vous **pour la première fois** eu vent des programmes ou services que vous recevez ou que vous avez reçus relativement à votre service (ou à celui de votre proche)?
5. Si vous deviez rechercher de l'information sur des programmes et des services offerts aux vétérans **aujourd'hui**, où iriez-vous pour obtenir de l'information?
[Cherchez à obtenir des réponses par rapport aux éléments suivants : médias sociaux, en ligne (ACC, FAC, GRC, Centre de ressources pour les familles des militaires, centre d'amitié – pour les autochtones et les collectivités éloignées)]
Pourquoi donc? Qu'est-ce qui fait que cette source vous convient?
 - a. Avez-vous déjà utilisé le site Web d'ACC par le passé?
 - b. Avez-vous déjà utilisé la page Mon dossier ACC? [S'ils disent qu'ils pensaient que la page Mon dossier ACC était le site Web, cherchez à savoir pourquoi.]
6. Préférez-vous généralement rechercher des informations sur les programmes ou les services dont vous avez besoin en ayant recours à ces méthodes électroniques ou préférez-vous parler à quelqu'un (en personne ou au téléphone)? Pourquoi?

7. Que pensez-vous de vous inscrire pour recevoir des bulletins d'information électroniques comme moyen d'obtenir des informations?
 - a. Utilisez-vous ou connaissez-vous des bulletins électroniques de gouvernements? Que pensez-vous de Salut!

Méthodes pour en savoir plus sur les programmes et services (50 minutes)

8. Quelle est votre expérience en matière de recherche de renseignements sur les programmes et les services offerts aux vétérans? Est-ce facile ou difficile? Pourquoi?
 - a. Est-ce que vous avez vécu une situation par le passé où vous avez éprouvé des difficultés lors de la recherche d'information sur des programmes et des services pour vétérans? (Que recherchiez-vous? Pourquoi cela a-t-il posé problème?)
9. Quelles méthodes ont bien fonctionné pour vous par le passé lors de la recherche d'informations sur des programmes et des services pour vétérans? Pourquoi?
 - a. Où ACC peut-il laisser de l'information ou à qui peut-il en laisser pour que vous soyez le plus susceptible de l'obtenir ou de trouver de l'aide, au besoin?
10. Que pensez-vous des médias sociaux comme moyen de communication du gouvernement au sujet de ses programmes et services? Quelle est votre expérience, le cas échéant?
 - a. Avez-vous d'autres recommandations par rapport aux méthodes qui seraient plus attrayantes que les médias sociaux? Pourquoi?
11. Est-ce que quelqu'un vous aide à rechercher de l'information sur les programmes et services offerts aux vétérans?
 - a. Y a-t-il des organisations ou des groupes de vétérans avec lesquels ACC devrait collaborer pour mieux partager de l'information sur ces programmes et services? Pourquoi?
 - b. Faites-vous partie d'organisations qui vous permettent d'obtenir des informations?
12. Pensez-vous qu'il serait préférable de connaître les programmes et les services d'ACC avant ou après être libéré(e)? Pourquoi?
 - a. Quand pensez-vous qu'il serait préférable qu'ACC partage cette information? Pourquoi?
 - b. Quel est le meilleur endroit où publier cette information pour que vous puissiez la trouver plusieurs années avant d'être libéré(e)? Quel est le meilleur endroit plusieurs années après votre libération?

13. Pensez-vous que l'information sur les programmes et les services d'ACC est simple et facile à comprendre? Y a-t-il des termes ou des formulations que vous trouvez difficiles à comprendre?
 - a. De quelle façon ACC fait-il du bon ou du mauvais travail pour vous informer de programmes et de services pertinents?
14. Pensez-vous que vous connaissez bien la façon dont les programmes et les services que vous avez examinés fonctionnent? S'ils n'ont pas fait de recherches : Comprenez-vous les programmes et services qu'ACC offre?

Impressions sur l'accès à des programmes et services (5-10 minutes)

15. Quelle est votre impression générale à l'égard d'ACC? Y a-t-il des domaines où vous pensez qu'ACC doit changer la façon dont il fait les choses pour qu'il soit plus facile d'accéder aux programmes et services? Pourquoi?
16. Quels sont les principaux domaines où vous avez l'impression qu'ACC doit apporter des changements pour vous aider à accéder à ses programmes et à ses services? [Cherchez à obtenir des réponses par rapport aux éléments suivants : délais de traitement, critères d'admissibilité, renseignements, méthodes pour présenter une demande.]

Conclusion (2 minutes)

17. Y a-t-il quelque chose que nous n'avons pas abordé ou que vous aimeriez ajouter avant de mettre fin à la discussion?

MERCI