



**Canada Border
Services Agency**

**Agence des services
frontaliers du Canada**

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

Établi pour l'Agence des services frontaliers du Canada

Nom du fournisseur : Léger Marketing inc.

Numéro de contrat : 47419-195001/001/CY

Valeur du contrat : 122 328,15 \$

Date d'octroi : 14 janvier 2019

Date de livraison : 14 août 2019

Numéro d'enregistrement : POR-106-18

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

This report is also available in English.

Droits d'auteur

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

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

Numéro de catalogue :

PS38-98/2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-30421-2

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

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

ISBN 978-0-660-30420-5

1. Résumé

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

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

1.1 Mise en contexte et objectifs

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

Intranet

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

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

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

Objectifs du volet portant sur le site intranet :

- Évaluer la satisfaction à l'égard de l'intranet;
- En savoir plus sur les attentes relatives à l'intranet;
- Connaître l'utilité perçue du contenu de l'intranet;

- Catégoriser les types de contenu (sujets) comme utiles, souhaités, proposés ou obligatoires;
- Proposer une architecture de l'information modifiée qui reflète mieux la compréhension qu'ont les employés du contenu de l'intranet.

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

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

Objectifs du volet portant sur le site Internet :

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

1.2 Méthodologie

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

1.2.1 Volet portant sur le site intranet

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

D'abord, une méthode qualitative reposant sur des groupes de discussion formés d'employés de l'ASFC a été établie. Ensuite, une série d'entrevues individuelles et un exercice de tri de cartes ont été réalisés. Ces deux premières phases ont servi de base à la création de personas. En

fonction des phases 1 et 2, une nouvelle architecture de l'information a été proposée pour le renouvellement du site Atlas. Cette nouvelle architecture a été mise à l'essai auprès des employés à l'aide d'une méthode de mise à l'essai de l'arborescence, aussi connue sous le nom de tri de cartes inversé.

1.2.1.1 Six groupes de discussion

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

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

Lieux et dates

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

Tableau 1. Recrutement détaillé

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

Vancouver	10	4	ASF	ANG	6 février 2019
Vancouver	10	11	ASF	ANG	6 février 2019
Total	60	50			

1.2.1.2 Entrevues individuelles

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

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

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

Tableau 2. Recrutement détaillé

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

1.2.1.3 Création de personas

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

Plusieurs renseignements sur les personas sont fournis, tels que :

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

1.2.1.4 Mise à l'essai de l'arborescence

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

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

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

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

La méthodologie détaillée est présentée en annexe.

1.2.2 Volet portant sur le site Internet

Méthode quantitative

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

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

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

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

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

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

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

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

Le questionnaire de sondage est également disponible en annexe.

1.2.2.2 Groupe de discussion en ligne

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

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

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

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

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

Étant donné qu'« Atlas » a suscité un certain mécontentement et que de nombreux employés l'ont décrit comme un outil de travail inefficace, nous croyons que le site intranet a besoin d'une refonte complète, qui se traduirait par un changement important au chapitre de l'orientation et de la convivialité, et par une indication claire que le nouvel outil a été en grande

partie « conçu » par les utilisateurs. Cette refonte complète serait lancée sous un nouveau nom. Si la valeur de la marque Atlas est faible, il importe de changer de marque. Nous suggérons un nom dans la lignée de « Mes services frontaliers », soit un nom pertinent qui donne une indication claire aux utilisateurs : il s'agit de « leur » outil de travail, de « leur » chez-soi.

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

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

Atlas doit d'abord être conçu comme un « outil de travail ». Il doit soutenir les employés dans l'exercice de leurs fonctions, de leurs tâches et de leurs responsabilités. Aujourd'hui, les employés consultent Atlas pour le travail, et non pas pour « savoir ce qu'il y a de nouveau ou ce qui se passe ». Les utilisateurs chercheront des informations « plus légères » seulement s'ils croient qu'Atlas leur permettra d'accomplir leur travail.

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

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

actuellement par le wiki, et éventuellement les intégrer dans une zone de collaboration au sein d'Atlas.

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

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

Page d'accueil

Employés

Prix et reconnaissance

Programme d'aide aux employés

Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés

Équité en matière d'emploi et diversité

Intégrité, valeurs et éthique

Emplois et perfectionnement professionnel

Santé et sécurité au travail

Rémunération et avantages sociaux

Formation et apprentissage

Bien-être

Sécurité

Outils

Gestion de l'information

Apollo

AIPRP

Bibliothèque de formulaires et de modèles

Immigration

Commerce

Voyageurs

Exécution de la loi

Autres thèmes

Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents

Immigration

Commerce

Voyageurs

Exécution de la loi

Autres thèmes

Guides, manuels et procédures normales d'exploitation

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

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

1. Les « bulletins opérationnels et publications du Centre national des documents » devraient être classés dans le menu principal « Outils » et non dans le menu « Nouvelles quotidiennes ».
2. Certains éléments, tels qu'ils figurent actuellement dans Atlas, devraient être renommés pour clarifier leur contenu.

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

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

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

D'autres changements ont été suggérés par les participants. Premièrement, les menus devraient être changés pour utiliser des questions simples (c.-à-d., Comment faire une demande d'adhésion à NEXUS? Que puis-je rapporter au Canada?). Les participants estiment qu'ils consultent le site Web dans le but d'obtenir une réponse à une question qu'ils se posent, et que si le site Web était conçu en ce sens, la navigation serait plus fluide. Ils estiment que les termes actuellement utilisés peuvent être ambigus ou faire en sorte que certains éléments du menu ne s'excluent pas mutuellement.

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

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

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

1.5 Énoncé des limites

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

1.6 Remarques concernant l'interprétation des conclusions de la recherche

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

1.7 Déclaration de neutralité politique et coordonnées

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

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

Signature :



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