



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Recherche sur l'expérience utilisateur et tests d'utilisabilité auprès des consommateurs de services financiers

Rapport final

Préparé à l'intention de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada

Nom du fournisseur : Environics Research

Numéro du contrat : 5R000-251268/001/CY

Valeur du contrat : 79 830,21 \$ (TVH incluse)

Date d'attribution du contrat : 17 octobre 2025

Date de livraison : 27 février 2026

Numéro d'enregistrement : POR 028-25

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, à l'adresse : info@fcac-acfc.gc.ca.

This report is also available in English

Canada 

Recherche sur l'expérience utilisateur et tests d'utilisabilité auprès des consommateurs de services financiers
Rapport final

Préparé à l'intention de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada par Environics Research
Février 2026

Permission de reproduire

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, à l'adresse : info@fcac-acfc.gc.ca.

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre des Finances du Canada, 2025.

N° de catalogue : FC5-104/2026F-PDF

ISBN : 978-0-660-99316-4

This publication is also available in English with the title *User Experience Research and Usability Testing of Financial Consumers*

N° de catalogue : FC5-104/2026E-PDF

ISBN : 978-0-660-99315-7

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire exécutif	4
Contexte et objectifs	4
Méthodologie	4
Coût de la recherche	5
Principales constatations.....	5
Élaboration des personas d'utilisateurs	5
Thèmes et obstacles communs	7
Exigence de neutralité politique et coordonnées.....	10
Introduction	11
Contexte	11
Objectifs de recherche	11
À propos de ce rapport.....	11
Constatations détaillées	12
Cadre de mentalité financière.....	12
Personas d'utilisateurs	13
Persona 1 – « Planificateurs hésitants ».....	13
Persona 2 – « Experts réservés ».....	15
Persona 3 – « Décideurs sûrs d'eux ».....	16
Persona 4 – « Navigateurs informés ».....	18
Réussites et difficultés rencontrées lors de l'exécution des tâches	19
Préférences en matière de style rédactionnel	21
Tests A-B.....	21
Conclusions et recommandations	22
Annexe A : Méthodologie.....	24
Première phase – Recherche secondaire	24
Deuxième phase – Entrevues qualitatives auprès d'utilisateurs.....	28
Annexe B : Guide relatif aux personas d'utilisateurs.....	30
Annexe C : Questionnaire de recrutement pour la recherche qualitative	31
Annexe D : Instruments de la recherche qualitative	37

Sommaire exécutif

Contexte et objectifs

L'un des engagements clés de 2025-2026 de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est de promouvoir l'offre d'outils, de ressources et de renseignements opportuns, pertinents et efficaces aux consommateurs canadiens de produits et services financiers. Pour ce faire, l'ACFC s'affaire à réviser et à mettre à jour son contenu Web pour garantir son efficacité et l'optimiser afin d'en améliorer l'accessibilité.

Depuis que l'ACFC a terminé la migration de son contenu en ligne vers le site Web Canada.ca en 2017, sa priorité consiste à s'assurer que les utilisateurs ont facilement accès aux renseignements, aux ressources et aux outils dont ils ont besoin, que les renseignements leur sont compréhensibles et qu'ils peuvent exécuter leurs tâches avec succès.

La plupart des renseignements à l'intention des consommateurs de l'ACFC (330 pages en anglais et en français) se trouvent sous le thème « Argent et finances » sur le site Canada.ca. On y trouve une gamme de contenu Web sur des sujets variés, comme les activités bancaires, faire un budget et la gestion de l'argent, les cartes de crédit, les prêts et marges de crédit, l'assurance, les hypothèques, les options de paiement et transferts de fonds, l'épargne et l'investissement, et la planification de la retraite, afin que les Canadiens puissent prendre des décisions financières éclairées. Les pages sont conçues pour aider les utilisateurs à exécuter des tâches, comme faire un budget, obtenir une hypothèque, comprendre les dossiers et les cotes de crédit, comparer les types de comptes bancaires et déposer une plainte auprès de leur institution financière.

L'objectif de l'ACFC est d'aider les Canadiens à mieux comprendre et naviguer les renseignements financiers, afin de prendre des décisions mieux éclairées et d'obtenir de meilleurs résultats financiers. Pour ce faire, Environics s'est fixé les objectifs suivants :

- Évaluer la clarté et l'efficacité des renseignements à l'intention des consommateurs afin d'aider les utilisateurs à exécuter des tâches clés et à comprendre les notions financières dans trois (3) des thèmes leur étant destinés sur Canada.ca, à savoir : « *Hypothèques* », « *Cartes de crédit* » et « *Déposer une plainte concernant des produits et services financiers* ».
- Cerner les problèmes d'utilisabilité et les obstacles à la compréhension et à la navigation dans les différentes pages.
- Évaluer la satisfaction et l'engagement des utilisateurs, en mettant l'accent sur la pertinence, la facilité d'utilisation et la confiance à l'égard des renseignements présentés.
- Évaluer le contenu en se fondant sur des pratiques exemplaires établies en matière d'expérience utilisateur et de langage clair et simple.
- Formuler des recommandations exploitables fondées sur des données probantes afin d'orienter la mise en page, la structure du contenu, le débit, la lisibilité, la formulation et l'expérience utilisateur.

Méthodologie

La première phase de la recherche s'est amorcée par l'examen des données et des renseignements existants de l'ACFC afin d'établir des valeurs de référence permettant de comprendre le bien-être financier des Canadiens et leurs interactions avec le contenu de l'ACFC. Cet examen comprenait l'analyse de données récentes sur le bien-être financier pour définir des indicateurs clés et des segments potentiels au sein de la population. Nous avons eu recours à des procédures analytiques avancées pour mettre au point une segmentation des données de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC, ce qui nous a permis de mettre en relief certaines tendances au sein de la population canadienne. Ces segmentations ont servi de fondement à la définition des

personas d'utilisateurs, qui intègrent des caractéristiques démographiques, un score en littératie financière et une autoévaluation de la littératie financière. À partir de là, nous avons ajouté les constatations issues des entrevues auprès des répondants pour expliquer les « zones grises », comme leurs moments de frustration ou de confiance lors de la navigation du site Web, leur style rédactionnel de prédilection (dans leurs propres mots), leur relation à l'intelligence artificielle (IA) ainsi que les principaux obstacles et facteurs de motivation associés aux recherches de renseignements financiers pertinents.

Lors de la deuxième phase, Environics Research a mené des entrevues de test d'utilisabilité et d'expérience utilisateur auprès de participants anglophones et francophones afin d'évaluer l'efficacité et l'efficience d'exécution de tâches dans cinq (5) sections de contenu sélectionnées. Trente-six (36) entrevues virtuelles structurées ont été menées auprès de Canadiens afin d'évaluer la section « Argent et finances » du site Web du gouvernement du Canada. Les principaux objectifs consistaient à évaluer la réussite de l'exécution de la tâche et l'efficacité du style rédactionnel du site Web. Lors des vingt (20) entrevues axées sur le test d'utilisabilité, les participants ont été invités à parcourir des sections désignées du site Web et à localiser six (6) pages spécifiques, pendant que l'animateur observait le niveau de difficulté et les moments de confusion. Les autres entrevues visaient à explorer des sujets plus généraux liés à l'expérience utilisateur, notamment l'aisance et la confiance des participants à l'égard des termes et des situations financières, les premières impressions de la navigation du site, les perceptions relatives au style rédactionnel, les prochaines étapes possibles après la consultation des renseignements et les recommandations d'amélioration.

Le travail qualitatif sur le terrain s'est déroulé du 1^{er} au 18 décembre 2025. L'échantillon était équilibré selon la région, le genre, le groupe d'âge et la langue. Sept (7) entrevues ont été réalisées en français auprès de résidents du Québec.

De plus amples renseignements quant à la méthodologie utilisée pour ce sondage se trouvent à l'*annexe A*.

Coût de la recherche

Le coût de la recherche s'élève à 79 830,21 \$ (TVH incluse).

Principales constatations

Élaboration des personas d'utilisateurs

Les personas d'utilisateurs sont définis à partir de résultats qualitatifs issus des entrevues et d'un cadre de mentalité financière s'appuyant sur des données et élaborés à l'aide d'une analyse secondaire de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC. L'analyse a montré un lien faible entre le niveau de connaissances financières autoévalué et celui mesuré objectivement, indiquant que la confiance perçue et les connaissances réelles ne correspondent pas toujours. Cet écart a révélé quatre groupes distincts : les personnes dont la confiance correspond précisément à leurs connaissances, ainsi que deux segments diamétralement opposés qui peuvent surestimer ou sous-estimer leurs capacités financières. Ensemble, ces tendances ont permis d'orienter l'élaboration de quatre personas qui correspondent non seulement au niveau de connaissances des individus, mais également à la façon dont ils perçoivent et approchent concrètement la prise de décisions financières.

Persona 1 : les « planificateurs hésitants »

Le niveau de connaissances financières autoévalué des planificateurs hésitants correspondait à celui de leur littératie financière objectivement plus faible. Ces personnes sont plus susceptibles d'affirmer éprouver un degré élevé de stress quant à leur situation financière actuelle.

Description

Réalistes, mais limitées, sur le plan financier, les finances quotidiennes de ces personnes semblent souvent serrées, il leur reste peu d'argent à la fin du mois et elles vivent sans cesse la crainte de ne pas parvenir à joindre les deux bouts. Elles sont généralement locataires, utilisent les comptes d'épargne libres d'impôt (CELI) et les placements de façon limitée, et reportent souvent leur solde de carte de crédit d'un mois à l'autre. L'argent façonne leurs choix et limite leurs options, tandis que leurs plans à long terme, comme la retraite, ne sont pas encore bien définis.

Les Canadiens de ce groupe sont plus susceptibles de ressentir une surcharge cognitive en présence d'un langage technique dense, ou d'un nombre trop élevé d'options en même temps. La communication doit être claire, directe et sans ambiguïté, sans avoir l'apparence de remarques légales. Les listes étape par étape, les listes à puces et le langage clair et simple sont particulièrement efficaces, tout comme les pages d'accueil axées sur les questions financières quotidiennes pratiques.

Persona 2 : les « experts réservés »

Ce groupe est composé de personnes qui sous-estiment leurs connaissances financières, malgré une littératie financière élevée. Elles disent habituellement éprouver un niveau modéré de stress financier.

Description

Elles sont financièrement informées, mais prudentes, et se questionnent toujours pour confirmer qu'elles sont vraiment sur la « bonne voie » pour atteindre leurs objectifs futurs. Alors que la plupart pensent avoir des connaissances plutôt bonnes en matière de finances, elles sous-estiment leur capacité financière globale. En pratique, elles sont disciplinées et organisées, remboursent entièrement le solde de leurs cartes de crédit, et se préparent activement à la retraite. Susceptibles d'être propriétaires, elles priorisent la réduction de leurs dettes à taux d'intérêt élevé et la fréquence plus élevée des paiements hypothécaires.

Elles sont motivées par le besoin d'être rassurées, l'anxiété est leur principal obstacle, car elles sont préoccupées par les règles changeantes, les subtilités situationnelles, les renseignements désuets et les détails manquants importants. Chercheuses consciencieuses, ces personnes consultent souvent plusieurs sources, conservent plusieurs onglets de navigateur ouverts et utilisent les résumés générés par IA contenant des liens vers des sources officielles. Pour ce persona, il convient de mettre l'accent sur la clarté, la rapidité d'exécution et la réassurance, en insistant sur le fait que les renseignements sont récents, complets et fiables.

Persona 3 : les « décideurs sûrs d'eux »

Il s'agit d'un petit groupe composé principalement de personnes plus âgées qui surestiment leurs connaissances financières. Elles affichent une littératie financière plus faible, éprouvent un stress financier modéré et peuvent être plus vulnérables à l'évolution rapide de la technologie.

Description

À l'aise avec ce qui touche les finances, elles vivent un stress financier modéré. Elles gèrent bien leurs finances quotidiennes, et remboursent souvent entièrement le solde de leurs cartes de crédit. Leur planification à long

terme est plus inégale, affichant des niveaux divers de préparation à la retraite. Plusieurs s'attendent à ce que les prestations de retraite du gouvernement soient leur principale source de revenus à la retraite, et utilisent les CELI et les placements de façon limitée. Les propriétaires peuvent avoir consolidé leurs dettes en une hypothèque. Même si elles ont l'impression d'être sur la « bonne voie », certaines lacunes persistent.

Étant les moins susceptibles de reconnaître les lacunes dans leurs connaissances financières, les personnes de ce segment ont tendance à rechercher une validation plutôt que de l'enseignement, croyant qu'elles « connaissent généralement » déjà la réponse. Elles gravitent vers des sources qui semblent familières ou faire autorité, plutôt que vers des sources explicatives. Leur principal obstacle est un sens surestimé de la compréhension, qui limite leur ouverture à des renseignements nouveaux ou rectifiés.

Persona 4 : les « navigateurs informés »

Ce groupe est composé de personnes ayant un point de vue réaliste de leurs connaissances financières qui correspond à leur niveau objectif de littératie, et elles ont tendance à vivre un stress financier modéré.

Description

Elles ont tendance à être financièrement confiantes et bien calibrées, affichant une littératie financière élevée et une solide maîtrise de leurs finances au quotidien. Elles sont souvent propriétaires, ce qui fait qu'elles se concentrent clairement sur le remboursement des dettes à taux d'intérêt élevé par l'entremise de paiements fréquents ou supplémentaires. Agissant souvent à titre de planificatrices financières au sein de leur ménage, ces personnes sont celles vers qui les autres (comme les personnes peu confiantes) peuvent se tourner pour obtenir des trucs et de la réassurance.

Elles peuvent être à la recherche de validation, de nuance et de mises à jour, plutôt que de contenu éducatif de base. Motivées et curieuses, ces personnes sont souvent celles qui évaluent les conséquences des renseignements financiers sur les autres personnes de leur ménage. La communication doit fournir un raisonnement approfondi et clair, y compris différents scénarios et situations hypothétiques. Les explications ou les outils trop simplifiés peuvent entraîner de la frustration et du désengagement, et ainsi augmenter la probabilité qu'elles se tournent vers d'autres sources pour obtenir des renseignements plus approfondis.

Thèmes et obstacles communs

1. **Observation** : En localisant les pages Web et en les parcourant, les participants ont accordé la priorité à la vitesse et au survol du texte. Plusieurs d'entre eux ont choisi d'aborder le site en s'attardant d'abord aux repères visuels et à la disposition pour en déterminer rapidement la pertinence, plutôt que de lire le contenu en entier. Une terminologie et des en-têtes clairs, qui correspondent à la manière dont ils réfléchissent intuitivement aux notions financières, étaient essentiels pour les aider à s'orienter et à progresser efficacement.
 - **Recommandation** : **Concevoir le contenu pour les lecteurs pressés** en utilisant des encadrés en surbrillance, des termes clés en gras et des définitions en lien survolé. Cela permet aux utilisateurs technologiquement compétents qui préfèrent les repères visuels évidents de survoler et d'assimiler rapidement le contenu.
2. **Observation** : Bien que le contenu du site de l'ACFC soit destiné à l'ensemble des Canadiens, le langage et le ton utilisés peuvent créer des obstacles involontaires. Les utilisateurs diffèrent, tant par leurs connaissances financières que par leur degré de confiance. Certains (malgré de solides connaissances) ont besoin d'un

langage qui les rassure et valide leurs connaissances, alors que d'autres ont besoin d'explications plus claires, d'exemples concrets ou d'un cadre simplifié. Un ton universel risque de passer à côté de ces besoins distincts.

- **Recommandation : Trouver l'équilibre entre l'autonomisation et l'éducation** en fournissant des outils et en concevant du contenu qui permet à la fois d'éduquer et de renforcer la confiance. Reconnaître que certains utilisateurs pourraient sous-estimer leurs capacités et avoir besoin de validation, alors que d'autres pourraient surestimer leur compréhension et bénéficier de trucs et des repères concrets.
- **Recommandation : Rédiger en pensant à comment les gens se sentent**, et non seulement à leurs connaissances. Les utilisateurs informés, mais peu confiants ont besoin de se faire rassurer et de se faire confirmer qu'ils sont sur la bonne voie. Les utilisateurs trop confiants, mais moins informés, ont besoin de repères clairs, qui ne donnent pas l'impression d'être correctifs ou alarmistes.
- **Recommandation : Formuler le contenu de manière à appuyer** le lecteur, et non à le mettre au défi. Pour les utilisateurs trop confiants, le contenu devrait combler les lacunes doucement à l'aide d'exemples ou de listes de contrôle, plutôt qu'en fournissant des instructions évidentes. Pour les utilisateurs peu confiants, le langage devrait normaliser l'incertitude et renforcer la compétence (p. ex., « Si vous faites déjà _____, vous êtes sur la bonne voie. »).

3. **Observation :** Alors que les participants étaient facilement en mesure de parcourir la section « Hypothèques », il leur a été plus difficile de trouver les renseignements liés aux sujets « Cartes de crédit » ou « Déposer une plainte concernant des produits et services financiers ». En particulier, les utilisateurs n'ont pas bien compris pourquoi le sujet « Cartes de crédit » se trouvait dans la catégorie « Dettes et emprunts », laquelle paraît sensée avec le recul, mais pas intuitive à première vue. Plusieurs participants se sont demandé si une personne qui recherche activement des renseignements sur les cartes de crédit penserait naturellement à regarder à l'endroit où ils se trouvent actuellement.

- **Recommandation : Améliorer la clarté et le caractère intuitif de la page d'accueil** en veillant à ce que la terminologie et la navigation correspondent aux modèles mentaux des utilisateurs (p. ex., expliquer clairement les concepts comme « dettes et emprunts », afin que les utilisateurs débutants et ceux ayant plus d'expérience puissent facilement trouver ce dont ils ont besoin).

4. **Observation :** Un sous-ensemble d'utilisateurs a démontré des connaissances financières objectives plus faibles, malgré une autoévaluation plutôt élevée, suggérant des écarts potentiels en matière de prise de conscience. Certaines de ces personnes sont également plus susceptibles de se situer dans les groupes plus âgés, pour lesquels l'évolution constante des produits financiers, des règlements et des plateformes numériques peut accentuer encore davantage l'écart en matière de connaissances. Si le contenu ne semble pas pertinent au stade où ces personnes en sont dans leur vie, cela peut créer des obstacles supplémentaires en matière d'engagement et de compréhension.

- **Recommandation : Soutenir proactivement les groupes à haut risque.** Rejoindre les segments qui pourraient se montrer trop confiants quant à leurs connaissances financières (p. ex., les utilisateurs plus âgés). Dans ces cas, le contenu doit leur fournir des trucs, des messages clés ou des outils afin de les aider à prendre des décisions éclairées et assurer leur réussite.
- **Recommandation : Anticiper les sujets pour lesquels les utilisateurs pourraient se surestimer ou se sous-estimer.** Les utilisateurs trop confiants bénéficient de messages clés comme « Idées fausses courantes » ou « Vous voudrez peut-être vérifier ». Les utilisateurs peu confiants bénéficient de titres affirmatifs, comme « Plusieurs le font déjà sans le réaliser ».

-
5. **Observation** : Bien que les utilisateurs aient généralement perçu le contenu des pages Web individuelles comme « parfait » (terme utilisé dans les instruments de recherche), certains ont exprimé des doutes quant à leur capacité à assimiler tous les renseignements pertinents. Plusieurs se sont demandé combien de temps ils passeraient, réalistement, à chercher des réponses avant de se tourner vers d'autres solutions plus rapides, comme les résumés générés par IA.
- **Recommandation : Structurer judicieusement les renseignements.** Cela suggère qu'il y a une opportunité de mieux soutenir différents styles d'engagement, en structurant le contenu de manière à ce que les utilisateurs puissent accéder rapidement à des points clés à retenir, tout en offrant des renseignements plus approfondis selon les besoins. Il est possible, par exemple, de présenter immédiatement le contenu essentiel à tous les utilisateurs, mais d'utiliser une divulgation progressive (p. ex., sections déroulantes, liens vers des définitions) pour fournir des détails supplémentaires seulement lorsque cela est souhaité. Cela permet au site Web de demeurer largement utilisable, tout en appuyant quand même les utilisateurs qui ont besoin d'apprentissages complémentaires.
 - **Recommandation : Utiliser du contenu à plusieurs niveaux pour desservir plusieurs personas à la fois.** Les sommaires généraux sont utiles aux utilisateurs confiants qui veulent progresser rapidement. Les sections déroulantes, les définitions et les exemples sont utiles aux utilisateurs qui ont besoin de plus de détails ou de se faire rassurer.
6. **Observation** : Les utilisateurs ont souvent fait observer que la page d'accueil « Argent et finances » comprend des sujets macroéconomiques plus vastes (p. ex., droits de douane) sous l'en-tête « En demande ». Bien que cette disposition apparaisse comme censée pour certains utilisateurs, elle a été plus communément perçue comme une distraction des renseignements financiers quotidiens destinés aux consommateurs que plusieurs utilisateurs s'attendaient à trouver sur cette page.
- **Recommandation : Se concentrer sur la gestion pratique des finances au quotidien.** S'assurer, par exemple, que la page d'accueil présente en priorité du contenu que les utilisateurs pourront appliquer immédiatement à leur vie quotidienne (comme faire un budget, les dépenses et l'épargne) plutôt que des sujets financiers plus généraux (p. ex., droits de douane, tendances économiques) qui donnent l'impression aux visiteurs qu'ils sont au mauvais endroit.

Énoncé de neutralité politique et coordonnées

Par la présente, je certifie, en tant que cadre supérieure d'Environics, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.



Sarah Robertson
Vice-présidente, Affaires générales et publiques
Environics Research Group

sarah.roberson@environics.ca.

613 793-2229

Fournisseur : Environics Research Group

Numéro de contrat de TPSGC : 5R000-251268/001/CY

Date du contrat initial : 17 octobre 2025

Pour de plus amples renseignements, veuillez écrire à info@fcac-acfc.gc.ca.

Introduction

Contexte

L'un des engagements clés de 2025-2026 de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est de promouvoir l'offre d'outils, de ressources et de renseignements pertinents, efficaces et opportuns aux consommateurs canadiens de produits et services financiers. Pour ce faire, l'ACFC s'affaire à réviser et à mettre à jour son contenu Web pour assurer son efficacité et l'optimiser afin d'en améliorer sa visibilité.

Depuis que l'ACFC a terminé la migration de son contenu en ligne vers le site Web Canada.ca en 2017, sa priorité consiste à s'assurer que les utilisateurs ont facilement accès aux renseignements, aux ressources et aux outils dont ils ont besoin, que les renseignements leur sont compréhensibles et qu'ils peuvent exécuter leurs tâches avec succès.

La plupart des renseignements à l'intention des consommateurs de l'ACFC (330 pages en anglais et en français) se trouvent sous le thème « Argent et finances » sur le site Canada.ca. On y trouve une gamme de contenu Web sur des sujets variés, comme les services bancaires, l'établissement d'un budget et la gestion de l'argent, les cartes de crédit, les prêts et les marges de crédit, l'assurance, les hypothèques, les options de paiement et les transferts de fonds, l'épargne et l'investissement, et la planification de la retraite, afin que les Canadiens puissent prendre des décisions financières éclairées. Les pages sont conçues pour aider les utilisateurs à exécuter des tâches, comme faire un budget, obtenir une hypothèque, comprendre les dossiers et les cotes de crédit, comparer les types de comptes bancaires et déposer une plainte auprès de leur institution financière.

Objectifs de recherche

L'objectif de l'ACFC est d'aider les Canadiens à mieux comprendre et à naviguer les renseignements financiers, afin de prendre des décisions mieux éclairées et d'obtenir de meilleurs résultats financiers. Pour ce faire, Environics s'est fixé les objectifs suivants :

- Évaluer la clarté et l'efficacité des renseignements à l'intention des consommateurs afin d'aider les utilisateurs à exécuter des tâches clés et à comprendre les notions financières dans trois (3) des thèmes leur étant destinés sur Canada.ca, à savoir : « *Hypothèques* », « *Cartes de crédit* » et « *Déposer une plainte concernant des produits et services financiers* ».
- Cerner les problèmes d'utilisabilité et les obstacles à la compréhension et à la navigation dans les différentes pages.
- Évaluer la satisfaction et l'engagement des utilisateurs, en mettant l'accent sur la pertinence, la facilité d'utilisation et la confiance à l'égard des renseignements présentés.
- Évaluer le contenu en se basant sur des pratiques exemplaires établies en matière d'expérience utilisateur et de langage clair et simple.
- Formuler des recommandations concrètes fondées sur des données probantes afin d'orienter la mise en page, la structure du contenu, le débit, la lisibilité, la formulation et l'expérience utilisateur.

À propos de ce rapport

Le présent rapport commence par un sommaire des principales constatations et recommandations de l'étude, puis présente une analyse détaillée des personas d'utilisateurs. Une description détaillée de la méthodologie utilisée pour mener à bien cette recherche est présentée à l'*annexe A*, tandis que les instruments de recherche se trouvent à l'*annexe B* et à l'*annexe C*.

Constatations détaillées

Cadre de mentalité financière

Ces personas correspondent aux tendances identifiées dans l'analyse secondaire des connaissances financières autoévaluées et des connaissances financières mesurées objectivement, et révèlent les interactions entre la confiance et les capacités. Cette analyse se base sur les données issues de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC. Cette enquête met en lumière les connaissances, les capacités et les comportements des Canadiens et la manière dont ils influencent la prise de décisions financières. Elle mesure la performance des Canadiens quant à divers indicateurs du bien-être financier, et oriente les efforts continus visant à renforcer leur littératie financière¹. L'ensemble de données brutes a été utilisé pour examiner les connaissances financières mesurées objectivement et les connaissances financières autoévaluées. En comparant ces deux mesures, nous avons créé le « cadre de mentalité financière » qui explore la mesure dans laquelle la confiance financière perçue des Canadiens correspond à leur performance quant à un ensemble de cinq (5) questions de connaissances objectives.

Ce cadre a été développé en combinant les connaissances financières autoévaluées des répondants avec une mesure objective des connaissances financières (énoncés vrais ou faux et autres questions d'évaluation des connaissances issues de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024*; voir l'annexe A), ce qui nous a permis d'examiner non seulement les connaissances des répondants, mais également la précision avec laquelle ils perçoivent leurs propres capacités. Les connaissances financières objectives ont été mesurées à l'aide d'un ensemble de cinq (5) questions d'évaluation des connaissances financières normalisées qui ont été incluses dans l'enquête. Les réponses ont été combinées pour créer un indice simple allant de 0 à 5, afin de représenter les connaissances financières objectives globales. Les répondants ayant obtenu de 0 à 3 bonnes réponses ont été classés comme ayant des connaissances financières objectives plus faibles, alors que ceux ayant obtenu 4 ou 5 bonnes réponses ont été classés comme ayant des connaissances financières plus élevées. Cet indice a ensuite été comparé aux notes que les répondants ont attribuées eux-mêmes à leurs connaissances financières, sur une échelle d'évaluation du niveau de connaissances de 4 points (de « bien informé(e) » à « pas vraiment informé(e) »).

L'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* a révélé une relation faible entre les connaissances financières autoévaluées et celles mesurées objectivement, indiquant qu'il y a souvent un manque de correspondance entre les connaissances perçues et les connaissances réelles. Cet écart crée des groupes diamétralement opposés significatifs : les personnes qui se sentent plus confiantes à l'égard de leurs connaissances financières qu'elles ne le sont objectivement, et celles qui se sentent moins confiantes malgré le fait qu'elles affichent une performance objective forte.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le développement de ce cadre, veuillez vous référer à la méthodologie à l'annexe A.

¹ [Catalogue des ensembles de données de l'ACFC](#)

Tableau 1

	Faible littératie financière objective	Littératie financière objective élevée
Connaissances financières autoévaluées plus faibles	Persona 1 (« Planificateurs hésitants ») <ul style="list-style-type: none"> • Confiance² bien calibrée • Littératie financière objective faible 	Persona 2 (« Experts réservés ») <ul style="list-style-type: none"> • Manque de confiance • Littératie financière objective élevée
Connaissances financières autoévaluées plus élevées	Persona 3 (« Décideurs sûrs d'eux ») <ul style="list-style-type: none"> • Confiance excessive • Littératie financière objective faible 	Persona 4 (« Navigateurs informés ») <ul style="list-style-type: none"> • Confiance bien calibrée (confiance supérieure) • Littératie financière objective élevée

Personas d'utilisateurs

Chacun des quatre (4) personas suit la même structure, et combine des données de l'analyse secondaire et de la phase qualitative.

Persona 1 – « Planificateurs hésitants »

Résumé

Le niveau de connaissances financières autoévalué des planificateurs hésitants correspond à celui de leur littératie financière objectivement plus faible. Ces personnes sont plus susceptibles d'affirmer éprouver un degré élevé de stress quant à leur situation financière actuelle.

Description

- Âge : Tout âge
- Genre : Principalement des femmes
- Lieu de naissance : Naissance à l'étranger
- État matrimonial : Célibataires ou jamais mariées
- Niveau de scolarité : Secondaire ou collégial
- Mode d'occupation du logement : Plus susceptibles d'être locataires
- Revenu : Moins de 60 000 \$

Réalistes, mais limitées, sur le plan financier, les finances quotidiennes de ces personnes semblent souvent serrées, il leur reste peu d'argent à la fin du mois et elles vivent sans cesse la crainte de ne pas parvenir à joindre les deux bouts. Elles sont généralement locataires, utilisent les CELI et les placements de façon limitée, et reportent souvent leur solde de carte de crédit d'un mois à l'autre. L'argent façonne leurs choix et limite leurs options, tandis que leurs plans à long terme, comme la retraite, ne sont pas encore bien définis.

Taille de la Population : 11 %

Autoévaluations

- Confiance à l'égard des décisions financières : 2,5/5
- Aisance quant à l'évaluation des renseignements financiers : 2,5/5
- Importance de comprendre les renseignements détaillés avant de prendre une décision financière : 5/5

² Dans ce contexte, le terme « bien calibrée » désigne la correspondance entre l'autoévaluation d'une personne de ses propres connaissances financières et sa littératie financière mesurées objectivement. Les personnes sont considérées comme bien calibrée lorsque leurs connaissances perçues correspondent étroitement à leur performance réelle.

Mentalité financière

- Confiance correspondant à l'autoévaluation des connaissances
- Littératie financière objective faible

Relation avec l'IA

- Dans l'ensemble, les personnes de ce groupe ne sont pas entièrement à l'aise avec l'IA et ont tendance à l'utiliser seulement lorsque cela est nécessaire.
- Les personnes des groupes plus âgés sont particulièrement réticentes, alors que les plus jeunes utilisent l'IA modérément pour des tâches de base, comme les résumés.

Attentes à l'égard du site Web de l'ACFC

- Utiliser un langage clair et simple et destiné au grand public.

Tests A-B et navigation

- Préférence pour la version A, avec un guide étape par étape (actuellement en ligne).
- Les listes à puces et les éléments visuels sont utiles.
- La cohorte plus jeune est plus susceptible d'utiliser la barre de recherche.

Communication avec ce segment

Les Canadiens de ce groupe sont plus susceptibles de ressentir une surcharge cognitive en présence d'un langage technique dense, ou d'un nombre trop élevé d'options en même temps. La communication doit être claire, directe et sans ambiguïté, sans avoir l'apparence de remarques légales. Les listes étape par étape, les listes à puces et le langage clair et simple sont particulièrement efficaces, tout comme les pages d'accueil axées sur les questions financières quotidiennes pratiques.

Principal facteur incitant à la recherche : Comprendre les renseignements financiers

Principal obstacle à la recherche : Langage technique au sein des renseignements financiers

Parcours

- **Étape 1 – Question de déclenchement** : « Les finances ne sont pas mon fort; où puis-je trouver une explication simple et fiable de ce que je devrais faire ? »
- **Étape 2 – Objectif principal** : À la recherche de sources gouvernementales neutres et impartiales et d'autres sources officielles.
- **Étape 3 – Arrivée sur le site Web de l'ACFC** : Site trouvé à la suite d'une recherche sur Google, participants susceptibles d'arriver aux pages « pages les plus consultées » ou « Gérer votre argent » de l'ACFC.
- **Étape 4 – Obstacles** : La page d'accueil n'est pas intuitive et le langage utilisé est trop technique ou juridique, et génère de l'anxiété.
- **Étape 5 – Réussite de la recherche** : Elles abandonnent à mi-chemin, mais se laissent une note pour y revenir plus tard, lorsqu'elles se sentiront moins dépassées.
- **Étape 6 – Prochaines étapes** : Elles repoussent la recherche jusqu'à ce qu'elles sachent exactement ce qu'elles souhaitent trouver.

Réussite de la tâche d'expérience utilisateur

- Le sujet « Hypothèques » est facile à trouver.
- Échec de la recherche du sujet « Cartes de crédit ».
- Échec de la recherche du sujet « Traitement des plaintes ».

Persona 2 – « Experts réservés »

Résumé

Les personnes de ce groupe sous-estiment leurs connaissances financières, malgré une littératie financière élevée, et affirment habituellement éprouver un niveau modéré de stress financier.

Description

- Âge : Surtout des personnes de 35 à 44 ans
- Genre : Aucune différence
- Lieu de naissance : Personnes nées au Canada
- État matrimonial : Aucune différence
- Niveau de scolarité : Baccalauréat ou diplôme supérieur
- Mode d'occupation du logement : Plus susceptibles d'être propriétaires
- Revenu : Plus de 60 000 \$

Elles sont financièrement aptes, mais prudentes, et se questionnent toujours pour confirmer qu'elles sont vraiment sur la « bonne voie » pour atteindre leurs objectifs futurs. Alors que la plupart pensent avoir des connaissances plutôt bonnes en matière de finances, elles sous-estiment leur capacité financière globale. En pratique, elles sont disciplinées et organisées, remboursent entièrement le solde de leurs cartes de crédit, et se préparent activement à la retraite. Susceptibles d'être propriétaires, elles priorisent la réduction de leurs dettes à taux d'intérêt élevé et la fréquence plus élevée des paiements hypothécaires.

Taille de la Population : 32 %

Autoévaluations

- Confiance à l'égard des décisions financières : 4/5
- Aisance quant à l'évaluation des renseignements financiers : 5/5
- Importance de comprendre les renseignements détaillés avant de prendre une décision financière : 5/5

Mentalité financière

- Manque de confiance
- Littératie financière objective élevée

Relation avec l'IA

- Les personnes de ce segment se sentent à l'aise d'utiliser l'IA, et considèrent que cela est utile lorsqu'elles recherchent des synthèses de renseignements.

Attentes à l'égard du site Web de l'ACFC

- Utiliser des renseignements précis et actuels et un langage clair et simple.
- Veiller à fournir un format pouvant être lu rapidement pour permettre à ces utilisateurs de cerner rapidement les renseignements.

Tests A-B et navigation

- Préférence d'abord pour la version A, avec un guide étape par étape (actuellement en ligne), puis pour la version B (présentée en exemple) après avoir lu les renseignements plus en profondeur (susceptibles de juger rapidement).
- Les listes à puces sont utiles.
- Susceptibles d'utiliser la barre de recherche ou « Ctrl + F » (fonction de recherche textuelle sur la page).

Communication avec ce segment

Elles sont motivées par le besoin d'être rassurées, l'anxiété est le principal obstacle de ces personnes. Elles sont préoccupées par les règles changeantes, les subtilités situationnelles, les renseignements désuets et les détails

manquants importants. Chercheuses consciencieuses, ces personnes consultent souvent plusieurs sources, conservent plusieurs onglets de navigateur ouverts et utilisent les résumés générés par IA contenant des liens vers des sources officielles. La communication doit mettre l'accent sur la clarté, la rapidité d'exécution et la réassurance, en insistant sur le fait que les renseignements sont récents, complets et fiables.

Principal facteur incitant à la recherche : Réassurance quant aux renseignements financiers

Principal obstacle à la recherche : Renseignements financiers complexes ou dépassés

Parcours

- **Étape 1 – Question de déclenchement** : « Je crois que je comprends cela, mais je veux contre-vérifier pour m'assurer que je ne manque rien d'important. »
- **Étape 2 – Objectif principal** : À la recherche de certitude et de réassurance, en se fiant davantage aux sources officielles qu'à l'interprétation.
- **Étape 3 – Arrivée sur le site Web de l'ACFC** : Site trouvé par l'entremise d'un lien externe fourni par l'IA, en recherchant des renseignements rapidement accessibles et synthétisés.
- **Étape 4 – Obstacles** : Incertitude quant à savoir si les renseignements sont actuels. Anxiété générée par la complexité, et non par le manque de connaissances.
- **Étape 5 – Réussite de la recherche** : Elles pensent avoir trouvé ce qu'elles cherchent, mais se demandent encore si elles ont manqué une étape clé.
- **Étape 6 – Prochaines étapes** : Elles continuent de vérifier les autres onglets, en prenant note de confirmer les détails auprès d'une source personnelle fiable.

Réussite de la tâche d'expérience utilisateur

- Le sujet « Hypothèques » est facile à trouver.
- Échec de la recherche du sujet « Cartes de crédit ».
- Échec de la recherche du sujet « Traitement des plaintes ».

Persona 3 – « Décideurs sûrs d'eux »

Résumé

Il s'agit d'un petit groupe composé surtout de personnes plus âgées qui surestiment leurs connaissances financières, malgré une littératie financière plus faible; elles éprouvent un stress financier modéré et peuvent être plus vulnérables à l'évolution rapide de la technologie.

Description

- Âge : Surtout des personnes de 55 ans ou plus
- Genre : Aucune différence
- Lieu de naissance : Personnes nées au Canada
- État matrimonial : Aucune différence
- Niveau de scolarité : Diplôme d'études secondaires
- Mode d'occupation des logements : Locataires ou propriétaires
- Revenu : Moins de 60 000 \$

À l'aise avec ce qui touche les finances, les personnes de ce groupe vivent un stress financier modéré. Elles gèrent bien leurs finances quotidiennes, et remboursent souvent entièrement le solde de leurs cartes de crédit. Leur planification à long terme est plus inégale, affichant des niveaux divers de préparation à la retraite. Plusieurs s'attendent à ce que les prestations de retraite du gouvernement soient leur principale source de revenus à la retraite, et utilisent les CELI et les placements de façon limitée. Les propriétaires peuvent avoir consolidé leurs dettes en un prêt hypothécaire. Même si elles ont l'impression d'être sur la « bonne voie », certaines lacunes persistent.

Taille de la Population : 10 %

Autoévaluations

- Confiance à l'égard des décisions financières : 4/5
- Aisance quant à l'évaluation des renseignements financiers : 4/5
- Importance de comprendre les renseignements détaillés avant de prendre une décision financière : 4/5

Mentalité financière

- Confiance excessive
- Littératie financière objective faible

Relation avec l'IA

- Ce groupe est à l'aise d'utiliser l'IA, mais ne saisit pas entièrement la meilleure façon de le faire.

Attentes à l'égard du site Web de l'ACFC

- Le contenu doit être pertinent à leur situation et au stade de leur vie.

Tests A-B et navigation

- Préférence pour la version B (présentée en exemple), car le langage du paragraphe d'introduction est plus clair.
- Pendant la navigation, les personnes de ce segment sont plus susceptibles de se sentir frustrées par la page d'accueil et d'utiliser la barre de recherche pour trouver ce dont elles ont besoin.

Communication avec ce segment

Étant les moins susceptibles de reconnaître les lacunes dans leurs connaissances financières, les personnes de ce segment ont tendance à rechercher une validation plutôt que de l'enseignement, croyant qu'elles « connaissent généralement » déjà la réponse. Elles gravitent vers des sources qui semblent familières ou faire autorité, plutôt que vers des sources explicatives. Leur principal obstacle est un sens surestimé de la compréhension, qui limite leur ouverture à des renseignements nouveaux ou rectifiés.

Principal facteur incitant à la recherche : Validation quant aux renseignements financiers

Principal obstacle à la recherche : Manque d'autorité quant aux renseignements financiers

Parcours

- **Étape 1 – Question de déclenchement :** « Cela fait des années que je gère mon argent, mais ai-je vraiment besoin de changer ma façon de faire les choses maintenant que j'approche de la retraite? »
- **Étape 2 – Objectif principal :** Les recherches des personnes de ce groupe sont déclenchées par les étapes importantes de la vie plutôt que par l'incertitude; elles sont à la recherche de validation.
- **Étape 3 – Arrivée sur le site Web de l'ACFC :** Site probablement trouvé à partir d'un lien externe fourni par une source fiable (site Web de l'ARC ou d'une institution bancaire), en parcourant les en-têtes.
- **Étape 4 – Obstacles :** Les renseignements ne sont pas suffisamment autoritaires, ils manquent de nuance.
- **Étape 5 – Réussite de la recherche :** Elles quittent le site à la recherche d'un autre type de renseignements ressemblant davantage à ce qu'elles connaissent.
- **Étape 6 – Prochaines étapes :** Elles iront discuter avec d'autres personnes de leur groupe d'âge qui se trouvent probablement dans des situations semblables.

Réussite de la tâche

- Le sujet « Hypothèques » est facile à trouver.
- Réussite partielle de la recherche du sujet « Cartes de crédit ».
- Échec de la recherche du sujet « Traitement des plaintes ».

Persona 4 – « Navigateurs informés »

Résumé

Ce groupe est composé de personnes ayant un point de vue réaliste de leurs connaissances financières qui correspond à leur niveau objectif de littératie, et elles ont tendance à vivre un stress financier modéré.

Description

- Âge : Surtout des personnes de 35 à 44 ans
- Genre : Principalement des hommes
- Lieu de naissance : Personnes nées au Canada
- État matrimonial : Personnes mariées
- Niveau de scolarité : Baccalauréat ou diplôme supérieur
- Mode d'occupation des logements : Personnes plus susceptibles d'être propriétaires
- Revenu : Plus de 60 000 \$

Les personnes de cette cohorte sont financièrement confiantes et bien calibrées, affichant une littératie financière élevée et une solide maîtrise de leurs finances au quotidien. Elles sont souvent propriétaires, ce qui fait qu'elles se concentrent clairement sur le remboursement des dettes à taux d'intérêt élevé par l'entremise de paiements fréquents ou supplémentaires. Agissant souvent à titre de planificatrices financières au sein de leur ménage, ces personnes sont celles vers qui les autres (comme les personnes peu confiantes) peuvent se tourner pour obtenir des trucs et de la réassurance.

Taille de la Population : 47 %

Autoévaluations

- Confiance à l'égard des décisions financières : 5/5
- Aisance quant à l'évaluation des renseignements financiers : 5/5
- Importance de comprendre les renseignements détaillés avant de prendre une décision financière : 5/5

Mentalité financière

- Confiance qui correspond aux connaissances réelles
- Littératie financière objective élevée

Relation avec l'IA

- Les personnes de ce groupe affichent une ouverture prudente à l'IA; elles l'utilisent occasionnellement, mais en vérifiant constamment les renseignements par l'entremise de sources officielles et de liens externes.

Attentes à l'égard du site Web de l'ACFC

- Elles sont à la recherche de renseignements et de comparaisons pratiques et en profondeur.

tests A-B et navigation

- Préférence pour la version B (présentée en exemple), car le langage du paragraphe d'introduction est plus simple. Peuvent avoir des préoccupations concernant la page d'accueil.

Communication avec ce segment

Les personnes de ce groupe sont à la recherche de validation, de nuance et de mises à jour, plutôt que de contenu éducatif de base. Motivées et curieuses, ces personnes sont souvent celles qui évaluent les conséquences des renseignements financiers sur les autres personnes de leur ménage. La communication doit fournir un raisonnement approfondi et clair, y compris différents scénarios et situations hypothétiques. Les explications ou les outils trop simplifiés peuvent entraîner de la frustration et du désengagement, et ainsi augmenter la probabilité qu'elles se tournent vers d'autres sources pour obtenir des renseignements plus approfondis.

Principal facteur incitant à la recherche : Validation quant aux renseignements financiers

Principal obstacle à la recherche : Renseignements financiers trop simplifiés

Parcours

- **Étape 1 – Question de déclenchement** : « Étant donné mon revenu et ma situation familiale, quelle est la façon la plus efficace d'équilibrer mes REER, mon CELI et mes impôts à l'heure actuelle? »
- **Étape 2 – Objectif principal** : Elles comprennent déjà les concepts et sont à la recherche de précisions, de chiffres et de validations.
- **Étape 3 – Arrivée sur le site Web de l'ACFC** : Site trouvé en recherchant des calculatrices ou des outils précis, en espérant utiliser le site Web de l'ACFC pour vérifier certains détails qu'elles pourraient avoir manqués.
- **Étape 4 – Obstacles** : Elles connaissent de la frustration si les explications ou les tableaux sont trop simplistes, et sont susceptibles d'abandonner si les renseignements manquent de profondeur ou de cas particuliers.
- **Étape 5 – Réussite de la recherche** : Elles réussissent à trouver les renseignements qu'elles avaient besoin de vérifier.
- **Étape 6 – Prochaines étapes** : Elles prennent note de l'utilité de ce site Web pour vérifier des renseignements, et se disent qu'elles devraient en faire part à leur enfant maintenant jeune adulte.

Réussite de la tâche

- Le sujet « Hypothèques » est facile à trouver.
- Réussite partielle de la recherche du sujet « Cartes de crédit ».
- Réussite partielle de la recherche du sujet « Traitement des plaintes ».

Réussites et difficultés rencontrées lors de l'exécution des tâches

Dans le cadre du **test d'utilisabilité**, chaque participant devait localiser six (6) pages précises du site Web, dans trois sections : « traitement des plaintes » (une [1] page), « hypothèques » (trois [3] pages) et « cartes de crédit » (deux [2] pages). La réussite de la tâche variait considérablement d'un sujet à l'autre. Il convient de noter que le fait de trouver la première page du sujet « Hypothèques » ou « Cartes de crédit » facilitait souvent la découverte de la deuxième page, car la familiarité à l'égard de la navigation du site augmentait à mesure que la tâche progressait.

Il a également été observé que certains répondants, habituellement les plus âgés, ont choisi de toujours utiliser la barre de recherche plutôt que d'essayer de trouver les liens fournis pour naviguer. Ils indiquaient habituellement qu'ils se sentaient à l'aise de naviguer à l'aide de la barre de recherche, qui est une méthode connue, mais il se peut également que ce soit pour s'assurer de bien exécuter la tâche et de trouver rapidement les renseignements demandés.

En grande partie, les participants ont trouvé immédiatement les renseignements liés au sujet « **Hypothèques** », la plupart parvenant à localiser rapidement le contenu via la section « En demande » dans le haut de la page d'accueil.

En revanche, les pages liées au sujet « **Cartes de crédit** » ont été plus difficiles à localiser. Plusieurs n'ont pas associé intuitivement les cartes de crédit à la catégorie « Dettes et emprunts », en particulier dans le cas des participants plus jeunes. Parmi ceux qui ont trouvé la bonne section, certains ont convenu que la catégorisation paraissait sensée avec le recul, tout en indiquant que ce n'était pas évident au départ. Seuls quelques participants sont parvenus à faire cette connexion immédiatement, indiquant que c'était clair. Plusieurs participants ont souligné le fait que les personnes qui font des recherches de renseignements sur les cartes de crédit en sont

probablement au début de leur parcours financier, et qu'elles ne considèrent peut-être pas encore les cartes de crédit comme une forme de dette. Il a été suggéré que cela soit expliqué aux lecteurs à leur arrivée dans la section. La plupart des participants ont tenté de localiser les renseignements sur les cartes de crédit aux sections comme « Gérer votre argent » ou « Dossiers et cotes de crédit ». D'autres ont misé sur la fonction de recherche du site pour effectuer la tâche.

La localisation des renseignements relatifs au sujet « **Déposer une plainte** » auprès d'une institution financière s'est avérée la tâche la plus difficile. Seuls les participants ayant utilisé la barre de recherche ont été en mesure de trouver la bonne page. La plupart des participants ont d'abord parcouru les sections comme « Réglementation des services financiers et monétaires » ou « Questions de consommation ». Dans ce dernier cas, plusieurs se sont arrêtés à « La Feuille de route des plaintes », croyant qu'ils avaient trouvé la section appropriée. Cette navigation suggère un manque de clarté quant à ce que comporte le fait de « déposer une plainte auprès de votre institution financière » et à l'endroit où ces renseignements devraient logiquement se trouver.

Tableau 2

Ce tableau résume les résultats de ces tests axés sur les tâches.

Section du site Web	Niveau de difficulté (1 à 5)*	Taux de réussite de la tâche (%)*	Observations	Notes selon les segments
Hypothèques	1/5	91 %	<ul style="list-style-type: none"> - Couramment trouvé dans la section « En demande ». - Considéré comme intuitif par la plupart des répondants. 	Accès rapide par tous les segments.
Cartes de crédit	2,5/5	62 %	<ul style="list-style-type: none"> - La réussite était le plus souvent liée à l'utilisation de la barre de recherche. - Le placement dans la section « Dettes et emprunts » n'a semblé intuitif que pour une faible minorité d'utilisateurs. 	La réussite était plus courante au sein des « décideurs sûrs d'eux » et des « navigateurs informés ».
Déposer une plainte concernant des produits et services financiers	4/5	19 %	<ul style="list-style-type: none"> - Les utilisateurs qui ont misé sur la barre de recherche étaient plus susceptibles de réussir. - La section « Questions de consommation » a le plus souvent été la première page consultée par les utilisateurs. - En raison d'un manque de compréhension généralisé en la matière, les participants étaient susceptibles de croire qu'ils étaient arrivés à la bonne page en atteignant la page « La Feuille de route des plaintes ». 	La réussite était plus courante au sein des « navigateurs informés ».

* Il convient de noter que ces pourcentages se fondent sur un échantillon de petite taille de 21 entrevues. Les résultats doivent être interprétés avec prudence.

Préférences en matière de style rédactionnel

Dans l'ensemble, les participants ont répondu positivement à la disposition du contenu et au style rédactionnel. La plupart ont jugé que la quantité de contenu était appropriée, et non accablante. L'utilisation de listes à puces dans le haut des pages a été particulièrement bien reçue, les participants les ayant trouvées utiles pour saisir rapidement les renseignements abordés plus bas dans la page. Les participants ont suggéré d'ajouter des repères visuels et structurels pour faciliter le survol du texte, comme en présentant les termes clés en gras, en ajoutant des définitions en lien survolé pour les termes non familiers et en utilisant des encadrés ombrés pour mettre visuellement en évidence les renseignements importants.

Lors des entrevues d'expérience utilisateur, les participants ont été invités à lire trois paragraphes issus de différentes sections du site Web et de commenter la clarté et la facilité de compréhension.

1. Sur la page [Combien faut-il pour une mise de fonds](#), le paragraphe « Qu'est-ce qu'une mise de fonds minimum » a été généralement considéré comme clair et acceptable. Cependant, certains participants étaient d'avis qu'il simplifiait à l'extrême un processus complexe et qu'il ne préparait pas entièrement les lecteurs aux réalités de l'achat d'une propriété. Il a entre autres été suggéré de préciser que le montant minimum de cinq pour cent (5 %) s'applique seulement dans certaines circonstances (p. ex., acheteurs d'une première propriété) et de fournir des exemples concrets en dollars pour chaque pourcentage afin d'aider les utilisateurs à se faire une meilleure idée des montants. Les participants ont indiqué que, si un concept est décortiqué, il convient de le décortiquer entièrement.
2. En examinant le paragraphe « Limite de crédit » sur la page [Comment fonctionne votre carte de crédit](#), les participants ont observé que le langage était plutôt de nature juridique, avec l'utilisation répétée du terme « consentement exprès ». Bien que les renseignements aient été décrits comme simples, certains participants se sont demandé si le langage était suffisamment accessible pour les personnes qui en sont au début de leur parcours financier et qui peuvent rencontrer le concept de *limite de crédit* pour la première fois.
3. Les participants ont également été invités à lire les sections « Informations clés pour vous » et « Quel est le rôle de l'ACFC » sur la page [Comment l'ACFC surveille le processus de traitement des plaintes de votre banque](#). Pour bon nombre d'entre eux, ce contenu était informatif, car ils ne connaissaient pas auparavant le rôle de l'ACFC. Cependant, plusieurs participants disaient ressentir de l'incertitude après la lecture de la section, en particulier concernant la personne ultimement responsable de résoudre une plainte. La confusion était particulièrement évidente au dernier paragraphe où il est question de l'Ombudsman, les participants ayant eu du mal à recouper les instructions indiquant de déposer d'abord une plainte directement auprès de l'institution financière, le rôle de l'ACFC quant à l'explication des droits et la possibilité de transmettre la plainte aux paliers supérieurs. Dans l'ensemble, la division des responsabilités entre l'institution financière, l'ACFC et l'Ombudsman n'était pas systématiquement perçue comme étant claire.

Tests A-B

Les participants aux entrevues d'expérience utilisateur se sont également vu présenter la version actuelle et la nouvelle version proposée de la page « Comment déposer une plainte auprès de votre institution financière », et ont été invités à indiquer leur préférence. Lorsque les participants ont pris le temps d'examiner la page au complet, ils ont généralement préféré la nouvelle version, le langage utilisé étant plus simple. En particulier, l'introduction révisée a été perçue comme étant plus claire et plus accessible que la version actuelle.

Initialement, les participants ayant évoqué un degré de confiance inférieur quant à l'évaluation des renseignements financiers étaient les plus susceptibles de préférer la version actuelle, mentionnant la structure

chronologique claire, étape par étape. Cependant, après réflexion, bon nombre de ces mêmes participants ont reconnu que le langage et la clarté générale de la nouvelle version étaient plus solides. Cela suggère la possibilité de combiner le ton en langage clair et simple de la nouvelle version et la structure explicite étape par étape valorisée par les utilisateurs moins confiants.

Conclusions et recommandations

À la lumière des constatations présentées ci-dessus, plusieurs recommandations ont été définies aux différentes observations formulées.

1. **Observation :** En localisant les pages Web et en les parcourant, les participants ont accordé la priorité à la vitesse et au survol du texte. Plusieurs d'entre eux ont choisi d'aborder le site en s'attardant d'abord aux repères visuels et à la disposition pour en déterminer rapidement la pertinence, plutôt que de lire le contenu en entier. Une terminologie et des en-têtes clairs, qui correspondent à la manière dont ils réfléchissent intuitivement aux notions financières, étaient essentiels pour les aider à s'orienter et à progresser efficacement.
 - **Recommandation : Concevoir le contenu pour une lecture en survol** en utilisant des encadrés en surbrillance, des termes clés en gras et des définitions en lien survolé. Cela permet aux utilisateurs technologiquement compétents qui préfèrent les repères visuels évidents de survoler et d'assimiler rapidement le contenu d'une page.
2. **Observation :** Bien que le contenu du site de l'ACFC soit destiné à l'ensemble des Canadiens, le langage et le ton utilisés peuvent créer des obstacles involontaires. Les utilisateurs diffèrent, tant par leurs connaissances financières que par leur degré de confiance. Certains (malgré de solides connaissances) ont besoin d'un langage qui les rassure et valide leurs connaissances, alors que d'autres ont besoin d'explications claires, d'exemples concrets ou d'un cadre simplifié. Un ton universel risque de passer à côté de ces besoins distincts.
 - **Recommandation : Trouver l'équilibre entre l'autonomisation et l'éducation**, en fournissant des outils et en concevant du contenu qui permet à la fois d'éduquer et de renforcer la confiance. Reconnaître que certains utilisateurs pourraient sous-estimer leurs capacités et avoir besoin de validation, alors que d'autres pourraient surestimer leur compréhension et bénéficier de trucs et de connaissances de base plus claires.
 - **Recommandation : Rédiger en pensant à comment les gens se sentent**, et non seulement à leurs connaissances. Les utilisateurs informés, mais peu confiants ont besoin de se faire rassurer et de se faire confirmer qu'ils sont sur la bonne voie. Les utilisateurs trop confiants, mais moins informés, ont besoin de renseignements de base clairs qui ne donnent pas l'impression d'être correctifs ou alarmistes.
 - **Recommandation : Formuler le contenu de manière à appuyer le lecteur**, et non à le mettre au défi. Pour les utilisateurs trop confiants, le contenu devrait combler les lacunes à l'aide d'exemples ou de listes de contrôle, plutôt qu'en fournissant des instructions évidentes. Pour les utilisateurs peu confiants, le langage devrait normaliser l'incertitude et renforcer la compétence (p. ex., « Si vous faites déjà ____, vous êtes sur la bonne voie. »).
3. **Observation :** Alors que les participants étaient facilement en mesure de parcourir la section « Hypothèques », il leur a été plus difficile de trouver les renseignements liés aux sujets « Cartes de crédit » ou « Déposer une plainte concernant des produits et services financiers ». En particulier, les utilisateurs n'ont pas bien compris pourquoi le sujet « Cartes de crédit » se trouvait dans la catégorie « Dettes et emprunts », laquelle paraît sensée avec le recul, mais pas intuitive à première vue. Plusieurs participants se sont demandé

si une personne qui recherche activement des renseignements sur les cartes de crédit penserait naturellement à regarder à l'endroit où ils se trouvent actuellement.

- **Recommandation : Améliorer la clarté et le caractère intuitif de la page d'accueil**, en veillant à ce que la terminologie et la navigation correspondent aux modèles mentaux des utilisateurs (p. ex., expliquer clairement les concepts comme « dettes et emprunts », afin que les utilisateurs débutants et ceux ayant plus d'expérience puissent facilement trouver ce dont ils ont besoin).

4. Observation : Un sous-ensemble d'utilisateurs a démontré des connaissances financières objectives plus faibles, malgré une autoévaluation plutôt élevée, suggérant des écarts potentiels en matière de prise de conscience. Certaines de ces personnes sont également plus susceptibles de se situer dans les groupes plus âgés, pour lesquels l'évolution constante des produits financiers, des règlements et des plateformes numériques peut accentuer encore davantage l'écart en matière de connaissances. Si le contenu ne semble pas pertinent au stade où ces personnes en sont dans leur vie, cela peut créer des obstacles supplémentaires en matière d'engagement et de compréhension.

- **Recommandation : Soutenir proactivement les groupes à haut risque.** Rejoindre les segments qui pourraient se montrer trop confiants quant à leurs connaissances financières (p. ex., les utilisateurs plus âgés). Dans ces cas, le contenu doit leur fournir des trucs, des messages clés ou des outils afin de les aider à prendre des décisions éclairées et assurer leur réussite.
- **Recommandation : Anticiper les sujets pour lesquels les utilisateurs pourraient se surestimer ou se sous-estimer.** Les utilisateurs trop confiants bénéficient de messages clés comme « idées fausses courantes » ou « Vous voudrez peut-être vérifier ». Les utilisateurs peu confiants bénéficient de titres affirmatifs, comme « Plusieurs le font déjà sans le savoir ».

5. Observation : Bien que les utilisateurs aient généralement perçu le contenu des pages Web individuelles comme « parfait » (terme utilisé dans les instruments de recherche), certains ont exprimé des doutes quant à leur capacité à assimiler tous les renseignements pertinents. Plusieurs se sont demandé combien de temps ils passeraient, réalistement, à chercher des réponses avant de se tourner vers d'autres solutions plus rapides, comme les résumés générés par IA.

- **Recommandation : Structurer judicieusement les renseignements.** Cela suggère qu'il est possible de mieux soutenir différents styles d'engagement, en structurant le contenu de manière à ce que les utilisateurs puissent accéder rapidement à des points clés à retenir, tout en offrant des renseignements plus approfondis selon les besoins. Il est possible, par exemple, de présenter immédiatement le contenu essentiel à tous les utilisateurs, mais d'utiliser une divulgation progressive (p. ex., sections déroulantes, liens vers des définitions) pour fournir des détails supplémentaires seulement lorsque cela est souhaité. Cela permet au site Web de demeurer largement utilisable, tout en appuyant quand même les utilisateurs qui ont besoin d'apprentissages complémentaires.
- **Recommandation : Utiliser du contenu à plusieurs niveaux pour desservir plusieurs personas à la fois.** Les résumés généraux sont utiles aux utilisateurs confiants qui veulent progresser rapidement. Les sections déroulantes, les définitions et les exemples sont utiles aux utilisateurs qui ont besoin de plus de détails ou de se faire rassurer.

6. Observation : Les utilisateurs ont souvent fait observer que la page d'accueil « Argent et finances » comprend des sujets macroéconomiques plus vastes (p. ex., droits de douane) sous l'en-tête « En demande ». Bien que cette disposition apparaisse comme censée pour certains utilisateurs, elle a été plus couramment perçue comme une distraction des renseignements financiers quotidiens destinés aux consommateurs que bon nombre d'utilisateurs s'attendaient à trouver sur cette page.

- **Recommandation : Se concentrer sur la gestion pratique des finances au quotidien.** S'assurer, par exemple, que la page d'accueil présente en priorité du contenu que les utilisateurs pourront appliquer immédiatement à leur vie quotidienne (comme faire un budget, les dépenses et l'épargne) plutôt que des sujets financiers plus généraux (p. ex., droits de douane, tendances économiques) qui donnent l'impression aux visiteurs qu'ils sont au mauvais endroit.

Annexe A : Méthodologie

Première phase – Recherche secondaire

La recherche s'est amorcée par l'examen des données et des renseignements existants de l'ACFC afin d'établir des valeurs de référence permettant de comprendre le bien-être financier au Canada et leurs interactions avec le contenu de l'ACFC. Cela comprenait l'analyse des données de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC, afin de définir des indicateurs clés des connaissances financières. L'analyse a utilisé un sous-ensemble de répondants de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* (N = 2 131) qui avaient répondu à la plupart ou à l'ensemble des questions pertinentes.

Nous avons combiné plusieurs mesures et exploré les relations entre diverses variables afin de cerner des tendances significatives au sein des données et de mettre au point des segments de « mentalité financière » chez les Canadiens. Plutôt que de miser sur une analyse à variable simple, nous avons exploré les corrélations et les regroupements afin de définir des segments distincts de mentalité financière chez les Canadiens. Ces segments ont constitué le fondement de la définition des personas, qui intègrent les caractéristiques démographiques, les scores en littératie financière et la littératie financière autoévaluée. À partir de là, nous avons ajouté les constatations issues des entrevues auprès des répondants pour expliquer les « zones grises », comme les moments de frustration ou la confiance lors de la navigation du site Web, leur style rédactionnel de prédilection selon leurs propres mots, leur relation avec l'IA ainsi que les principaux obstacles et facteurs de motivation lors des recherches de renseignements financiers pertinents.

L'**autoévaluation des connaissances financières** a permis de diviser les répondants en deux groupes, à savoir ceux estimant avoir un niveau élevé de connaissances financières (« informé(e) » ou « bien informé(e) ») et ceux estimant avoir un faible niveau de connaissances financières (« un peu informé(e) » ou « pas vraiment informé(e) »).

La question suivante, utilisée dans le cadre de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC pour déterminer l'autoévaluation des connaissances financières, a servi à définir la littératie financière objective des segments :

Tableau A1

Question du sondage	Texte de la question	Catégories de réponse
SA_Q01	Comment évaluez-vous votre niveau de connaissances financières?	Bien informé(e); Informé(e); Un peu informé(e); Pas vraiment informé(e).

L'**indice des connaissances financières objectives** a permis de diviser les répondants en deux groupes, à savoir ceux ayant des connaissances financières plus faibles (0 à 3 bonnes réponses) et ceux ayant des connaissances financières plus élevées (4 ou 5 bonnes réponses), afin de faire une distinction entre les répondants affichant une compréhension partielle ou systématiquement forte d'une question à l'autre. Bien qu'il n'existe pas de seuil unique et universel pour les indices de connaissances financières, cette division met en lumière une différence importante quant à la performance (permettant de faire la distinction entre les personnes ayant répondu

correctement à la plupart des questions, bien au-delà des suppositions aléatoires, et celles dont ça n'a pas été le cas) tout en maintenant des tailles d'échantillons suffisantes aux fins d'analyse et d'interprétation. Les questions suivantes, utilisées dans le cadre de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC, ont servi à définir la littératie financière objective des segments :

Tableau A2

Question du sondage	Texte de la question	Catégories de réponse
OA_Q15_N	Imaginez que vous avez 100 \$ dans un compte d'épargne et que le taux d'intérêt est de 2 % par année. Au bout de 5 ans, combien d'argent croyez-vous que vous aurez dans votre compte si vous le laissez fructifier?	Plus de 102 \$, Exactement 102 \$, Moins de 102 \$.
OA_Q16_N	Imaginez que le taux d'intérêt de votre compte d'épargne est de 1 % par année et que l'inflation est de 2 % par année. Au bout d'un an, avec l'argent que vous avez dans votre compte, serez-vous en mesure d'acheter...	Plus que ce que vous pouvez acheter aujourd'hui; Exactement ce que vous pouvez acheter aujourd'hui; Moins que ce que vous pouvez acheter aujourd'hui.
OA_Q17_N	Diriez-vous que l'affirmation suivante est vraie ou fausse? L'achat d'actions d'une seule société offre généralement un rendement plus sûr qu'un fonds commun de placement en actions.	Vrai; Faux.
OA_Q18	Supposez que vous devez 1 000 \$ sur un prêt et que le taux d'intérêt qui y est appliqué est de 20 % par an, composé annuellement. Si vous ne remboursez rien, à ce taux d'intérêt, combien d'années faudra-t-il pour que le montant de votre dette double?	Moins de 2 ans; Au moins 2 ans mais moins de 5 ans; Au moins 5 ans mais moins de 10 ans; Au moins 10 ans
OA_Q19	Un prêt hypothécaire de 15 ans nécessite généralement des paiements mensuels plus élevés qu'un prêt hypothécaire de 30 ans, mais le total des intérêts payés sur la durée du prêt sera moins élevé.	Vrai; Faux.

Mise au point du cadre de mentalité financière

L'ensemble de données brutes de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC a été utilisé pour examiner les connaissances financières mesurées objectivement et les connaissances financières autoévaluées. En comparant ces deux mesures, nous avons mis au point le « cadre de mentalité financière » qui explore la mesure dans laquelle la confiance financière perçue des Canadiens correspond à leur performance quant à un ensemble de cinq (5) questions de connaissances objectives.

Ce cadre a été mis au point en combinant les connaissances financières autoévaluées des répondants avec une mesure objective des connaissances financières (énoncés vrais ou faux et autres questions d'évaluation des connaissances issus de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024*; voir les questions exactes aux tableaux A3 et A4), ce qui nous a permis d'examiner non seulement les connaissances des répondants, mais également la précision avec laquelle ils perçoivent leurs propres capacités. Les connaissances financières objectives ont été mesurées à l'aide d'un ensemble de cinq (5) questions d'évaluation des connaissances financières normalisées qui ont été incluses dans l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC. Les réponses ont été combinées pour créer un indice simple allant de 0 à 5, afin de représenter les connaissances financières objectives globales. Les répondants ayant obtenu de 0 à 3 bonnes réponses ont été

classés comme ayant des connaissances financières objectives plus faibles, alors que ceux ayant obtenu 4 ou 5 bonnes réponses ont été classés comme ayant des connaissances financières plus élevées. Cet indice a ensuite été comparé aux notes que les répondants ont attribuées eux-mêmes à leurs connaissances financières, sur une échelle d'évaluation du niveau de connaissances de 4 points (de « bien informé(e) » à « pas vraiment informé(e) »).

La relation entre les connaissances financières autoévaluées et celles mesurées objectivement a été examinée à l'aide d'une analyse de corrélation, laquelle a démontré une association faible entre les deux mesures (coefficient de corrélation de Pearson¹ d'environ 0,12). Cela indique que les connaissances perçues et réelles sont largement distinctes, plutôt qu'étroitement harmonisées. L'inspection visuelle de la distribution a permis d'appuyer encore davantage cette constatation, les répondants étant répartis dans toutes les combinaisons de connaissances objectives et autoévaluées élevées et faibles. Afin de définir ces regroupements, des seuils ont été établis selon la distribution empirique de chaque mesure, en utilisant des points de coupure permettant de distinguer raisonnablement les niveaux « plus élevés » et « plus faibles ». Les répondants ayant obtenu de 0 à 3 bonnes réponses ont été classés comme ayant des connaissances financières objectives plus faibles, alors que ceux ayant obtenu 4 ou 5 bonnes réponses ont été classés comme ayant des connaissances financières plus élevées. Cette approche a permis de révéler des segments diamétralement opposés significatifs, à savoir les personnes qui semblent plus confiantes que ne le suggèrent leurs connaissances objectives, et celles qui sont moins confiantes malgré le fait qu'elles démontrent des connaissances objectives solides.

Les **tailles des populations des segments** sont déterminées par le pourcentage de répondants classés dans chaque groupe en fonction des résultats combinés relatifs à leurs connaissances financières autoévaluées et objectives.

Au sein des personas d'utilisateurs, des variables supplémentaires ont été sélectionnées pour fournir plus de profondeur et de nuance. Ces variables ont été choisies en fonction de l'ampleur des différences observées entre les segments, en misant sur la définition de tendances significativement distinctes. L'accent a été mis sur la taille de l'effet pour mettre en évidence les différences importantes d'un point de vue pratique et qui permettent aux segments de se démarquer les uns des autres, afin de veiller à ce que les personas soient distincts et faciles à interpréter. Les questions (et variables) suivantes, issues de l'*Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024* de l'ACFC, ont été utilisées au sein des personas :

Tableau A3

Question du sondage	Texte de la question	Catégories de réponse
gender_plus	Genre +	Homme+; Femme+;
DM_Q03	Êtes-vous né(e) au Canada?	Oui; Non; Je ne sais pas; Je préfère ne pas répondre.
age_combined	âge combiné	18 à 24; 25 à 29; 30 à 34; 35 à 44; 45 à 54; 55 à 64; 65 et plus.
DM_Q02	Quel est votre statut marital actuel?	Légalement marié(e) (et non séparé(e)); Vivant avec un partenaire (union libre); Séparé(e), mais toujours légalement marié(e); Divorcé(e); Veuf(veuve); Célibataire (jamais marié(e)).
DM_Q08	Quel est le niveau d'études le plus élevé que vous avez atteint?	Moins qu'un diplôme d'études secondaires; Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent; Études collégiales ou universitaires sans diplôme, certificat ou grade (y compris une école de commerce, une école professionnelle ou technique, un cégep ou une université); Diplôme ou certificat d'études collégiales (y compris les écoles de métiers, professionnelles ou techniques, ou les cégeps); Diplôme universitaire de premier cycle; Diplôme universitaire de deuxième cycle (y compris les diplômes professionnels).
AD_Q01_N	Êtes-vous actuellement propriétaire ou locataire de votre logement?	Propriétaire, avec une hypothèque; Propriétaire, sans hypothèque; Locataire; Autre.
income_cat	Veuillez indiquer le revenu total de votre ménage, avant impôts et déductions, pour l'année se terminant le 31 décembre 2023.	Moins de 60 000 \$; 60 000 \$ et plus.

Les questions suivantes ont également été utilisées pour préciser davantage les contextes financiers individuels des personas.

Tableau A4

Question du sondage	Texte de la question
Stress_A	En pensant spécifiquement à votre situation financière, comment évaluez-vous votre niveau actuel d'anxiété, de stress ou d'inquiétude lié à vos finances?
FWB_Q01	Compte tenu de ma situation financière, j'ai l'impression que je n'aurai jamais les choses que je veux dans la vie : À quel point les énoncés suivants vous décrivent-ils, vous ou votre situation financière?
FWB_Q04	Il me reste de l'argent à la fin du mois : À quelle fréquence ces énoncés s'appliquent-ils à vous?
FWB_Q05	Mes finances contrôlent ma vie : À quelle fréquence ces énoncés s'appliquent-ils à vous?
OE_Q10_N	Au cours des 12 derniers mois, avez-vous payé l'intégralité de votre carte de crédit chaque mois?
OE_Q15_N_credit	Paiements minimaux des cartes de crédit : Au cours des derniers 12 mois, vous est-il arrivé de manquer un ou plusieurs des paiements suivants pendant un ou plusieurs mois consécutifs?
AD_Q07	Avez-vous actuellement un régime enregistré d'épargne-retraite (REER) ou un fonds enregistré de revenu de retraite (FERR)?
RP_Q01	Vous préparez-vous financièrement pour votre retraite, soit grâce à un régime de pension d'un employeur, soit par vos propres moyens?
RP_Q08	Avez-vous une bonne idée de la quantité d'argent dont vous aurez besoin pour maintenir le niveau de vie que vous désirez à votre retraite?
RP_Q15_N	Quelle est votre principale source de revenus à la retraite?
AD_Q07_N_1	Possédez-vous un ou plusieurs des actifs suivants? – Compte d'épargne libre d'impôt (CELI)
AD_Q07_N_3	Possédez-vous un ou plusieurs des actifs suivants? – Investissements (actions, obligations, dépôts à terme, CPG, fonds commun de placement autre que des REER)
AD_Q11_N_3	À part une hypothèque sur une résidence principale, avez-vous l'un des types de dettes suivants? Soldes impayés sur des cartes de crédit
QAD_Q17_N_2	Lesquelles des mesures suivantes avez-vous prises pour payer plus rapidement votre dette, autre que votre hypothèque?

Deuxième phase – Entrevues qualitatives auprès d'utilisateurs

Lors de la deuxième phase, Environics Research a mené des entrevues de test d'utilisabilité et d'expérience utilisateur auprès de participants anglophones et francophones afin d'évaluer l'efficacité et l'efficience d'exécution de tâches dans cinq (5) sections de contenu sélectionnées. Environics Research a mené trente-six (36) entrevues virtuelles structurées auprès de Canadiens, du 1^{er} au 18 décembre, afin d'évaluer la section « Argent et finances » du site Web du gouvernement du Canada. Les principaux objectifs consistaient à évaluer la réussite de l'exécution de la tâche et l'efficacité du style rédactionnel du site Web. Lors des vingt-et-une (21) entrevues portant sur le test d'utilisabilité, les participants ont été invités à localiser six (6) pages précises dans la section « Argent et finances » du site Web officiel du gouvernement du Canada, pendant que l'animateur observait le niveau de difficulté, les moments de confusion et la capacité des participants à trouver la bonne page Web. Les quinze (15) entrevues restantes visaient à explorer des sujets plus vastes liés à l'expérience utilisateur, notamment l'aisance et la confiance des participants à l'égard des termes et des situations financières,

les premières impressions de la navigation du site, les perceptions relatives au style rédactionnel, les prochaines étapes possibles après la consultation des renseignements et les recommandations d'améliorations.

L'échantillon était équilibré selon la région, le genre, le groupe d'âge et la langue, sept (7) entrevues ayant été réalisées auprès de résidents francophones du Québec. Les entrevues ont été réalisées auprès de participants issus de différents groupes démographiques afin d'obtenir un échantillon équilibré et diversifié, qui s'harmonise largement avec les pourcentages de populations du recensement et est conforme aux pratiques exemplaires en matière de recherche qualitative. D'autres facteurs, comme le revenu, le niveau de scolarité, l'expérience à l'égard des produits financiers et l'expérience au Canada ne sont pas indiqués dans le tableau, mais ont été inclus dans le questionnaire de recrutement pour équilibrer les autres catégories.

Chaque entrevue a duré de quarante-cinq (45) minutes à une (1) heure, et les participants se sont vu offrir la somme de 125 \$ en guise de remerciement pour le temps consacré à l'étude.

Tableau A5 – Profil des entrevues auprès d'utilisateurs

Le tableau suivant présente la répartition des entrevues réalisées en fonction des principales variables démographiques.

Caractéristique	Catégorie	Entrevues de test d'utilisabilité	Entrevues d'expérience utilisateur
Sexe	Femmes	12	7
	Hommes	9	7
Âge	18 à 34 ans	5	6
	35 à 44 ans	9	6
	55 ans et +	7	3
Région	Ontario	7	6
	Québec	3	4
	Prairies (AB/SK/MB)	3	3
	C.-B./ T.N-O	6	1
	Atlantique (N.-É., N.-B., Î.-P.-É., T.-N.-L.)	2	1
Langue	Anglais	18	11
	Français	3	4
Total		21	15

Annexe B : Guide relatif aux personas d'utilisateurs

S'inspirant des constatations quantitatives et qualitatives, la section suivante décrit la manière d'interpréter chaque persona et met en évidence les sources renseignant leur mise au point.

Résumé (B) : Aperçu du segment.

Description (S) : Description générale du persona, selon les segments quantitatifs.

Taille de la population (S) : Pourcentage que représente le segment au sein de la population générale.

Autoévaluations (I) : Les participants interviewés devaient s'évaluer à l'aide de ces trois (3) échelles. La moyenne des résultats est présentée ici.

Mentalité financière (S) : Ces renseignements proviennent de *l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024*, qui visait à évaluer les écarts entre les connaissances financières autoévaluées et le score objectif en littératie financière.

Relation avec l'intelligence artificielle (IA) (I) : Résumé des réponses issues des entrevues de test d'utilisabilité et d'expérience utilisateur.

Attentes à l'égard du site Web de l'ACFC (I) : Résumé des réponses issues des entrevues de test d'utilisabilité et d'expérience utilisateur.

Navigation et tests A-B (I) : Résumé des réponses issues des entrevues de test d'utilisabilité et d'expérience utilisateur.

Communication avec ce segment (I) : Recommandations concernant la meilleure façon de communiquer avec les Canadiens de ce segment.

Principal facteur de motivation lors de la recherche de renseignements financiers (B) : Principale raison pour laquelle ce segment pourrait rechercher des renseignements financiers, d'après les résultats issus des entrevues auprès d'utilisateurs.

Principal obstacle lors de la recherche de renseignements financiers (B) : Principal obstacle rencontré lors de la recherche de renseignements financiers pertinents, d'après les résultats issus des entrevues auprès d'utilisateurs.

Parcours (I) : Un aperçu étape par étape du parcours de ce segment de répondants – de la question de déclenchement à la définition de leurs besoins, en explorant les circonstances qui ont pu les mener au site Web de l'ACFC, les principaux obstacles rencontrés en cours de route, leurs réussites et les prochaines étapes potentielles.

Réussite de la tâche (I) : Réussite moyenne de la navigation vers les trois sections du site Web évaluées.

Légende :

(S) – Renseignements issus de *l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024 de l'ACFC*

(I) – Renseignements issus des entrevues d'expérience utilisateur ou de test d'utilisabilité de 2025

(B) – Renseignements groupés issus de *l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2024 de l'ACFC et des entrevues auprès d'utilisateurs de 2025*.

Annexe C : Questionnaire de recrutement pour la recherche qualitative

Groupe Environics Research

Test utilisateurs individuels/Modèles de parcours individuels – Hiver 2025

Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC)

PN12477

Recrutement pour les entrevues

Nom du répondant : _____
 # tél. maison: _____
 # tél. travail: _____
 Type d'entrevue : _____
 Recruteur : _____

Entrevues de test d'utilisabilité	Entrevues d'expérience utilisateur
45 minutes	45 minutes
20 personnes à recruter	15 personnes à recruter
1er décembre – 16 janvier	1er décembre – 16 janvier
Incitatif de 125 \$	Incitatif de 125 \$

Bonjour/Hello, je m'appelle _____ de Trend Research, un partenaire d'Environics Research. Nous menons une série d'entrevues avec des Canadiens au nom du gouvernement du Canada afin de tester l'information sur des sujets financiers. Voulez-vous continuer cette conversation en français ? / Would you like to continue this discussion in English?

Nous cherchons à parler à des Canadiens de 18 ans ou plus. Avez-vous au moins 18 ans? SINON : Puis-je parler à quelqu'un de 18 ans ou plus ? Cette étude est un projet de recherche, et non une tentative de vendre ou de commercialiser quoi que ce soit. Votre participation à la recherche est entièrement volontaire, confidentielle, et votre décision de participer ou non n'affectera pas les relations que vous pourriez avoir avec le gouvernement.

Le format sera une entrevue par appel visioconférence sur Zoom, animée par un professionnel d'Environics Research. Pouvons-nous avoir votre permission de vous poser, à vous ou à quelqu'un d'autre dans votre foyer, une question supplémentaire pour voir si vous/cette personne correspond à notre étude? Cela prendra environ 5 minutes.

Oui 1 **CONTINUER**
 Non 2 **MERCI/ARRÊT**

L'entrevue durera un maximum de 45 minutes, et vous recevrez un cadeau en argent de 125 \$ pour vous remercier d'avoir complété l'entrevue.

Un enregistrement de la séance sera réalisé à des fins de recherche. L'enregistrement sera utilisé uniquement par les professionnels de la recherche pour aider à préparer un rapport sur les résultats de la recherche et sera détruit une fois le rapport terminé. Toutes les informations recueillies, utilisées et/ou divulguées seront utilisées uniquement à des fins de recherche et administrées conformément aux exigences de la Loi sur la protection de

la vie privée. Environics Research a une politique de confidentialité qui peut être consultée à <https://environicsresearch.com/privacy-policy/> (le lien est disponible en anglais seulement).

[NOTE DE L'INTERVIEWEUR : SI ON VOUS INTERROGE SUR LES LOIS SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE, DITES : « Les renseignements recueillis lors de la recherche sont protégés par les dispositions de la Loi sur la protection de la vie privée, la législation du gouvernement du Canada et les dispositions de la législation provinciale pertinente sur la vie privée.] Environics est membre du Conseil de recherche et d'intelligence marketing Canadien (CRIC) et respecte toutes ses normes; le projet est enregistré auprès du CRIC sous le numéro 20260225-EN406

NB : Si un participant demande des informations sur la compagnie de recherche qui mène la recherche, on peut lui dire : Environics Research est située au 366, rue Adélaïde Ouest, bureau 101, Toronto, Ontario, et peut être joignable au 416-920-9010.

Oui.....1 – **CONTINUER**

Non..... 2 – **MERCI/TERMINER**

1. Est-ce que vous ou un membre de votre foyer ou de votre famille immédiate travaillez dans :

	Non	Oui
Une firme d'étude de marché, de communication ou de relations publiques, ou une agence de publicité		
Les médias (radio, télévision, journaux, magazines, etc.)		
Un ministère ou organisme fédéral ou provincial		
Un parti politique		

SI OUI À L'UNE DES RÉPONSES CI-DESSUS – MERCI ET TERMINER

2. Nous cherchons à parler à des participants de tous âges. Pour que nous puissions faire cela correctement, puis-je avoir votre âge exact s'il vous plaît? _____ . ÉCRIRE ICI

- Moins de 18 ans **TERMINER**
- 18-24 ans 1
- 25-29 ans 2
- 30-34 ans 3
- 35-44 ans 4
- 45-54 ans 5
- 55-59 ans 6
- 60-64 ans 7
- 65-69 ans 8
- 70 ans ou plus 9

3. Quel est votre genre ?

- Homme 1
- Femme 2
- Je préfère me décrire 3

4. Êtes-vous né au Canada ?

Oui	1
Non	2

5. [S'ILS NE SONT PAS NÉ AU CANADA/NON À Q#4] Quand êtes-vous arrivé au Canada pour la première fois?

Après 2014	1
Avant 2014	1

6. Quel est votre état civil actuel ?

Marié(e)	1
Vivre avec son/sa partenaire (union de fait)	2
Séparé(e)	3
Divorcé(e)	4
Veuf/Veuve	5
Célibataire	6
Je préfère ne pas le dire	7

7. Quel était votre revenu annuel total approximatif des ménages en 2024?**LIRE**

01 - 20 000 \$ à moins de 40 000 \$

02 - 40 000 \$ à moins de 60 000 \$

03 - 60 000 \$ à moins de 80 000 \$

04 - 80 000 \$ à moins de 100 000 \$

05 - 100 000 \$ à moins de 150 000 \$

06 - 150 000 \$ à moins de 200 000 \$

07 - 200 000 \$ ou plus

99 - REFUSER/NSP/SO

8. Êtes-vous présentement propriétaire ou locataire de votre maison, ou vivez-vous selon un autre type d'arrangement (par exemple, avec vos parents)?

Locataire	1
Propriétaire	2
Autre (SPÉCIFIER)_____	3

9. Êtes-vous financièrement responsable d'enfants vivant dans votre foyer ou vivant actuellement ailleurs? Si oui, combien?

Oui	1
Non	2

10. Jouez-vous un rôle actif dans la gestion des finances de votre ménage? [Enquête sur le bien-être]

Oui	1
Non	2

11. Pourriez-vous me dire quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété? OBTENIR UN MÉLANGE

Quelques années de secondaire seulement	1
École secondaire complétée	2
Certificat d'une école de métiers	3
Quelques études postsecondaires	4
Études postsecondaires complétées	5
Diplôme d'études supérieures	6

12. Travaillez-vous (VÉRIFIEZ LES QUOTAS)?

À temps plein (35 h et +)

À temps partiel (moins de 35 h).

Personne au foyer

Étudiant(e)

Retraité(e)

Sans emploi

13. Comment évalueriez-vous votre niveau de connaissances financières?

Très connaissant(e)	1
Connaissant(e)	2
Assez connaissant(e)	3
Peu connaissant(e)	4

14. DEMANDEZ À TOUS : Quelle est votre origine ethnique? Appartenez-vous à un groupe racisé? S'ils répondent NON, demande s'ils sont autochtones.

Si l'on vous demande une définition : Un « groupe racialisé » désigne les personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou de couleur blanche ou qui n'ont pas la peau blanche. La population racisée correspond principalement aux groupes suivants : Sud-Asiatique, Chinois, Noir, Philippin, Arabe, Latino-Américain, Asiatique du Sud-Est, Asiatique occidental, Coréen et Japonais. Recrutez au moins trois personnes par type d'entrevue qui soient d'origine non européenne ou d'autres minorités visibles (c'est-à-dire chinois ou Sud-Asiatique, mais cela peut aussi inclure des Autochtones ou des Afro-Canadiens).

15. Les participants aux entrevues sont invités à exprimer leurs opinions et réflexions. À quel point êtes-vous à l'aise d'exprimer votre opinion devant un chercheur? Êtes-vous... (liste de lecture)

Très confortable	1 MINIMUM 5 PAR GROUPE
Assez confortable	2
Pas très confortable	3 TERMINER
Très inconfortable	4 TERMINER

16. Avez-vous déjà assisté à un groupe de discussion ou à une discussion individuelle pour laquelle vous avez reçu une somme d'argent, ici ou ailleurs?

- | | | |
|-----|---|---------------------------|
| Oui | 1 | MAXIMUM 5 |
| Non | 2 | (PASSER À LA Q.18) |

SI OUI, DEMANDEZ:

17. Quand avez-vous assisté pour la dernière fois à une de ces discussions?

TERMINEZ SI C'EST DANS LES 6 DERNIERS MOIS

18. À combien de groupes de discussion ou de discussions individuelles avez-vous assisté au cours des 5 dernières années ?

(PRÉCISER)

SI 5 OU PLUS, TERMINER

19. Quels étaient les sujets des groupes de discussion ou des discussions individuelles auxquelles vous avez assisté au cours des 5 dernières années?

(PRÉCISER)

POSEZ À TOUS

20. Cette entrevue exigera que les participants assistent à une visioconférence via la plateforme Zoom à l'aide d'un ordinateur de bureau, d'un portable ou d'une tablette. Vous aurez besoin d'un accès Internet dans un endroit privé et tranquille pour participer à l'étude. Nous ne pouvons pas vous fournir cette technologie. Pourrez-vous accéder à Internet pour une discussion audiovisuelle de 45 minutes à l'aide d'un ordinateur de bureau ou portable ou d'une tablette?

Oui **CONTINUER**

Non **TERMINER**

REMARQUE : UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE NE FONCTIONNERA PAS POUR CET EXERCICE

21. L'entrevue aura lieu via une plateforme de vidéoconférence appelée Zoom. Si vous n'êtes pas déjà utilisateur, Zoom peut vous demander d'installer un logiciel sur le site <https://zoom.us/download> . Vous pouvez la supprimer après le groupe de discussion si vous le souhaitez. À quel point êtes-vous expérimenté et à l'aise avec l'utilisation de la vidéoconférence Zoom ?

Très confortable 1- **CONTINUER**

Assez confortable 2 - **CONTINUER**

Pas très confortable 3 - **TERMINER**

Très inconfortable 4 - **TERMINER**

22. J'aimerais vous inviter à assister à l'entrevue. La séance sera enregistrée, et certains autres membres de l'équipe de recherche pourront également observer la séance, mais votre participation restera confidentielle. Vous devez aussi accepter de ne rien divulguer de ce qui sera discuté dans le groupe

de discussion par la suite. Si vous assistez à la séance, vous recevrez 125 \$ pour vous remercier de votre temps. Le montant vous sera envoyé électroniquement. Consentez-vous à participer au groupe de discussion ? En acceptant de participer, vous donnez votre consentement à ces procédures.

Oui **CONTINUER**

Non **TERMINER**

23. Nous vous contacterons de nouveau avant la date de la séance pour confirmer votre présence. Notez que cette invitation est pour vous personnellement et que personne ne peut vous remplacer. Consentez-vous à cela?

Oui **CONTINUER**

Non **TERMINER**

Pourriez-vous confirmer votre adresse courriel pour que je puisse vous envoyer vos identifiants pour l'application de conférence Web Zoom?

Adresse courriel : _____

VEUILLEZ RELIRE L'ADRESSE COMPLÈTE POUR CONFIRMER L'ORTHOGRAPHE CORRECTE.

(NB : Nous vous enverrons les liens au début de la semaine prochaine)

VEUILLEZ VOUS ASSURER QUE LES PARTICIPANTS SOIENT INFORMÉS DE L'HEURE DE LA SÉANCE DANS LEUR FUSEAU HORAIRE

Annexe D : Instruments de la recherche qualitative

Agence de la consommation en matière financière du Canada – Expérience utilisateur / Modèle de parcours

Guide de discussion d'entrevue

Objectif: Recueillir les commentaires des consommateurs sur certaines sections du contenu Web sélectionné et comprendre de façon générale l'expérience des Canadiens lorsqu'ils accèdent au contenu de l'ACFC. L'accent de ces entrevues sera mis sur les obstacles, les objectifs personnels et la compréhension globale.

Note: Le guide est structuré pour une entrevue de 45 minutes.

Nom: _____

Date de l'entrevue: _____

Intervieweur: _____

Langue: Anglais _____ Français _____

Genre : Homme ____ Femme ____ Préfère s'auto-décrire ____

Âge 18-34 ____ 35-49 ____ 50+ ____

Introduction (5 minutes)

Bonjour, mon nom est _____. Merci de vous joindre à moi aujourd'hui.

Je travaille pour Environics Research et mon rôle consiste à interviewer des personnes partout au Canada sur différents sujets.

L'objectif de cette entrevue est d'obtenir vos impressions sur la navigation de l'information, en particulier en lien avec des questions financières que des Canadiens comme vous pourraient avoir. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Nous explorons les expériences, les préférences et les attentes. Ce n'est pas un test de vos connaissances. Au cours de la conversation, il se peut que je vous demande de parcourir certaines parties du site Web, et je vous encourage à penser à voix haute pendant que nous avançons. Par exemple, dites-moi ce que vous cherchez, ce à quoi vous vous attendez, ce qui vous embrouille, etc.

L'entrevue durera environ 45 à 55 minutes, selon vos réponses.

Cette recherche est menée au nom de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC). Tout ce que vous me direz aujourd'hui restera anonyme. Nous rédigerons un rapport pour l'ACFC, mais il n'identifiera ni vous ni aucun autre participant par son nom. Votre identité restera confidentielle.

[MENTIONNER LES OBSERVATEURS SI PERTINENT]

Est-ce que je peux enregistrer notre conversation pour m'aider à rédiger mon rapport? Je prendrai aussi quelques notes pendant notre discussion pour me rappeler certains points. À la fin de notre discussion, vous recevrez le cadeau promis.

Avez-vous des questions avant que nous commençons?

1. Échauffement : Information financière et confiance

Lorsque vous êtes confronté à un terme ou une situation financière que vous ne comprenez pas, quel mot utiliseriez-vous pour décrire ce que vous ressentez généralement? (p.ex. : motivé, anxieux, confiant)

Lorsque vous cherchez de l'information financière (p.ex. : pour aider à expliquer les hypothèques, les cartes de crédit, les taux d'intérêt), comment procédez-vous habituellement? **SONDER** : Où allez-vous en premier? Un site Web gouvernemental? Le site Web d'une banque? Les réseaux sociaux? Des amis? Des vidéos YouTube?

À quel point habituellement vous sentez-vous confiant lorsque vous lisez des informations et des explications financières en ligne? **[SI PAS CONFIANT]** L'intimidation vient-elle davantage de la terminologie elle-même ou de la façon dont le contenu est habituellement expliqué?

Quels sujets d'information financière vous semblent les plus complexes ou intimidants?

Lorsque l'information provient d'un site Web gouvernemental, à quoi vous attendez-vous en termes de clarté, de détail ou de ton?

2. Expérience personnelle

Qu'est-ce qui rend l'information financière digne de confiance pour vous?

Qu'est-ce qui rend l'information financière pertinente pour vous? Comment doit-elle être rédigée? Y a-t-il quelque chose qui vous signale rapidement « ce n'est pas pour moi »?

Pouvez-vous penser à un exemple récent où vous cherchiez une réponse à une question complexe et où vous avez trouvé la réponse immédiatement? **[Si la personne mentionne CHATGPT ou un autre outil d'IA, demander ce qui le rend si facile à utiliser. Qu'aimez-vous dans le style d'écriture ?]** **SONDER** : Utilisez-vous ou avez-vous déjà utilisé l'intelligence artificielle (IA) pour rechercher de l'information, financière ou autre?

SI OUI : Qu'est-ce qui vous pousse à utiliser l'IA (p.ex. : information facilement accessible, bien structurée, rapide, facile à trouver et à comprendre, etc.)?

3. Questions à échelle de notation

Sur une échelle de 1 à 5, à quel point vous sentez-vous confiant lorsque vous prenez des décisions financières?

Sur une échelle de 1 à 5, à quel point vous sentez-vous à l'aise d'évaluer l'information ou les conseils financiers trouvés en ligne?

Sur une échelle de 1 à 5, à quel point est-il important pour vous de bien comprendre les détails des produits financiers (p.ex. : frais annuels, taux d'intérêt, conditions) avant de prendre une décision?

4. Exploration du site Web

Le modérateur enverra le lien vers le site Canada.ca de l'ACFC au participant.

[Argent et finances - Canada.ca](https://www.canada.ca/fr/argent-et-finances)

4.1 Impressions générales

Quels sont vos premières impressions ou sentiments en arrivant sur la page d'accueil? Qu'est-ce qui vous frappe immédiatement, que ce soit positif ou négatif?

Le design de la page d'accueil vous inspire-t-il confiance dans l'information? Pourquoi ou pourquoi pas?

Y a-t-il quelque chose qui vous a immédiatement semblé confus ou peu clair en arrivant sur cette page?

4.2 Navigation

La disposition vous semble-t-elle logique? Pourquoi ou pourquoi pas?

Comment trouvez-vous la disposition du contenu (lourde, légère, parfaite)?

Les listes à puces sont-elles utiles? / Serait-il utile d'avoir des listes à puces?

Supposons que vous vouliez en savoir plus sur les **hypothèques**. Où iriez-vous?

Sondages possibles :

- Est-ce que l'information clé ou le conseil (selon ce qui apparaît) vous semble utile?
- Est-ce que les graphiques vous semblent utiles?
- Trouvez-vous les exemples de scénarios possibles utiles ou non? (par exemple, les frais hypothécaires)
- **S'ils défilent jusqu'à cette section** : considérez-vous la liste d'avantages et inconvénients utile?

Supposons que vous vouliez en savoir plus sur les **cartes de crédit**. Où iriez-vous?

Sondages possibles :

Trouvez-vous que les tableaux expliquant les coûts sont utiles? Pourquoi ou pourquoi pas?

Supposons que vous vouliez en savoir plus sur comment **déposer une plainte auprès de votre banque**. Où iriez-vous?

Sondages possibles :

- Est-ce que vos droits en tant que consommateur sont clairement expliqués?
- Est-il clair ce que signifie déposer une plainte? Est-il clair comment déposer une plainte?
- Les étapes qui énumèrent le processus sont-elles utiles?

4.3 Test du contenu

Le modérateur aidera le participant à naviguer vers le paragraphe spécifique dans le contenu :

[\[Plaintes\]](#) « Informations clés pour vous & Quel est le rôle de l'ACFC »

[\[Cartes de crédit\]](#) « Limite de crédit »

[\[Hypothèques\]](#) « Qu'est-ce qu'une mise de fonds minimum »

Répéter les questions suivantes pour chacun des 3 paragraphes :

Quelle est votre réaction générale à ce texte? Que dit-il, dans vos propres mots?

Y a-t-il quelque chose qui porte confusion ou n'est peu clair?

Y a-t-il une façon plus simple d'expliquer cela? **SONDER** : Un graphique? Une calculatrice? Une liste étape par étape?

5. Motivations et obstacles

Qu'est-ce qui vous motive à faire défiler la page ou à rester engagé avec ce type de contenu? **SONDER** : Avez-vous trouvé le contenu utile ou pertinent?

Qu'est-ce qui vous aide à vous sentir prêt à agir ou à prendre une décision après avoir lu ce contenu?

En pensant au site Web que nous venons de consulter, qu'est-ce qui nuit à la compréhension des sujets abordés? **SONDER** : Format? Rédaction? Mise en page?

Reviendriez-vous sur ce site Web pour trouver de l'information sur ce sujet?

Qu'est-ce qui faciliterait votre compréhension?

Qu'est-ce qui vous pousse généralement à quitter une page ou à chercher ailleurs?

Si un site Web comme celui-ci ne vous donne pas ce dont vous avez besoin, où iriez-vous ensuite?

Conclusion / Recommandations

Y a-t-il autre chose que vous souhaiteriez que les sites Web comme celui-ci fasse différemment?

Quelle recommandation donneriez-vous aux concepteurs de ce site Web pour le rendre plus facile à lire ou à comprendre pour les Canadiens comme vous?

Merci d'avoir pris le temps de discuter avec moi aujourd'hui.

Agence de la consommation en matière financière du Canada — Tests d'utilisabilité du site Web

Guide d'entrevue

Objectif : Évaluer l'efficacité, l'efficience et l'expérience sur les sections clés du site. Chaque participant complète jusqu'à 6 tâches (rotation/matrice). Recueillir des mesures : réussite de la tâche, temps, erreurs/essais, difficulté perçue, confiance et raisons de la difficulté. Recueillir des commentaires qualitatifs pour soutenir le développement des personas d'utilisateurs et des cartes de parcours.

Note : Le guide est conçu pour une entrevue de 45 minutes.

Nom : _____

Date de l'entrevue : _____

Intervieweur : _____

Langue : Anglais _____ Français _____

Genre : Homme _____ Femme _____ Préfère s'auto-décrire _____

Âge : 18-34 _____ 35-49 _____ 50+ _____

Préparation du modérateur :

- Préparer les liens ou points d'entrée pour les 6 tâches assignées
- Préparer l'enregistrement et le formulaire de consentement
- Grille de rotation des tâches :

# Participant	Plaintes	Hypothèque	Hypothèque	Hypothèque	Carte de crédit	Carte de crédit
P1	CP1	M1	M2	M3	CC1	CC2
P2	CP2	M4	M5	M6	CC3	CC4
P3	CP1	M7	M8	M9	CC5	CC6
P4	CP2	M10	M11	M12	CC1	CC3
P5	CP1	M13	M14	M1	CC2	CC4
P6	CP2	M2	M3	M4	CC5	CC1
P7	CP1	M5	M6	M7	CC3	CC2
P8	CP2	M8	M9	M10	CC4	CC6
P9	CP1	M11	M12	M13	CC1	CC5
P10	CP2	M14	M1	M2	CC2	CC3
P11	CP1	M3	M4	M5	CC6	CC4
P12	CP2	M6	M7	M8	CC1	CC2
P13	CP1	M9	M10	M11	CC3	CC5
P14	CP2	M12	M13	M14	CC4	CC1
P15	CP1	M1	M2	M3	CC6	CC3
P16	CP2	M4	M5	M6	CC5	CC2
P17	CP1	M7	M8	M9	CC4	CC1
P18	CP2	M10	M11	M12	CC2	CC6
P19	CP1	M13	M14	M1	CC3	CC5
P20	CP2	M2	M3	M4	CC4	CC6

Introduction (5 minutes)

Bonjour, je m'appelle _____. Merci de vous joindre à moi aujourd'hui.

Je travaille pour Environics Research et mon rôle consiste à interviewer des personnes partout au Canada sur différents sujets.

L'objectif de cette entrevue est de tester le site Web, pas vous. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Au cours de la conversation, je vous demanderai de naviguer dans certaines parties du site Web, et je vous encourage à penser à voix haute pendant que nous avançons. Par exemple, dites ce que vous cherchez, ce à quoi vous vous attendez, ce qui vous rend confus, etc.

L'entrevue durera environ 45 minutes, selon vos réponses.

Cette recherche est menée au nom de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC). Tout ce que vous me direz aujourd'hui restera anonyme. Nous rédigerons un rapport pour l'ACFC, mais il n'identifiera ni vous ni aucun autre participant par son nom. Votre identité restera confidentielle.

[MENTIONNER LES OBSERVATEURS SI PERTINENT]

Est-ce que je peux enregistrer notre conversation pour m'aider à rédiger mon rapport ? Je prendrai aussi quelques notes pendant notre discussion pour me rappeler certains points. À la fin de notre discussion, vous recevrez le cadeau promis.

Avez-vous des questions avant que nous commençons ?

Orientation

Avant de commencer, pouvez-vous décrire brièvement comment vous utilisez habituellement les sites Web gouvernementaux comme celui-ci ? Que cherchez-vous généralement à faire ? *[Pour capter la familiarité et les attentes]*

À quel point êtes-vous à l'aise avec les sujets financiers comme les hypothèques ou les cartes de crédit ?

Est-ce que vous vous attendez à ce que l'information financière gouvernementale soit plus simple, plus détaillée ou autre chose ?

Test d'utilisabilité basé sur des tâches (~5 minutes/tâche)

Pour chacune des 6 tâches (répéter la structure ci-dessous)

Introduction de la tâche :

Voici votre tâche : *[lire la tâche mot à mot]*. Faites ce que vous feriez naturellement pour essayer de la compléter. Pensez à voix haute pendant que vous avancez.

Le modérateur note silencieusement :

- Heure de début / heure de fin (durée de la tâche)
- Succès de la tâche (succès, partiel, échec)
- Erreurs / essais / retours en arrière
- Parcours de navigation (comment y arrive-t-il ?)
- Moments de confusion
- Attentes verbalisées vs comportement observé

Questions après la tâche :

1. Difficulté : Sur une échelle de 1 à 5, à quel point cette tâche était-elle difficile ?
2. Confiance : Vous sentiez-vous confiant(e) de comprendre ce que la page vous disait ?
3. Pourquoi : Qu'est-ce qui vous a aidé ? Qu'est-ce qui a porté à confusion ou rendu cela difficile ?
4. Vérification de l'emplacement : Était-ce évident pour vous de savoir où trouver l'information ?
5. Sonde sur le parcours/persona : Si vous faisiez cela dans la vraie vie, qu'est-ce qui serait le plus important pour vous à cette étape ? Que feriez-vous ensuite ? Y a-t-il eu des éléments trop complexes ou techniques ?

[Pour capter les barrières, attentes, réactions émotionnelles, points de friction, marqueurs de confiance, comportements de prochaine étape]

Tests A/B

Lequel préférez-vous ? Et pourquoi ?

Ancienne page : [Comment déposer une plainte auprès de votre institution financière - Canada.ca](#)

Nouvelle page : Veillez noter que cette page a été créée à des fins de tests lors d'entrevues et qu'elle a depuis été supprimée.

Réflexion sur l'ensemble des tâches

En pensant à toutes les tâches complétées, laquelle vous a semblé la plus naturelle et pourquoi ?

Laquelle vous a le plus frustré ? Pourquoi ?

Y a-t-il eu des surprises ou des incohérences sur le site Web ?

Comment l'information sur ce site vous a-t-elle fait sentir ? **Sonde** : Incertain, confiant, dépassé, rassuré ?

Comment trouvez-vous la disposition du contenu (lourde, légère, parfaite)?

Est-ce qu'un résumé du contenu au haut de la page vous serait utile ou non ?

Selon vous, qu'est-ce qui rendrait ces processus plus simples ou intuitifs pour quelqu'un cherchant de l'information sur ce site Web ?

Pour ce type de tâche, utiliseriez-vous normalement l'intelligence artificielle (IA) pour trouver l'information ?

D'après ce que vous avez vu aujourd'hui, reviendriez-vous sur ce site Web à l'avenir pour obtenir des astuces financières ? Pourquoi ou pourquoi pas ? Utiliseriez-vous plutôt l'IA pour obtenir l'information ?

Remerciements

Merci d'avoir pris le temps de discuter avec moi aujourd'hui.