

Gouvernement du Canada

Rapport 1A: La confiance dans le site web Canada.ca

Confiance dans les éléments de conception de la marque Canada.ca

Bureau de la transformation numérique –#Canada.ca – juillet 2022



Canadä

L'image de marque Canada.ca

Utilisation d'éléments de conception pour accroître la notoriété de la marque Canada.ca, et la confiance dans celle-ci

Des conceptions **cohérentes** améliorent la confiance

Évaluation et comparaison de la confiance dans ce qui suit :

- Symbole du drapeau du PCIM avec le nom du gouvernement du Canada dans les deux langues officielles
 - Essentiel, très fiable, doit être en couleur, ne peut être remplacé par un mot-symbole
- Adresse URL de Canada.ca par rapport aux adresses urls comportant les lettres gc.ca
 - Importante et en train de devenir essentielle
 plus fiable que les éléments de conception
- Présence du bouton de menu n'est pas essentiel
- La méthode de Se Connecter la plus familière est la plus fiable

Mise à jour des directives pour refléter le rôle des éléments de l'identité de la marque sur Canada.ca Nouvelle méthode : étude « cliquer sur une image » dans Canada.ca

Et une étude « Expliquez vos réponses » avec vidéo



35 séances vidéos qualitatives de répondants Exemple de vidéo (39 secondes)

2 726 réponses dans le cadre de séances vidéos quantitatives via une invitation sur Canada.ca

2726 réponses quantitatives

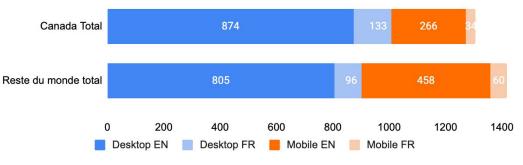
Invitation lancée à un petit groupe d'utilisateurs de Canada.ca choisis au hasard durant la période allant du 9 au 22 juin

1 307 (48 %) réponses au Canada

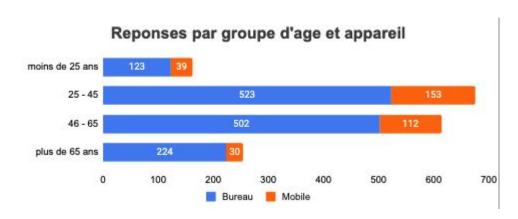
78 % des participants ont répondu en anglais

73 % des participants ont répondu à toutes les questions

Localization des répondants par type d'appareil et langue

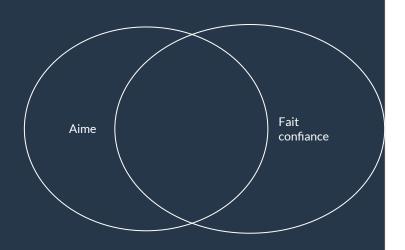


Comprend les réponses partielles et les réponses complètes



Large éventail de répondants, y compris des particuliers, des entreprises, des Premières nations, des immigrants Aucun utilisateur de lecteur d'écran n'a répondu à l'invitation de l'étude

Confiance par rapport aux préférences



Certains répondants ont été très clairs quant à la relation de confiance/préférence :

- Je peux avoir confiance en deux choix égaux mais je préférerais avoir l'un plutôt que l'autre
- Je préfère ce choix, mais est-ce qu'il m'inspire plus confiance? Non.
 Pour moi, c'est la même chose
- ON NE DOIT JAMAIS SE FIER À DES ÉLÉMENTS DE CONCEPTION DE SITES WEB! Seule l'adresse URL compte.

Les caractérisations de confiance :

- J'aime plus celle-ci à cause de ce drapeau. J'ai l'impression que c'est plus sûr
- Le drapeau a l'air plus **officiel***
- Cette image m'inspire plus confiance parce que cela semble plus professionnel
- Je ferais quand même confiance à ce site il me semble plus convivial
- Celui-ci ressemble plus à ce à quoi je m'attendrais dans le cas d'un site gouvernemental
- C'est ce que j'ai l'habitude de voir

*Le message à l'écran était le suivant : « Cliquez sur l'image à laquelle vous faites le plus confiance comme étant le site officiel du gouvernement du

Le drapeau du PCIM en haut à gauche est essentiel à la marque Canada.ca

64 % des répondants ont indiqué qu'il avaient plus confiance en raison du drapeau





Q1 Drapeau et mention GC par rapport à l'absence de logo

- Le drapeau et le logo du gouvernement m'inspirent plus confiance
- Il y a l'icône en haut, et c'est ce que je vois habituellement
- Le logo du gouvernement du Canada a l'air plus officiel
- Lorsqu'il y a un drapeau canadien dans le coin supérieur gauche, je suis convaincu qu'il s'agit du vrai site web

De nombreuses mentions dans les commentaires libres à la fin du sondage :

- Gardez la mention « Le gouvernement du Canada » avec le drapeau dans le coin supérieur gauche. Cela renforce l'authenticité, l'autorité et la crédibilité sur Internet.
- Je regarde la bannière avec le texte Gouvernement du Canada et l'illustration en couleur du drapeau

28 % ont répondu que leur niveau de confiance était le même

Le drapeau du PCIM doit être en couleur - peu d'utilisateurs font confiance au noir et blanc

74 % des utilisateurs font davantage confiance aux drapeaux de couleur





Q5 PCIM rouge par rapport à noir et blanc

- Le premier avec le drapeau rouge
- Je suis habitué au drapeau rouge du Canada
- Pourquoi le drapeau est-il en noir? Je n'aime absolument pas ça
- Cela va avec la page (pointe vers le PCIM noir et blanc), mais je préfère en fait celui-ci (drapeau rouge). Il y a quelque chose de bizarre là.

La question a touché une corde sensible – de nombreuses mentions dans les commentaires finaux :

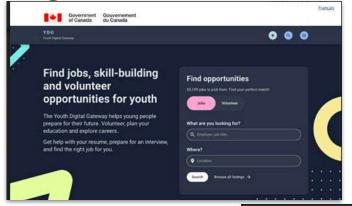
- Le drapeau devrait être en couleur et pas petit
- Le drapeau en haut à gauche devrait être en couleur
- Le drapeau à feuille d'érable rouge est le plus fiable
- En outre, le drapeau doit être de couleur rouge et blanche et jamais noir et blanc.

21 % des répondants ne voient pas de différence

Le mode sombre donne des résultats similaires dans les séances vidéo

14 des 18 répondants interrogés par vidéo font plus confiance au drapeau

rouge sur fond blanc



Question posée uniquement dans les vidéos initiales supprimée car les réponses étaient les mêmes que pour la O5 sur le noir sur blanc

- Je ferais plus confiance à celui-ci. Trop de noir rend le tout confus
- Le symbole du Canada se distingue davantage sur ce
- Sur celle-ci, il est difficile de voir l'icône réelle car elle se fond dans l'arrière-plan. Le rouge et blanc m'inspire plus confiance. 2 de 18

Celui-ci est rouge et blanc, l'autre est caché

- Celui-ci indique clairement qu'il s'agit du gouvernement du Canada – il n'est pas très visible sur les autres sites
- Cela donne un mauvais aspect au logo du gouvernement, je préfère que la partie supérieure soit blanche



2/18 a choisi 'Même'

Le drapeau inspire beaucoup plus confiance comme logo que le mot-symbole

66 % dans le reste du monde font plus confiance au drapeau 54 % au Canada



11 % dans le reste du monde 14 % au Canada



Q2 PCIM par rapport au mot-symbole (vidéos)

- Le site avec le gouvernement du Canada dans les deux langues et le drapeau m'inspire plus confiance
- L'utilisation du drapeau est plus logique, l'autre ne semble pas officiel
- La mention Gouvernement du Canada m'inspire plus confiance
- C'est une question difficile. C'est un symbole reconnu, mais c'est que je suis le plus habitué à voir
- La mention du gouvernement du Canada dans les deux langues officielles et le drapeau m'inspirent plus confiance

L'adresse URL Canada.ca est la plus fiable au Canada et dans le monde

60 % des répondants font plus confiance à l'adresse URL



21 % ne voient pas de différence

Q4 Familiarité, simplicité adresse URL – commentaires vidéo

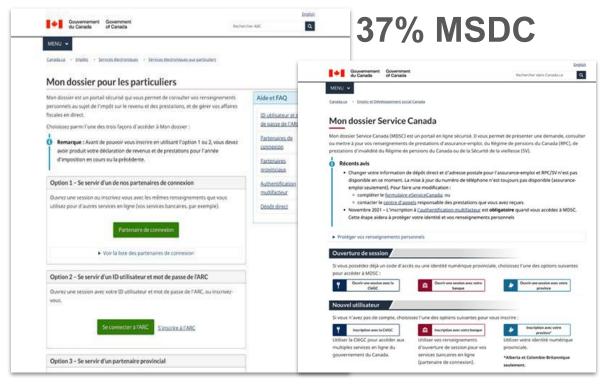
- L'adresse Canada.ca semble plus authentique
- L'adresse inclut le mot Canada
- Je fais confiance à Canada.ca parce que je suis sûr que c'est le gouvernement
- Si vous voyez Canada.ca, vous savez que c'est plus légitime, plus digne de confiance

De nombreux répondants ont souligné l'importance de l'adresse URL dans les commentaires finaux

- L'adresse url, canada.ca, est une garantie
- L'adresse URL comprend et commence par canada.ca. Toute autre adresse me fait craindre que le site ne soit pas officiel ou qu'il soit usurpé
- Conservez une seule adresse URL
- Ce n'est vraiment pas une bonne idée de s'appuyer sur le design – Apprenez aux gens quelles sont les bonnes URL et ne les changez pas!

La familiarité améliore la confiance, l'incohérence la compromet.

43% font davantage confiance à le bouton 'Se Connecter' du ARC



Q11 ARC vs MDSC Connexion
De nombreux Canadiens utilisent les deux
comptes, si bien qu'en faisant davantage
confiance à un modèle familier, on risque
de diminuer la confiance dans l'autre

- Aiee yi yi yi ... la droite (ARC) ressemble plus à ce que j'ai l'habitude de voir.
- c'est plus visible ici (ARC) mais peut-être que je suis plus habitué au look

Comme pour les recherches précédentes de Canada.ca, les commentaires finaux mentionnent la cohérence et les alertes:

- il est important d'être cohérent
- NE CHANGEZ PAS TROP, LES GENS S'HABITUENT À L'UNE D'ELLES ET SI ELLE EST DIFFÉRENTE, ILS SUPPOSENT QU'IL S'AGIT D'UNE FRAUDE
- Cohérence une mise en page différente me fait douter du contenu.
- **CONSISTENCY.** Announcement for change in design as quick confirmation it's not a phishing site.

20% Identique (Canadiens sur ordinateur de bureau, n = 899)

Le bouton de menu n'est pas essentiel à la marque Canada.ca

41 % des répondants ont choisi « Même » - beaucoup n'ont pas vu de différence

38 % bouton de menu



20 % pas de bouton de menu



Q6 Seule question où la réponse « Même » a été sélectionné plus souvent que l'une ou l'autre des images

- Je vois le menu sur la page de droite, mais les deux sont identiques d'après moi
- Les deux images se ressemblent, sauf que l'une d'entre elles n'a pas de bouton de menu
- Le fait d'avoir un bouton de menu semble plus convivial, donc je fais plus confiance à cette image
- Sans le bouton de menu, la page semble plus professionnelle et digne de confiance

Les répondants nous ont rappelé que le SERVICE est l'élément le plus important

De nombreux répondants ont mentionné l'expérience utilisateur dans les commentaires finaux :

- Veuillez concevoir votre projet du point de vue de l'expérience utilisateur plutôt que du point de vue du service.
- La facilité d'utilisation est le plus important. Meilleure UX/UI. Une police plus grande, s'il vous plaît.
- Essayez toujours de faire simple. Inclure la conception UX UI.
- Seul le gouvernement fédéral a besoin de ce genre d'information pour concevoir son site web. Concentrez-vous sur l'amélioration de la FONCTIONNALITÉ
- Une page web bien conçue qui donne des indications claires est digne de confiance. Des instructions complexes avec de multiples options ésotériques ou des liens vers des pages difficiles à trouver ne sont pas dignes de confiance.
- Je recherche la clarté et la facilité d'utilisation et cet exercice est utile. Merci

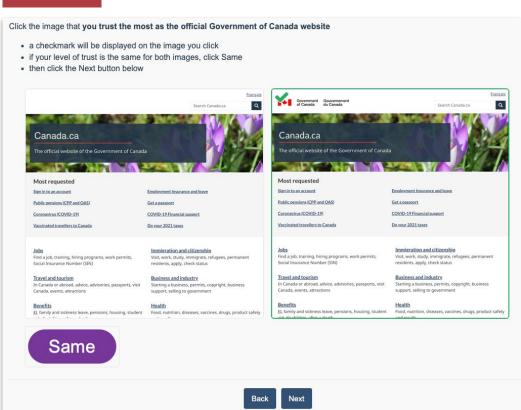
La situation du service des passeports est clairement en tête des préoccupations :

- Facilitez le renouvellement des passeports.
- Il devrait être possible de renouveler un passeport en ligne. Nous sommes en 2022, bon sang. Il est inacceptable de devoir faire la queue.
- Renouvellement des passeports en ligne dès maintenant!

Prochaines étapes :

- Mettre à jour les directives sur la promotion de l'image de marque Canada.ca pour exiger que le symbole du drapeau du PCIM soit en couleur avec le logo
 - Conseils pour le mode sombre
- Poursuivre les efforts pour faire progresser l'adoption de Canada.ca et l'utilisation de l'adresse URL
- Le bouton de menu semble déjà « non essentiel »
- Utiliser les résultats du sondage sur la réussite des tâches et les commentaires sur les pages pour améliorer le service
- Une étude plus approfondie est nécessaire sur le rôle polarisant de l'imagerie dans la confiance – Rapport 1B à venir

Expérience du sondage pour les répondants



Le mobile et l'ordinateur de bureau commencent tous deux par Q1 Federal Identity (FIP) EN Desktop: https://survey.alchemer-ca.com/s3/50148696/04bc9bdf5264

FR: https://survey.alchemer-ca.com/s3/50148697/0dba46085312



Les questions ultérieures sont aléatoires et contrebalancées, les données démographiques sont demandées à la fin et n'incluent donc pas tous les participants

EN Mobile https://survey.alchemer-ca.com/s3/50147849/3cf498efadf7 FR:https://survey.alchemer-ca.com/s3/50148688/6fd28860fb2d

Types de répondants

Utilisation du site Canada.ca en tant que :	Canada	Reste du monde	
Personne/famille	735	492	Personne/famille
Premières Nations, Inuits et Métis	15	6	Premières Nations, des Inuit et des Métis
Immigrant potentiel	37	196	Demandeur d'immigration
Demandeur d'emploi	27	77	Demandeur d'emploi
Universitaire/chercheur/étudiant	32	81	Universitaire/chercheur/étudiant
Employé du gouvernement fédéral	22	8	Employé du gouvernement fédéral
Employé d'un gouvernement provincial ou municipal	8	3	Employé du gouvernement provincial ou municipal
Organisation non gouvernementale	9	3	Organisation non gouvernementale
Entreprise	74	22	Entreprise
Médias	3	3	Médias
Autre – veuillez préciser	27	31	Autre - Inscrivez-le

Sondage sur les lecteurs d'écran et l'accessibilité

22 personnes ont accidentellement utilisé le lien vers la version lecteur d'écran du sondage, mais aucune n'a répondu avec un contexte de lecteur d'écran.

Leurs données n'ont pas été analysées

Prochaine fois : Dans la première question de la version pour lecteur d'écran du sondage, demandez quel type de lecteur d'écran ou d'appareil d'assistance vous utilisez. De cette façon, si un véritable utilisateur de lecteur d'écran répond, c'est clair.

La version pour lecteurs d'écran comportait deux questions simples – l'intention initiale était d'utiliser des liens « cachés » pour les utilisateurs de lecteurs d'écran dans l'invitation affichée sur Canada.ca, mais cela s'est avéré impossible. Au lieu de cela, le lien a été ajouté à la page d'instructions de l'enquête.

Lecteur d'écran FR

https://survey.alchemer-ca.com/s3/50147012/68fc8d5fcaf1

Screenreader EN

https://survey.alchemer-ca.com/s3/50147012/b131649259d9

Liens vers des données détaillées, des clips vidéo et des images

Liens vidéo et transcriptions des séances qualitatives

Données démographiques

Données détaillées par question, au Canada et dans le reste du monde