

NETendances 2012

UNE INITIATIVE DU



LE GOUVERNEMENT EN LIGNE : DES DÉFIS À L'HORIZON

VOLUME 3 - NUMÉRO 4

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

VOTRE PORTE D'ENTRÉE AUX SERVICES GOUVERNEMENTAUX



www.gouv.qc.ca



- [Service québécois de changement d'adresse](#)
- [Créer son entreprise](#)
- [Mon dossier citoyen](#)
- [Certificat de naissance](#)
- [Urgence Québec](#)
- [Devenir parent](#)
- [S'installer au Québec](#)
- [Que faire en cas de décès?](#)
- [Programmes et services pour les aînés](#)
- [Personnes handicapées](#)
- [Perdre son autonomie](#)
- [Vivre en logement](#)



TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----------|
| FAITS SAILLANTS | 4 |
| LA VISITE DES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX: DES SIGNES DE STAGNATION | 5 |
| Les sites Web du gouvernement du Québec attirent plus d'internautes | 5 |
| Des citoyens plus difficiles à rejoindre en ligne | 5 |
| Profil de fréquentation des sites Web gouvernementaux | 6 |
| POPULARITÉ DES ACTIVITÉS EN LIGNE EN LIEN AVEC LE GOUVERNEMENT .. | 7 |
| Certaines activités progressent depuis 2010 | 7 |
| Les communications entre les citoyens et l'administration publique restent un défi | 7 |
| Profil de l'utilisation des sites Web gouvernementaux | 8 |
| IMPORTANCE DE CERTAINS CRITÈRES DE NAVIGATION SUR LES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX | 9 |
| Environnement sécurisé et protection de la vie privée toujours en tête | 9 |
| Certains groupes d'internautes sont plus exigeants | 9 |
| Profil des internautes selon l'importance de certains critères de navigation | 10 |
| POINT DE VUE DES INTERNAUTES SUR LA FACILITÉ ET LA SÉCURITÉ DES TRANSACTIONS EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT | 11 |
| Facilité à faire des transactions en ligne: une perception perfectible | 11 |
| Sécurité: le gouvernement du Québec est bien perçu | 11 |
| Code d'usager et mot de passe uniques: mieux perçu chez les internautes qui font des transactions en ligne | 11 |
| Profil selon l'évaluation d'aspects transactionnels en ligne avec le gouvernement du Québec | 12 |
| COMMUNICATIONS EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT | 13 |
| Intérêt faible pour les communications sur des médias sociaux tels que Facebook, Twitter ou LinkedIn | 13 |
| Des avis partagés quant à l'intérêt d'une boîte de courriel sécurisée | 13 |
| DÉFIS ET ENJEUX | 14 |

MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser le volet «Gouvernement en ligne» de l'enquête *NETendances*, nous avons fait appel à plusieurs collectes de données (mai, novembre et décembre 2012) au cours desquelles nous avons interrogé au téléphone environ 1000 adultes québécois. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants, afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,1\%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,6\%$ pour la base des internautes, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en 5 grandes régions: la **RMR de Montréal** (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]); la **RMR de Québec** (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]); l'**Est du Québec** (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine); le **Centre du Québec** (la Mauricie, l'Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]); et l'**Ouest du Québec** (l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

NOTES EXPLICATIVES

- Adultes québécois: ensemble des répondants de 18 ans et plus, qu'ils utilisent Internet ou non.
- Internautes québécois: personnes de 18 ans et plus qui utilisent Internet.
- Données comparatives de 2011: les collectes de données ont été réalisées en février et en novembre 2011 auprès de 1 000 adultes chaque fois et de 782 internautes québécois en février et 848 en novembre. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants, afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, est de $\pm 3,6\%$, 19 fois sur 20.

LE GOUVERNEMENT EN LIGNE: DES DÉFIS À L'HORIZON

L'enquête *NETendances 2012* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par Adviso, le Mouvement des caisses Desjardins, Services Québec et TELUS.

COLLABORATION

ÉQUIPE DU PROJET

Josée Beaudoin
Vice-présidente, Innovation et Transfert, CEFRIO
Supervision du projet

Claire Bourget
Directrice à la recherche marketing, CEFRIO
Coordination du projet

Mélanie Fontaine
Chargée de projet, CEFRIO
Analyse des données et rédaction

Raphaël Danjou
Directeur de la veille stratégique, CEFRIO

Aurélien Jean
Stagiaire à la veille stratégique, CEFRIO

AVIS D'EXPERTS

Adviso

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme
Directeur des communications et des relations avec les partenaires, CEFRIO

Annie Lavoie
Conseillère en communication, CEFRIO
Coordination de l'édition

Tony Bureau
Révision linguistique

Brigitte Ayotte, Ayograph
Graphisme

Merci à l'équipe de BIP pour sa collaboration à la collecte et au traitement des données ainsi qu'à l'équipe d'Adviso pour ses avis d'experts.

Dépôt légal: 2012
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN (version imprimée) 1923-6565
ISSN (PDF) 1923-6573
La version PDF de ce numéro sur le gouvernement en ligne peut être téléchargée dans la section «Publications» du site Web du CEFRIO: www.cefrio.qc.ca.

L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite du CEFRIO.

Photo de la couverture:
Shutterstock/©kurhan

FAITS SAILLANTS

LE GOUVERNEMENT EN LIGNE MAINTIEN SES USAGERS

En 2012, les internautes québécois ont été 78,1% à visiter un site Web gouvernemental. Depuis 2010, cette activité conserve la même proportion d'usagers, qui avoisine les 80%. Cependant, cela démontre aussi une certaine stagnation. Les internautes qui utilisent le gouvernement en ligne sont plus nombreux au palier provincial (67,3%) qu'aux paliers fédéral (58,1%) ou municipal (43,4%).

DES ACTIVITÉS GÉNÉRALEMENT STABLES ENTRE 2011 ET 2012

Au cours de la dernière année, les internautes québécois ont été 80,4% à réaliser au moins une activité en lien avec le gouvernement. Plus spécifiquement, 69,0% d'entre eux ont recherché des informations sur un site Web gouvernemental, 35,2% ont réalisé des transactions et 35,0% ont utilisé leurs dossiers gouvernementaux; des activités qui sont stables par rapport à 2011. Activité la moins populaire parmi celles mesurées, la communication en ligne avec l'administration publique d'un des ordres de gouvernement a été pratiquée par 14,8% des internautes au cours de la dernière année, soit une légère baisse de l'ordre de 4,5 points de pourcentage par rapport à son niveau de 2011. Les internautes sont par ailleurs 62,4% à avoir consulté de la documentation sur des programmes ou sur des services gouvernementaux, une activité nouvellement mesurée cette année.

ENVIRONNEMENT SÉCURISÉ ET PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE TOUJOURS EN TÊTE

L'environnement sécurisé et la protection de la vie privée demeurent au sommet des critères de navigation sur des sites Web gouvernementaux, puisque les internautes y ont accordé une note moyenne de 8,8 sur une échelle de 0 à 10, où 10 signifie que le critère est très important et 0 qu'il ne l'est pas du tout. Toutefois, la qualité de l'information (8,5/10) et la fiabilité du site Web (8,5/10) sont des critères presque aussi importants pour les internautes québécois.

SÉCURITÉ ET FACILITÉ À FAIRE DES TRANSACTIONS AVEC LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC EN LIGNE

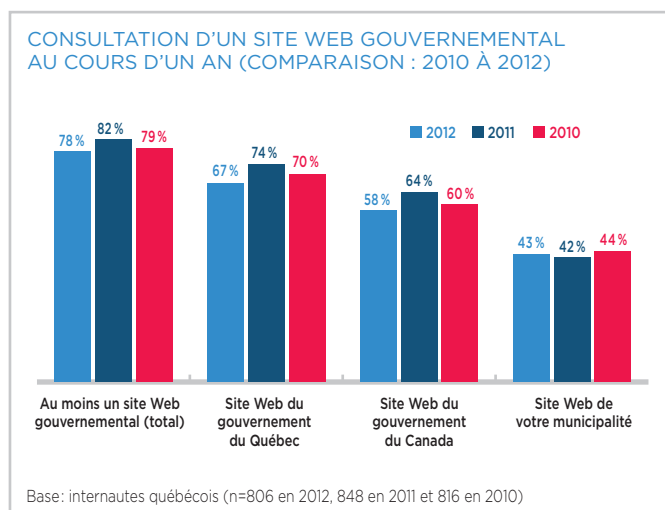
Les internautes québécois perçoivent un certain niveau de difficulté à réaliser des transactions en ligne avec le gouvernement du Québec. Sur une échelle de 0 à 10, où 10 signifie «très facile» et 0 «pas du tout facile» de faire des transactions avec le gouvernement du Québec en ligne, les internautes ont accordé une note moyenne de 6,6, et ce, qu'ils aient fait ou non une transaction en ligne avec le gouvernement, soit une note plutôt faible, mais équivalente à celle qu'ils accordaient en 2011 (6,7/10). Il est cependant mieux perçu en ce qui concerne la sécurité des transactions avec une note moyenne de 7,7/10.

LES COMMUNICATIONS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX AVEC LE GOUVERNEMENT PRÉSENTENT DES DÉFIS

Les internautes québécois ne sont pas convaincus de l'intérêt de communiquer en ligne avec le gouvernement par l'intermédiaire de médias sociaux tels que Facebook, Twitter ou LinkedIn. Est-ce parce que ce sont des moyens privés, parce que les internautes n'ont pas encore eu l'occasion de tester les possibilités offertes, ou les deux à la fois? On observe que les internautes accordent une note moyenne de 2,8/10, soit une note qui reste très faible.

LA VISITE DES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX : DES SIGNES DE STAGNATION

En 2012, les internautes québécois ont été 78,1% à visiter un site Web gouvernemental. Depuis 2010, cette activité conserve la même proportion d'usagers, qui avoisine les 80%. Cependant, cela démontre aussi une certaine stagnation.



LES SITES WEB DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC ATTIRENT PLUS D'INTERNAUTES

Chez les internautes québécois, les sites Web du gouvernement du Québec tiennent le haut du podium sur le plan de la popularité, devant les sites Web du gouvernement du Canada et les sites Web municipaux. En effet, 67,3% d'entre eux ont visité un site Web du gouvernement du Québec au moins une fois au cours de la dernière année, alors que cette proportion est de 58,1% pour les sites Web du gouvernement du Canada et de 43,4% pour les sites Web municipaux. Dans les cas du gouvernement du Québec (-6,5 points de pourcentage) et de celui du Canada (-6,2 points de pourcentage), cette proportion est cependant légèrement en baisse par rapport à 2011.

DES CITOYENS PLUS DIFFICILES À REJOINDRE EN LIGNE

Bien que 78,1% aient consulté au moins un site Web gouvernemental, quel que soit le palier, certains citoyens sont proportionnellement moins nombreux à l'avoir fait. C'est le cas des internautes de 65 ans et plus (61,0%), ou encore qui ont un revenu familial annuel inférieur à 20 000 \$ (69,8%) ou compris entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (73,5%). De plus, les internautes québécois qui sont au foyer (63,7%) ou retraités (68,8%) sont également dans cette situation. À l'inverse, les internautes ayant une formation universitaire (86,5%), ceux qui possèdent un revenu familial annuel supérieur à 60 000 \$ (86,0%), les internautes sans emploi (95,3%) tout comme ceux qui sont de la RMR de Montréal (81,4%) ont été significativement plus nombreux à visiter un site Web gouvernemental dans la dernière année.

LES INTERNAUTES CONTINUENT DE VISITER DES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX LORS DE LEURS ACTIVITÉS EN LIGNE, ET CE, À DES NIVEAUX COMPARABLES DEPUIS LES TROIS DERNIÈRES ANNÉES.

ROYAUME-UNI : UN PORTAL UNIQUE DE SERVICES GOUVERNEMENTAUX¹

À l'essai depuis un an, le site GOV.UK a officiellement démarré ses activités le 17 octobre 2012, offrant sur une seule page l'ensemble des services en ligne du gouvernement britannique. Centré sur les besoins des citoyens, et non pas sur l'organisation interne de l'administration, ce portail est le premier du genre à se concrétiser dans le monde; il devrait permettre au gouvernement de réaliser des économies de 70 millions de livres chaque année (environ 112 millions de dollars canadiens), tout en rendant l'appareil institutionnel plus flexible.

¹ EPRACTICE, « UK: Launch of GOV.UK, the first phase in the creation of a single platform for government », ePractice.eu, [en ligne], 19 octobre 2012. [http://www.epractice.eu/en/news/5399821] (Consulté le 3 décembre 2012).

PROFIL DE FRÉQUENTATION DES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX

| | AU MOINS UN SITE WEB GOUVERNEMENTAL (TOTAL) | SITE WEB DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC | SITE WEB DU GOUVERNEMENT DU CANADA | SITE WEB DE VOTRE MUNICIPALITÉ |
|-----------------------------------|---|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| Résultat global | 78,1% | 67,3% | 58,1% | 43,4% |
| Sexe | | | | |
| Homme | 79,5% | 70,1% | 60,6% | 45,2% |
| Femme | 76,7% | 64,5% | 55,6% | 41,7% |
| Âge | | | | |
| 18 à 24 ans | 79,9% | 73,6% | 67,3% | 28,9% |
| 25 à 34 ans | 82,6% | 70,2% | 60,0% | 49,9% |
| 35 à 44 ans | 83,8% | 67,1% | 62,3% | 52,4% |
| 45 à 54 ans | 75,0% | 65,4% | 53,8% | 46,1% |
| 55 à 64 ans | 78,5% | 72,6% | 58,6% | 40,4% |
| 65 ans et plus | 61,0% | 47,1% | 43,1% | 32,8% |
| Scolarité | | | | |
| Secondaire ou moins | 67,6% | 59,0% | 46,8% | 28,9% |
| Collégial | 80,2% | 69,1% | 57,6% | 49,1% |
| Universitaire | 86,5% | 74,5% | 69,7% | 54,1% |
| Revenu | | | | |
| Moins de 20 000 \$ | 69,8% | 62,3% | 55,6% | 15,6% |
| Entre 20 000 \$ et 39 999 \$ | 80,0% | 65,8% | 58,3% | 38,2% |
| Entre 40 000 \$ et 59 999 \$ | 73,5% | 64,0% | 52,3% | 42,5% |
| Entre 60 000 \$ et 79 999 \$ | 85,3% | 72,1% | 62,3% | 47,8% |
| Entre 80 000 \$ et 99 999 \$ | 83,8% | 74,5% | 62,4% | 52,7% |
| 100 000 \$ et plus | 88,1% | 78,0% | 69,4% | 62,6% |
| Région | | | | |
| Montréal (RMR) | 81,4% | 68,5% | 61,3% | 46,6% |
| Québec (RMR) | 76,5% | 71,3% | 56,0% | 43,4% |
| Est-du-Québec | 70,3% | 62,6% | 52,8% | 35,3% |
| Centre-du-Québec | 75,4% | 69,2% | 62,1% | 36,2% |
| Ouest-du-Québec | 75,0% | 61,9% | 49,2% | 44,0% |
| Langue maternelle | | | | |
| Français | 77,6% | 67,6% | 56,2% | 44,8% |
| Anglais ou autres | 78,9% | 63,7% | 65,7% | 36,9% |
| Occupation | | | | |
| Employé (services, bureau, vente) | 83,1% | 71,9% | 61,4% | 45,6% |
| Travailleur manuel | 77,7% | 66,9% | 47,4% | 41,1% |
| Professionnel | 79,4% | 67,8% | 63,0% | 47,0% |
| Au foyer | 63,7% | 55,9% | 48,1% | 40,9% |
| Étudiant | 78,9% | 70,1% | 65,7% | 33,3% |
| Retraité | 68,8% | 59,6% | 47,2% | 41,2% |
| Sans emploi | 95,3% | 81,7% | 82,9% | 32,5% |
| Avec ou sans enfant | | | | |
| Avec enfant(s) | 81,4% | 70,1% | 60,6% | 53,1% |
| Sans enfant | 76,1% | 65,6% | 56,8% | 37,9% |

LES INTERNAUTES DE 65 ANS ET PLUS POSENT D'AVANTAGE DE DÉFIS EN MATIÈRE DE GOUVERNEMENT EN LIGNE: ILS SONT SIGNIFICATIVEMENT MOINS NOMBREUX À AVOIR VISITÉ DES SITES WEB DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, DU GOUVERNEMENT DU CANADA OU DE LEUR MUNICIPALITÉ.

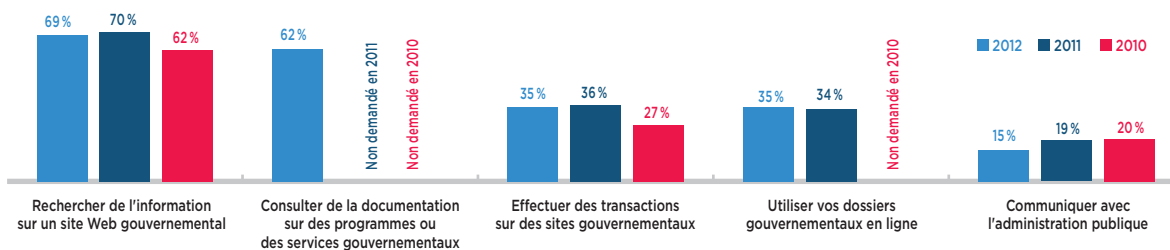
Base: internautes québécois (n=806)

En caractères **bleus gras**: résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

En caractères *bleus italiques*: résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

POPULARITÉ DES ACTIVITÉS EN LIGNE EN LIEN AVEC LE GOUVERNEMENT

ACTIVITÉS RÉALISÉES SUR UN SITE WEB GOUVERNEMENTAL AU COURS D'UN AN (COMPARAISON: 2010 À 2012)



Au cours de la dernière année, les internautes québécois ont été 80,4 % à réaliser au moins une activité en lien avec le gouvernement. Pour la plupart d'entre elles, il y a cependant peu de variations par rapport à 2011. C'est notamment le cas de la recherche d'informations sur un site Web gouvernemental (69,0%), de la réalisation de transactions sur des sites Web gouvernementaux (35,2%) ainsi que de l'utilisation des dossiers gouvernementaux (35,0%). Les internautes sont par ailleurs 62,4 % à avoir consulté de la documentation sur des programmes ou sur des services gouvernementaux, une activité nouvellement mesurée cette année.

CERTAINES ACTIVITÉS PROGRESSED DEPUIS 2010

Les internautes sont 35,2% à réaliser des transactions et 69,0% à rechercher de l'information sur des sites Web gouvernementaux. Comparativement à 2010, ces activités sont en hausse de 8,6 points de pourcentage dans le cas des transactions en ligne et de 6,9 points de pourcentage en ce qui a trait à la recherche d'informations sur des sites Web gouvernementaux.

LE GOUVERNEMENT À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE: UNE INITIATIVE QUÉBÉCOISE PLEINE DE BON SENS!

La Commission des normes du travail a mis sur pied maPaye², une application mobile qui permet aux mobinautes de tenir un registre de leurs heures travaillées, que ce soit chez un ou plusieurs employeurs. En plus de faciliter le calcul et la vérification de la paye, l'application émet des alertes rappelant certaines dispositions prévues par la Loi sur les normes du travail, par exemple lorsqu'il y a des jours fériés ou lorsque l'employé atteint les heures supplémentaires. En bonus, l'employé peut partager son statut sur Facebook ou Twitter à partir de l'application lorsqu'il commence ou termine le travail. Pour les citoyens intéressés par maPaye mais qui n'ont pas d'appareil mobile, il existe ijob, qui offre des services similaires à partir d'un ordinateur!

LES COMMUNICATIONS ENTRE LES CITOYENS ET L'ADMINISTRATION PUBLIQUE RESTENT UN DÉFI

Activité la moins populaire parmi celles mesurées, la communication en ligne avec l'administration publique d'un des ordres de gouvernement a été pratiquée par 14,8% des internautes au cours de la dernière année. Les données montrent que le nombre d'internautes qui communiquent en ligne avec l'administration n'a pas varié entre 2010 et 2011, alors que l'on constate une légère baisse de l'ordre de 4,5 points de pourcentage entre 2011 et 2012. Certains groupes d'internautes sont toutefois plus enclins à s'exprimer en ligne avec l'administration publique. C'est le cas des hommes (18,1%), des internautes ayant fait des études universitaires (23,0%), ainsi que des internautes ayant un revenu familial annuel supérieur ou égal à 100 000 \$ (25,6%).

AVIS D'EXPERT

UNE IDENTITÉ DIGITALE UNIQUE, PLUS PRATIQUE, MAIS AUSSI PLUS SÉCURITAIRE

L'utilisation d'une identité unique, à la fois pratique et sécuritaire, deviendra de plus en plus incontournable si l'on veut encourager l'usage des services gouvernementaux en ligne. Le gouvernement américain a d'ailleurs déjà formulé ses recommandations pour la création d'un écosystème d'identité numérique qui impliquerait le secteur privé d'une part, et un organisme réglementaire d'autre part. Open Identity Exchange, l'organisme en question, a maintenant le rôle de certifier les fournisseurs d'identité numérique, par exemple Google ou Paypal, quant à leur respect de la sécurité, de la confidentialité et de leurs procédures opérationnelles. Bientôt, un citoyen pourra se servir des données d'identification qu'il utilise sur ces systèmes pour se connecter sur des sites gouvernementaux.

Etienne Delagrave, ergonomiste Web chez Adviso

² <http://www.mapayecacompte.com/>.

PROFIL DE L'UTILISATION DES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX

| | AU MOINS UNE ACTIVITÉ SUR UN SITE WEB GOUVERNEMENTAL (TOTAL) | RECHERCHER DE L'INFORMATION SUR UN SITE WEB GOUVERNEMENTAL | CONSULTER DE LA DOCUMENTATION SUR DES PROGRAMMES OU DES SERVICES GOUVERNEMENTAUX | COMMUNIQUER AVEC L'ADMINISTRATION PUBLIQUE | EFFECTUER DES TRANSACTIONS SUR DES SITES GOUVERNEMENTAUX | UTILISER VOS DOSSIERS GOUVERNEMENTAUX EN LIGNE |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| Résultat global | 80,4% | 69,0% | 62,4% | 14,8% | 35,2% | 35,0% |
| Sexe | | | | | | |
| Homme | 82,0% | 71,3% | 64,7% | 18,1% | 35,4% | 37,0% |
| Femme | 78,9% | 66,7% | 60,0% | <i>11,4%</i> | 35,0% | 33,1% |
| Âge | | | | | | |
| 18 à 24 ans | 79,9% | 67,9% | 62,0% | 11,2% | 24,4% | 34,8% |
| 25 à 34 ans | 88,2% | 75,9% | 68,4% | 18,7% | 44,0% | 43,3% |
| 35 à 44 ans | 81,4% | 68,0% | 66,3% | 14,3% | 41,5% | 42,7% |
| 45 à 54 ans | 81,6% | 71,5% | 61,1% | 19,0% | 36,3% | 30,7% |
| 55 à 64 ans | 81,2% | 72,9% | 62,3% | 14,2% | 34,4% | 33,3% |
| 65 ans et plus | <i>59,3%</i> | <i>45,4%</i> | <i>46,8%</i> | <i>4,4%</i> | <i>18,8%</i> | <i>16,5%</i> |
| Scolarité | | | | | | |
| Primaire ou secondaire | <i>68,8%</i> | <i>56,9%</i> | <i>51,0%</i> | 13,9% | 25,8% | 22,7% |
| Collégial | 84,9% | 69,8% | 64,1% | <i>7,1%</i> | 35,9% | 35,6% |
| Universitaire | 87,6% | 80,1% | 73,1% | 23,0% | 45,1% | 47,5% |
| Revenu | | | | | | |
| Moins de 20 000 \$ | <i>58,5%</i> | <i>49,0%</i> | <i>49,3%</i> | 16,2% | <i>17,1%</i> | <i>18,7%</i> |
| 20 000 \$ à 39 999 \$ | 82,9% | 67,3% | 63,8% | <i>9,5%</i> | 33,8% | 33,1% |
| 40 000 \$ à 59 999 \$ | <i>76,7%</i> | <i>63,3%</i> | <i>56,8%</i> | 13,8% | <i>29,8%</i> | 33,2% |
| 60 000 \$ à 79 999 \$ | 81,7% | 75,9% | 63,9% | 17,5% | 43,2% | 32,6% |
| 80 000 \$ à 99 999 \$ | 85,6% | 78,8% | 70,2% | 9,2% | 49,6% | 45,6% |
| 100 000 \$ et plus | 92,2% | 84,3% | 68,5% | 25,6% | 50,8% | 53,9% |
| Région | | | | | | |
| Montréal (RMR) | 81,5% | 71,1% | 65,0% | 14,6% | 34,3% | 39,1% |
| Québec (RMR) | 78,9% | 65,9% | 59,9% | 12,2% | 38,8% | 35,3% |
| Est-du-Québec | 72,1% | 64,8% | <i>48,3%</i> | 11,7% | 34,3% | 23,3% |
| Centre-du-Québec | 77,2% | 69,0% | 64,5% | 18,9% | 35,1% | 36,3% |
| Ouest-du-Québec | 84,7% | 66,5% | 60,7% | 14,8% | 36,2% | 27,2% |
| Langue maternelle | | | | | | |
| Francophone | 79,9% | 69,1% | 62,4% | 15,2% | 35,7% | 32,9% |
| Anglophone ou autre | 81,9% | 68,9% | 63,7% | 13,3% | 33,3% | 41,8% |
| Occupation | | | | | | |
| Employé (services, bureau, vente) | 83,6% | 75,8% | 68,4% | 17,9% | 37,4% | 36,9% |
| Travailleur manuel | 77,7% | 69,3% | 55,1% | 10,9% | <i>21,9%</i> | 24,9% |
| Professionnel | 83,2% | 69,5% | 63,2% | 16,8% | 45,9% | 45,4% |
| Au foyer | 69,8% | 58,2% | 54,6% | 8,2% | 32,7% | 26,8% |
| Étudiant | 80,6% | 67,6% | 62,3% | 13,0% | 25,7% | 34,6% |
| Retraité | <i>72,4%</i> | <i>59,8%</i> | <i>58,4%</i> | <i>7,0%</i> | <i>23,9%</i> | <i>24,4%</i> |
| Sans emploi | 81,3% | 75,1% | 70,0% | 26,5% | 44,6% | 31,0% |
| Avec ou sans enfant | | | | | | |
| Avec enfant(s) | 84,8% | 73,0% | 65,9% | 14,7% | 42,9% | 40,9% |
| Sans enfant | <i>77,9%</i> | 66,6% | 60,5% | 14,8% | <i>30,8%</i> | <i>31,7%</i> |

Base : internautes québécois (n=806)

En caractères **bleus gras** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

En caractères *bleus italiques* : résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

IMPORTANCE DE CERTAINS CRITÈRES DE NAVIGATION SUR LES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX

ENVIRONNEMENT SÉCURISÉ ET PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE TOUJOURS EN TÊTE

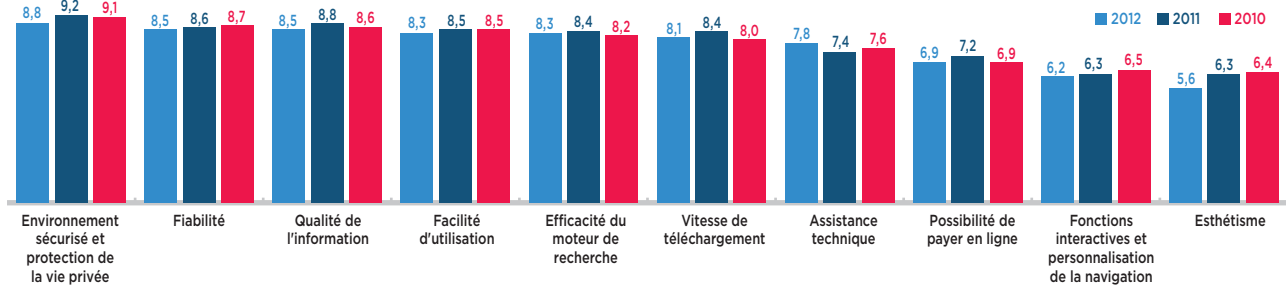
Les internautes québécois ont des attentes généralement élevées envers les sites Web gouvernementaux en matière de navigation. L'environnement sécurisé et la protection de la vie privée sont toujours en tête des critères d'importance. En effet, sur une échelle de 0 à 10, où 10 signifie que le critère est très important et 0 qu'il ne l'est pas du tout, les internautes y accordent une note moyenne de 8,8. Des critères tels que la qualité de l'information (8,5/10), la fiabilité du site Web (8,5/10), la facilité d'utilisation (8,3/10), l'efficacité du moteur de recherche (8,3/10), la vitesse de téléchargement (8,1/10) et l'assistance technique (7,8/10) sont également des aspects importants pour les internautes québécois.

Avec des notes moyennes inférieures à 7/10, la possibilité de payer en ligne (6,9/10), les fonctions interactives et la personnalisation de la navigation (6,2/10) sont de moindre importance pour les internautes québécois, tandis que l'esthétisme est certainement une question plus secondaire, puisque ce critère ferme la marche avec une note moyenne de 5,6/10.

CERTAINS GROUPES D'INTERNAUTES SONT PLUS EXIGEANTS

Il apparaît que les internautes de 35 à 44 ans sont plus exigeants envers un nombre plus élevé de critères évalués (fiabilité, facilité d'utilisation, efficacité du moteur de recherche, vitesse de téléchargement, et fonctions interactives et personnalisation de la navigation), tout comme les internautes qui ont un ou plusieurs enfants à la maison (qualité de l'information, facilité d'utilisation, efficacité du moteur de recherche, vitesse de téléchargement, possibilité de payer en ligne), ceux qui ont un revenu familial annuel supérieur ou égal à 100 000 \$ (environnement sécurisé et protection de la vie privée, qualité de l'information, fiabilité, facilité d'utilisation, efficacité du moteur de recherche, vitesse de téléchargement, possibilité de payer en ligne et esthétisme) et ceux qui ont une formation universitaire, ces derniers étant significativement plus exigeants sur presque tous les critères (à l'exception des fonctions interactives et de la personnalisation de la navigation).

IMPORTANCE DE DIFFÉRENTS CRITÈRES DE NAVIGATION SUR UN SITE WEB GOUVERNEMENTAL (COMPARAISON : 2010 À 2012)



Base: internautes québécois (n=806 en 2012, 782 en 2011 et 754 en 2010)

UN GOUVERNEMENT EN LIGNE QUI ATTIRE LES CITOYENS!³

Quel est le secret de la réussite de REACH, une initiative du gouvernement de Singapour? Les consultations publiques avec lesquelles REACH a réellement décollé en 2009 ont stimulé une véritable discussion constructive du gouvernement vers le citoyen (G2C), mais aussi de citoyens à citoyens (C2C). Celles-ci ont graduellement attiré l'intérêt de ces derniers en proposant des réponses et des actions à leurs préoccupations. Comment mesurer sa réussite? Depuis sa création, la participation citoyenne sur REACH a augmenté de 300%.



Capture d'écran du site du gouvernement de Singapour le 7 janvier 2012.

Le portail singapourien, à travers ses services en ligne, offre notamment un lien vers le microsite Your Say, une plateforme destinée à stimuler la participation et le dialogue avec les citoyens. Outre un formulaire de rétroaction, le site propose deux moyens de collecte libre des opinions: un blogue (*Blog Us*) et un forum (*Discussion Forum*). Plus intéressant encore est le *Talk Abuzz*, qui fournit un instantané des sujets discutés les plus chauds (*Snapshots of Hot Issues*), mais aussi, et surtout, le top 5 des réponses de l'administration (*Replies to Feedback*).

³ REACH, «Your Say», [en ligne]. [http://www.reach.gov.sg/YourSay.aspx] (Consulté le 7 janvier 2013).

PROFIL DES INTERNAUTES SELON L'IMPORTANCE DE CERTAINS CRITÈRES DE NAVIGATION*

| | ENVIRONNEMENT SÉCURITÉ ET PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE | QUALITÉ DE L'INFORMATION | FIABILITÉ | FACILITÉ D'UTILISATION | EFFICACITÉ DU MOTEUR DE RECHERCHE | VITESSE DE TÉLÉCHARGEMENT | ASSISTANCE TECHNIQUE | POSSIBILITÉ DE PAYER EN LIGNE | FONCTIONS INTERACTIVES ET PERSONNALISATION DE LA NAVIGATION | ESTHÉTISME |
|-----------------------------------|---|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------------------------------|----------------------|----------------------------------|---|------------|
| Résultat global | 8,8 | 8,5 | 8,5 | 8,3 | 8,3 | 8,1 | 7,8 | 6,9 | 6,2 | 5,6 |
| Sexe | | | | | | | | | | |
| Homme | 8,6 | 8,4 | 8,4 | 8,2 | 8,1 | 8 | 7,6 | 6,8 | 6,2 | 5,5 |
| Femme | 9 | 8,7 | 8,5 | 8,4 | 8,5 | 8,2 | 8 | 7 | 6,2 | 5,8 |
| Âge | | | | | | | | | | |
| 18 à 24 ans | 8,8 | 8,8 | 8,6 | 8,2 | 8,5 | 8,4 | 7,4 | 7,3 | 5,5 | 5,1 |
| 25 à 34 ans | 8,8 | 8,7 | 8,5 | 8,5 | 8,3 | 8,2 | 8 | 8,2 | 6,1 | 5,9 |
| 35 à 44 ans | 9 | 8,8 | 8,9 | 8,6 | 8,7 | 8,6 | 7,9 | 7,3 | 6,6 | 5,7 |
| 45 à 54 ans | 8,9 | 8,6 | 8,6 | 8,4 | 8,3 | 8,2 | 8,2 | 6,7 | 6,8 | 5,9 |
| 55 à 64 ans | 9 | 8,5 | 8,3 | 8,3 | 8,3 | 7,8 | 7,8 | 6,3 | 6,4 | 5,7 |
| 65 ans et plus | 8 | 7,3 | 7,2 | 7 | 7,2 | 6,5 | 7 | 4,4 | 5,1 | 4,8 |
| Scolarité | | | | | | | | | | |
| Primaire ou secondaire | 8,4 | 7,9 | 7,7 | 7,6 | 7,6 | 7,6 | 7,6 | 6,1 | 6,1 | 5,2 |
| Collégial | 8,8 | 8,8 | 8,7 | 8,6 | 8,6 | 8,3 | 7,8 | 7,2 | 6,2 | 5,6 |
| Universitaire | 9,3 | 9,1 | 9 | 8,7 | 8,7 | 8,4 | 8,1 | 7,5 | 6,4 | 6 |
| Revenu | | | | | | | | | | |
| Moins de 20 000 \$ | 8 | 7,6 | 7,8 | 6,8 | 7,4 | 7,1 | 6,9 | 4,8 | 5,5 | 5,2 |
| 20 000 \$ à 39 999 \$ | 8,6 | 8,2 | 8,3 | 8,4 | 8,4 | 8 | 8 | 6,7 | 6,2 | 5,4 |
| 40 000 \$ à 59 999 \$ | 8,8 | 8,6 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,2 | 8 | 7 | 6,6 | 5,9 |
| 60 000 \$ à 79 999 \$ | 9 | 8,5 | 8,4 | 8,4 | 8,1 | 8,2 | 7,9 | 7,2 | 6,3 | 5,4 |
| 80 000 \$ à 99 999 \$ | 8,3 | 8,7 | 8,3 | 8,3 | 8,3 | 8,2 | 7,7 | 8,2 | 6 | 5,7 |
| 100 000 \$ et plus | 9,5 | 9,2 | 9,2 | 9,1 | 9 | 8,8 | 8,2 | 7,9 | 6,6 | 6,2 |
| Région | | | | | | | | | | |
| Montréal (RMR) | 8,9 | 8,8 | 8,6 | 8,4 | 8,4 | 8,2 | 7,9 | 7,2 | 6,3 | 5,9 |
| Québec (RMR) | 8,9 | 8,2 | 8,3 | 8,2 | 8,2 | 8 | 7,8 | 6,8 | 5,9 | 4,8 |
| Est-du-Québec | 8,6 | 8 | 8 | 8,1 | 8,3 | 7,6 | 7,5 | 6,6 | 5,8 | 4,9 |
| Centre-du-Québec | 8,9 | 8,7 | 8,7 | 8,2 | 8,4 | 8,2 | 7,8 | 6,3 | 6,3 | 5,7 |
| Ouest-du-Québec | 8,6 | 8,3 | 8,2 | 8,2 | 8 | 7,8 | 7,6 | 6,7 | 6,2 | 5,6 |
| Langue maternelle | | | | | | | | | | |
| Francophone | 8,8 | 8,5 | 8,5 | 8,3 | 8,2 | 8 | 7,8 | 6,9 | 6,2 | 5,5 |
| Anglophone ou autre | 8,7 | 8,9 | 8,3 | 8,1 | 8,5 | 8,2 | 8,1 | 7,2 | 6,3 | 6,2 |
| Occupation | | | | | | | | | | |
| Employé (services, bureau, vente) | 9 | 8,8 | 8,5 | 8,5 | 8,4 | 8,2 | 8,2 | 7,1 | 6,5 | 5,5 |
| Travailleur manuel | 8,1 | 7,9 | 8,3 | 8,3 | 8,1 | 8,3 | 8,1 | 6,7 | 6,3 | 6,1 |
| Professionnel | 9,2 | 8,8 | 8,6 | 8,4 | 8,5 | 8,3 | 8 | 7,6 | 6,5 | 6 |
| Au foyer | 9,2 | 8,5 | 8,3 | 8 | 7,9 | 7,7 | 8 | 5,7 | 5,5 | 5,3 |
| Étudiant | 8,6 | 8,9 | 8,6 | 8 | 8,3 | 8,2 | 7,1 | 7,5 | 5,3 | 5,4 |
| Retraité | 8,5 | 8,1 | 8 | 7,8 | 8 | 7,2 | 7,6 | 5,3 | 6 | 5,2 |
| Sans emploi | 8,9 | 8 | 9 | 9 | 8,4 | 8,2 | 7,8 | 7,9 | 6,8 | 4,7 |
| Avec ou sans enfant | | | | | | | | | | |
| Avec enfant(s) | 8,9 | 8,8 | 8,6 | 8,6 | 8,5 | 8,5 | 8 | 7,6 | 6,3 | 5,6 |
| Sans enfant | 8,8 | 8,4 | 8,4 | 8,1 | 8,2 | 7,9 | 7,7 | 6,5 | 6,2 | 5,7 |

*Évaluation de chaque critère selon une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « pas du tout important » et 10, « très important », lors de la navigation sur le site d'un ministère ou d'un organisme public.

LES INTERNAUTES AYANT RÉALISÉ DES ÉTUDES UNIVERSITAIRES SONT SIGNIFICATIVEMENT PLUS EXIGEANTS SUR TOUS LES CRITÈRES DE NAVIGATION, EXCEPTION FAITE DES FONCTIONS INTERACTIVES ET DE LA PERSONNALISATION DE LA NAVIGATION.

Base: internautes québécois (n=806)

En caractères **bleus gras**: résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

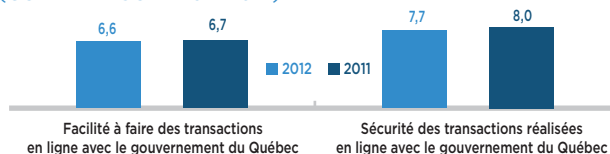
En caractères *bleus italiques*: résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

POINT DE VUE DES INTERNAUTES SUR LA FACILITÉ ET LA SÉCURITÉ DES TRANSACTIONS EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT

FACILITÉ À FAIRE DES TRANSACTIONS EN LIGNE : UNE PERCEPTION PERFECTIBLE

Les internautes québécois perçoivent un certain niveau de difficulté à réaliser des transactions en ligne avec le gouvernement du Québec. Sur une échelle de 0 à 10, où 10 signifie « très facile » et 0 « pas du tout facile » de faire des transactions avec le gouvernement du Québec en ligne, les internautes ont attribué une note moyenne de 6,6, soit une note plutôt faible et équivalente à celle qu'ils accordaient l'année précédente (6,7/10). À titre comparatif, les internautes québécois ont une meilleure perception des institutions financières (8,4/10), des entreprises ayant pignon sur le Web, telles qu'Amazon ou Expedia (7,5/10), ainsi que des grands détaillants franchisés (7,4/10), tandis que les commerçants indépendants ferment la marche avec une note moyenne de 6,1/10. Reste que les internautes de 18 à 24 ans (7,2/10) tout comme ceux qui ont un revenu familial annuel supérieur à 80 000 \$ (7,2/10) ont une perception plus favorable de la facilité à faire des transactions en ligne avec le gouvernement, tandis que ceux qui ont un revenu familial annuel compris entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (6,2/10) sont curieusement plus portés à percevoir défavorablement cette perspective.

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC : PERCEPTION DE FACILITÉ ET DE SÉCURITÉ DES TRANSACTIONS EN LIGNE (COMPARAISON : 2011-2012)



Base: internautes québécois (n=830 en 2012 et 811 en 2011 pour la facilité et 876 en 2012 et 862 en 2011 pour la sécurité)

AVIS D'EXPERT

PERCEPTION DES TRANSACTIONS EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

Aujourd'hui encore, les internautes québécois restent assez partagés quant à leur perception de la facilité à faire des transactions en ligne sur le site Web du gouvernement du Québec. Ce constat peut en partie être expliqué par l'atteinte d'un certain niveau de maturité des internautes québécois, qui sont habitués à voir des outils simples et adaptés à leurs besoins. En s'inspirant des meilleures pratiques actuelles, notamment de l'exemple des institutions financières qui proposent souvent des solutions de transactions en ligne simples et conformes aux attentes de leurs utilisateurs, le gouvernement gagnerait sans doute une meilleure perception de la part des usagers tout en facilitant le processus transactionnel.

Oumou S. Diallo, Stratège web chez Adviso

SÉCURITÉ : LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC EST BIEN PERÇU

Le gouvernement du Québec est bien perçu des internautes québécois en matière de sécurité en ligne, lorsque vient le temps de faire des transactions. En effet, ces derniers lui accordent une note de 7,7/10, où 0 signifie « pas du tout sécuritaire » et 10 « très sécuritaire ». Cette note est tout à fait comparable à celle qu'ils attribuent aux institutions financières (7,8/10) et supérieure à celle qu'ils accordent aux grands détaillants franchisés tels que Canadian Tire, Future Shop, Archambault, etc. (7/10), aux entreprises faisant affaire uniquement sur Internet, tels Expedia ou Amazon (6,8/10), ainsi qu'aux petits commerçants indépendants (5,5/10). Les internautes de 25 à 34 ans (8,1/10) ainsi que ceux de 35 à 44 ans (8/10) ont une meilleure perception de la sécurité des transactions en ligne avec le gouvernement du Québec. C'est également le cas de ceux dont la langue maternelle est autre que le français (8,2/10), qui ont réalisé des études universitaires (8/10) et qui ont un ou plusieurs enfants à la maison (8/10). Les adultes dont le revenu familial annuel est supérieur ou égal à 100 000 \$ (8,4/10) ainsi que les professionnels (8,1/10) sont également dans ce cas.

LES INTERNAUTES QUÉBÉCOIS ONT UNE MEILLEURE PERCEPTION DE LA SÉCURITÉ DES TRANSACTIONS EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (7,7/10) QUE DE LA FACILITÉ À LES EXÉCUTER (6,6/10).

CODE D'USAGER ET MOT DE PASSE UNIQUES : MIEUX PERÇU CHEZ LES INTERNAUTES QUI FONT DES TRANSACTIONS EN LIGNE

L'intérêt quant à l'utilisation des mêmes code d'utilisateur et mot de passe n'est pas unanime. Les internautes québécois accordent à ce critère une note moyenne de 5,8/10, où 10 signifie « très intéressé » et 0 « pas du tout intéressé » par un tel service, soit la même note qu'ils lui accordaient en 2011. Cela dit, les internautes de 25 à 34 ans (6,9/10), ceux dont la langue maternelle est le français (6/10), qui ont un ou plusieurs enfants à la maison (6,7/10), qui ont une scolarité de niveau collégial ou universitaire (6,3/10), ou encore dont le revenu familial annuel est supérieur à 60 000 \$ (7,1/10) ainsi que les professionnels (6,5/10) sont ceux qui dénotent un intérêt significativement plus élevé pour ce type de service.

Il est intéressant de constater que si l'on ne tient compte que des internautes qui ont réalisé une transaction en ligne avec le gouvernement dans la dernière année, l'intérêt grimpe alors de 5,8/10 à 7,5/10, avec plus de la moitié (52,4%) des internautes accordant une note de 9/10 ou 10/10 et 1 sur 5 (21,0%) de 7/10 ou 8/10.

PROFIL SELON L'ÉVALUATION D'ASPECTS TRANSACTIONNELS EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

| | 1-FACILITÉ DES TRANSACTIONS AVEC LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC | 2-SÉCURITÉ DES TRANSACTIONS AVEC LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC | 3-CODE D'USAGER ET MOT DE PASSE UNIQUES POUR TOUS LES SERVICES DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC |
|-----------------------------------|--|--|--|
| Résultat global | 6,6 | 7,7 | 5,8 |
| Sexe | | | |
| Homme | 6,4 | 7,7 | 5,9 |
| Femme | 6,7 | 7,7 | 5,7 |
| Âge | | | |
| 18 à 24 ans | 7,2 | 7,8 | 6,1 |
| 25 à 34 ans | 6,4 | 8,1 | 6,9 |
| 35 à 44 ans | 6,8 | 8 | 6,2 |
| 45 à 54 ans | 6,5 | 7,6 | 5,3 |
| 55 à 64 ans | 6,4 | 7,2 | 5,3 |
| 65 ans et plus | 6 | 7,4 | 4,2 |
| Scolarité | | | |
| Primaire ou secondaire | 6,3 | 7,3 | 4,8 |
| Collégial | 6,6 | 7,9 | 6,1 |
| Universitaire | 6,7 | 8 | 6,5 |
| Revenu | | | |
| Moins de 20 000 \$ | 6,2 | 7,9 | 4,5 |
| 20 000 \$ à 39 999 \$ | 6,9 | 7,8 | 5,3 |
| 40 000 \$ à 59 999 \$ | 6,4 | 7,7 | 5,5 |
| 60 000 \$ à 79 999 \$ | 6,2 | 7,9 | 6,4 |
| 80 000 \$ à 99 999 \$ | 7,2 | 7,8 | 7 |
| 100 000 \$ et plus | 7,1 | 8,4 | 7,6 |
| Région | | | |
| Montréal (RMR) | 6,5 | 7,8 | 6 |
| Québec (RMR) | 6,7 | 7,9 | 5,8 |
| Est-du-Québec | 5,9 | 7,2 | 5,9 |
| Centre-du-Québec | 6,8 | 7,8 | 5,6 |
| Ouest-du-Québec | 6,7 | 7,4 | 5,3 |
| Langue maternelle | | | |
| Francophone | 6,7 | 7,6 | 6 |
| Anglophone ou autre | 6 | 8,2 | 4,9 |
| Occupation | | | |
| Employé (services, bureau, vente) | 6,9 | 7,9 | 5,7 |
| Travailleur manuel | 6,1 | 7,4 | 5,7 |
| Professionnel | 6,6 | 8,1 | 6,5 |
| Au foyer | 5,8 | 6,3 | 5,5 |
| Étudiant | 6,7 | 7,6 | 5,6 |
| Retraité | 6,4 | 7,3 | 4,9 |
| Sans emploi | 5,9 | 8,2 | 6 |
| Avec ou sans enfant | | | |
| Avec enfant(s) | 6,8 | 8 | 6,7 |
| Sans enfant | 6,4 | 7,5 | 5,3 |

1. Évaluation de la facilité à faire des transactions sur Internet avec le gouvernement du Québec selon une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « pas du tout facile » et 10, « très facile ».

2. Évaluation de la sécurité des transactions sur Internet avec le gouvernement du Québec selon une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « pas du tout sécuritaire » et 10, « très sécuritaire ».

3. Évaluation de l'intérêt à utiliser un code d'utilisateur et un mot de passe uniques pour accéder à tous les services en ligne du gouvernement provincial, où 0 signifie « pas du tout intéressé » et 10, « très intéressé ».

Base: internautes québécois (n=830 pour la facilité, 876 pour la sécurité et 806 pour l'intérêt quant à l'utilisation d'un code et d'un mot de passe uniques)

En caractères **bleus gras**: résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

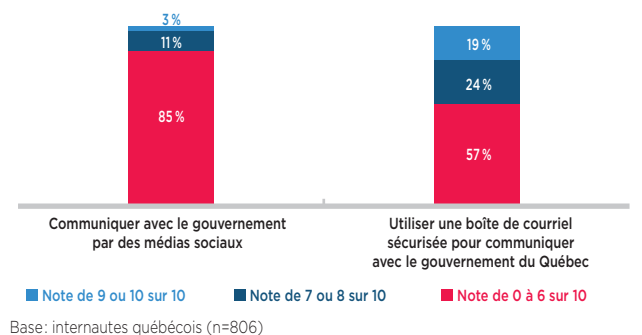
En caractères *bleus italiques*: résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance de 95%.

COMMUNICATIONS EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT

INTÉRÊT FAIBLE POUR LES COMMUNICATIONS SUR DES MÉDIAS SOCIAUX TELS QUE FACEBOOK, TWITTER OU LINKEDIN

Les internautes québécois ne sont pas convaincus de l'intérêt de communiquer en ligne avec le gouvernement par l'intermédiaire de médias sociaux tels que Facebook, Twitter ou LinkedIn. En effet, ils lui attribuent une note moyenne de 2,8/10, légèrement supérieure à celle accordée en 2011⁴ (2,2/10). Même si l'intérêt demeure plutôt faible, les internautes de 18 à 34 ans (3,6/10), les étudiants (3,8/10), les internautes dont la langue maternelle est autre que le français (3,5/10) ainsi que ceux de la RMR de Montréal (3/10) restent les groupes parmi lesquels cet intérêt est significativement plus élevé que dans l'ensemble des répondants.

INTÉRÊT POUR CERTAINS MOYENS DE COMMUNICATION AVEC LE GOUVERNEMENT EN LIGNE



AVIS D'EXPERT

LES RÉSEAUX SOCIAUX : UN MÉDIA DE CHOIX POUR ÉCHANGER AVEC LA POPULATION

Même si les internautes québécois ne sont pas encore convaincus de la pertinence de communiquer avec le gouvernement au moyen des médias sociaux, ce dernier doit leur accorder une place de choix dans sa stratégie de communication. En effet, même si une campagne publicitaire de masse rejoint un bon nombre de citoyens, elle ne permet pas d'entretenir une relation en continu avec eux. Le président Barack Obama a trouvé l'appui des électeurs américains en misant sur une stratégie sociale pour retransmettre son discours. Aujourd'hui, sa page Facebook, qui regroupe plus de 34 millions de membres, est un réel lieu d'échanges. Les agences gouvernementales québécoises dont les activités comprennent aussi un volet sensibilisation (la SAAQ, par exemple) peuvent contribuer à influencer les citoyens et, pourquoi pas, à en faire des ambassadeurs de leurs messages.

Véronique Valois-Boucher, Stratège Web chez Adviso

MÉDIAS SOCIAUX ET GOUVERNEMENT EN LIGNE : L'INTÉRÊT DES INTERNAUTES QUÉBÉCOIS À UTILISER CETTE VOIE POUR COMMUNIQUER AVEC LE GOUVERNEMENT RESTE FAIBLE EN 2012, AVEC UNE NOTE MOYENNE DE 2,8/10.

DES AVIS PARTAGÉS QUANT À L'INTÉRÊT D'UNE BOÎTE DE COURRIEL SÉCURISÉE

Les internautes québécois ont des avis partagés quant à l'intérêt de mettre en place une boîte de courriel sécurisée afin de recevoir des communications de plusieurs organismes et ministères du gouvernement du Québec, puisqu'ils y accordent une note moyenne de 5/10 (où 10 signifie « très intéressé » et 0 « pas du tout intéressé »). Les internautes de 18 à 44 ans (5,6/10), ceux de la RMR de Montréal (5,2/10), ainsi que ceux qui ont une scolarité de niveau collégial ou universitaire (5,2/10) démontrent un intérêt significativement plus élevé à cet égard que l'ensemble des internautes.

AUSTRALIE : UNE BOÎTE AUX LETTRES HAUTEMENT SÉCURISÉE⁵

Conçue comme un mélange de Postel, de dossier citoyen et de coffre-fort numérique, l'Australia Post Digital MailBox a été développée par le service postal pour permettre aux citoyens de : 1) sécuriser leurs échanges avec différents fournisseurs de services (banques, gouvernements, etc.); 2) recevoir leurs factures et courriels, effectuer des paiements depuis n'importe quel terminal, de partout dans le monde, avec un seul mot de passe; et 3) enregistrer des documents confidentiels. Le potentiel visé : révolutionner l'industrie de la poste en fournissant aux Australiens une façon de gérer toute leur information en ligne de manière sécuritaire.

⁴ L'énoncé du choix de réponse a été légèrement modifié. En 2011, le choix de réponse était : « communiquer avec le gouvernement par l'entremise de médias sociaux tels que Facebook ou Twitter ». En 2012, le choix de réponse est devenu : « communiquer vos idées, vos réactions, vos suggestions ou vos questions au gouvernement par l'entremise des médias sociaux (ex. Facebook, Twitter, LinkedIn) ».

⁵ AUSTRALIAN GOVERNMENT - DEPARTMENT OF HUMAN SERVICES, « Media release: Australia Post launches into digital age », [en ligne], 30 octobre 2012. [http://www.mhs.gov.au/media/media_releases/2012/10/30_oct_2012_-_australia_post_launches_into_digital_age.php] (Consulté le 3 décembre 2012).

DÉFIS ET ENJEUX

Il existe maintenant une véritable masse critique d'internautes qui visitent des sites Web gouvernementaux. Plusieurs y recherchent de l'information, consultent de la documentation sur les services et programmes offerts, font des transactions, utilisent leur dossier, ou encore communiquent avec le gouvernement. Non seulement cette masse critique est donc présente, mais le Web devient de plus en plus une voie facile, accessible et disponible pour les citoyens afin de satisfaire leurs besoins vis-à-vis des différentes institutions publiques et même privées, et ce, y compris en dehors de leurs heures normales d'ouverture. Le Web assure une présence en tout temps. Il faut bien sûr que des canaux existent. Avec l'augmentation du nombre de mobinautes, le citoyen est d'ailleurs de plus en plus connecté. Ainsi, la tendance devrait s'accroître. Le gouvernement en ligne est devenu une voie accessible, nécessaire et même incontournable. Or, actuellement, avec quelques nuances, on observe que l'intérêt des internautes québécois pour les services gouvernementaux en ligne demeure plutôt stable par rapport aux années passées.

Les services aux citoyens sont nombreux et peuvent être très différents selon le ministère, l'organisme ou l'agence gouvernementale qui les prodiguent. Ça tombe bien, parce que les possibilités offertes par le numérique sont presque infinies : celui-ci apporte en effet des solutions à de multiples défis tout en générant des économies sans compromettre la qualité, des aspects qui ont leur importance dans le contexte actuel. Les stratégies d'accessibilité doivent être adaptées selon la nature des services et l'ordre de gouvernement. Le but visé est-il de sensibiliser, d'informer, de communiquer, de faire des transactions, de consulter de l'information sensible, de recueillir l'avis des citoyens ?

Plusieurs instances gouvernementales au Québec, au Canada et à travers le monde prodiguent différents services en ligne et expérimentent des solutions novatrices et numériques pour répondre à des défis locaux, régionaux ou nationaux. Pour informer les citoyens, communiquer et interagir avec eux, leur permettre de faire des transactions ou les sensibiliser à certaines questions, des gouvernements rivalisent d'imagination. Des initiatives réussies existent, et elles constituent des précédents innovants et intéressants dont il faut s'inspirer. Inventer une nouvelle façon de favoriser et d'augmenter les interactions avec le citoyen, comme la mise en place de REACH, permettant la consultation publique et le dialogue; offrir des services à valeur ajoutée, comme l'application maPaye, de la Commission des normes du travail, ou le nouveau service de boîte aux lettres sécurisée du gouvernement australien; offrir la possibilité de faire un seul changement d'adresse en ligne à destination de plusieurs ministères et organismes gouvernementaux, comme le permet Services Québec; ou encore se concentrer sur les besoins des utilisateurs plutôt que sur une logique interne, comme l'a fait le portail GOV.UK du gouvernement britannique: voilà autant d'exemples novateurs en réponse à des défis actuels de l'administration publique. Ces initiatives tracent le chemin: jusqu'où irons-nous ?

Architectes Web^{du}

stratégie | ergonomie | marketing | référencement | analytics | social



ADVISO

conseil + stratégie Internet

adviso.ca/architectes

2012

NETendances

THÈMES DES PROCHAINS NUMÉROS :

- > Internet comme source d'information
- > Le commerce électronique et les services bancaires en ligne
- > L'informatisation du Québec

Le CEFRIO est le centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, à l'aide des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il regroupe plus de 150 membres universitaires, industriels et gouvernementaux ainsi que 74 chercheurs associés et invités. Sa mission: contribuer à faire du Québec une société numérique, grâce à l'usage des technologies comme levier de l'innovation sociale et organisationnelle. Le CEFRIO, en tant que centre de liaison et de transfert, réalise, en partenariat, des projets de recherche-expérimentation, d'enquêtes et de veille stratégique sur l'appropriation des TIC à l'échelle québécoise et canadienne. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 67% par ses propres projets et à 33% par le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie (MESRST), son principal partenaire financier.



PRINCIPAL PARTENAIRE FINANCIER

*Enseignement supérieur,
Recherche, Science
et Technologie*

Québec 

POUR TOUT RENSEIGNEMENT COMPLÉMENTAIRE,
COMMUNIQUEZ AVEC NOUS.

info@cefrio.qc.ca

www.cefrio.qc.ca

BUREAU DE QUÉBEC

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6 Canada
Tél. : 418 523-3746

BUREAU DE MONTRÉAL

550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 1770
Montréal (Québec)
H3A 1B9 Canada
Tél. : 514 840-1245

MERCI À NOS PARTENAIRES

