

À propos du présent guide

But

Le *Guide Internet* appuie l'initiative Gouvernement en direct (GED) du gouvernement du Canada en vous fournissant une ressource qui vous aide à dispenser vos services et votre information sur Internet.

L'offre de vos services et de votre information en direct vous **oblige** à vous conformer à un certain nombre de lois, de politiques et de normes à l'échelle du gouvernement, telles que la *Loi sur l'accès à l'information*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, la *Loi sur les langues officielles*, la Politique du gouvernement concernant la sécurité, la Politique sur la gestion de l'information gouvernementale, la Politique d'utilisation des réseaux électroniques, le Programme de coordination de l'image de marque, et la [Normalisation des sites Internet](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp) <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp>.

Vous devriez utiliser les meilleures pratiques et les lignes directrices présentement en cours à votre institution de concert avec le *Guide Internet* pour une mise en direct efficace et efficiente des services et de l'information.

Destinataires

Le présent guide s'adresse principalement aux personnes qui planifient, mettent en œuvre, évaluent et maintiennent des initiatives de sites Web au sein du gouvernement du Canada. Parmi ces personnes, on retrouve notamment des gestionnaires et des spécialistes de la technologie de l'information et de la gestion de l'information (TI et GI), du personnel des communications, des concepteurs de sites Web, des fournisseurs de contenu et quiconque travaille à l'initiative Gouvernement en direct.

Aperçu du site

Le présent guide est structuré selon l'approche du cycle de vie pour la création, la maintenance, la gestion et la conservation d'une initiative Web. Un tel travail n'est pas linéaire. Il exige le passage d'une activité à l'autre, aller-retour. Vous devrez aborder toutes les questions. Vous devrez aussi retourner à certains points plusieurs fois au fur et à mesure que vous acquerez plus d'information et d'expérience.

Le Guide est divisé en quatre parties principales :

[Comment démarrer](#)

Un point de départ et une base pour la conception d'une initiative Web.

[Mise en oeuvre](#)

Façons d'utiliser efficacement les outils et la technologie en direct pour votre initiative Web.

[Évaluation](#)

Façons d'examiner la réussite du processus de planification et de mise en oeuvre de votre initiative Web.

Maintenance

Processus de maintenance qui contribueront à la réussite de votre initiative Web.

Comment démarrer

La présente section vous fournit une base pour la planification de votre initiative Web.

Lorsque vous démarrez une initiative Web, référez-vous au *Cadre amélioré de gestion (CAG)* comme principale ressource pour les principes, les meilleures pratiques, les méthodologies, les outils, les modèles, les manuels, les normes et les guides pertinents. Examinez la présente section « Comment démarrer » du *Guide Internet*, ainsi que l'information fournie dans le CAG lorsque vous créez un plan exhaustif.

Le Conseil du Trésor a approuvé le CAG, que vous devriez appliquer à tous les projets ayant une composante importante en matière de technologie ou de gestion de l'information.

Le CAG est conçu pour s'assurer que les projets de technologie de l'information du gouvernement satisfont pleinement aux besoins des fonctions de gestion qu'ils sont censés soutenir, qu'ils offrent tous les avantages attendus, et qu'ils sont terminés à temps et dans les limites du budget alloué⁽¹⁾.

Le CAG offre des solutions aux problèmes de gestion de projet rencontrés au gouvernement fédéral. Pour connaître ces solutions, consultez le site Web [Cadre amélioré de gestion](http://www.cio-dpi.gc.ca/emf-cag/index_f.asp) <http://www.cio-dpi.gc.ca/emf-cag/index_f.asp>.

La section « Comment démarrer » comprend huit parties :

[Gouvernement en direct \(GED\)](#)

Examen des discours clés, des principes, des objectifs et de la stratégie de l'initiative GED, ainsi que des ressources connexes.

[Analyse de l'environnement](#)

Étude des nouvelles canadiennes et internationales sur la technologie de l'information et sur Internet qui pourront avoir une incidence sur votre institution.

[Objectif de l'initiative Web](#)

Élaboration d'un énoncé de valeur et compréhension claire des objectifs de votre initiative Web.

[Ressources](#)

Constitution d'une équipe Web, évaluation des connaissances et des compétences requises, et détermination des considérations quant aux ressources financières.

[Analyse de la clientèle](#)

Qui est votre client et quels sont ses besoins.

[Considérations en matière de TI](#)

Matériel, logiciel, services et soutien nécessaires pour votre initiative Web.

[Outils d'interactivité](#)

Étude des outils en direct pour la consultation de la clientèle, les sondages auprès de la clientèle, la diffusion des messages et de la publicité, la production de transactions et la prise en charge d'autres tâches interactives.

[Ressources pour démarrer](#)

Recherche de ressources en direct fiables pour vous aider à planifier une initiative Web efficace.

Gouvernement en direct (GED)

La présente section offre de l'information sur l'initiative Gouvernement en direct (GED), dont les principaux discours, les principes, les objectifs, la stratégie et les ressources connexes. Cette section fournit aux institutions une stratégie horizontale et complète pour faire en sorte que leurs efforts individuels mèneront à un service en direct coordonné, uniforme, pratique et axé sur les citoyens.

La présente section « Gouvernement en direct » comprend trois parties :

[Discours](#)

Discours soulignant les grands objectifs du gouvernement du Canada en ce qui a trait au service en direct et à la stratégie pour atteindre ces objectifs.

[Principes, objectifs et stratégie de l'initiative Gouvernement en direct](#)

Principaux principes, objectifs et stratégie qui permettent de s'assurer que les citoyens retirent des avantages des services électroniques offerts.

[Ressources du Gouvernement en direct](#)

Ressources qui décrivent la vision du gouvernement du Canada quant à la prestation des services en harmonie avec la technologie de l'information.

Discours

La présente section contient divers discours qui soulignent les grands objectifs du gouvernement du Canada quant aux services en direct et à la stratégie pour réaliser ces objectifs.

« Le gouvernement deviendra un utilisateur modèle des technologies de l'information et d'Internet. D'ici 2004, nous voulons être connus dans le monde entier comme le gouvernement le mieux branché avec ses citoyens. Les Canadiens et les Canadiennes auront accès à toute l'information et à tous les services gouvernementaux en direct, à l'endroit et au moment qui leur conviennent. »

— Discours du Trône - 1999

Discours

[Discours du Trône 2001 : Brancher les Canadiens](#)

(30 janvier 2001)

[Réponse du Premier ministre au discours du Trône : Un Canada branché à l'ère du numérique](#)

(31 janvier 2001)

[Réponse de la présidente du Conseil du Trésor au discours du Trône 2001](#)

(6 février 2001)

Le site du Bureau du Conseil privé contient un lien direct avec les discours, les messages et les notes d'allocutions du greffier du Conseil privé : <<http://www.pco-bcp.gc.ca/default.asp?Language=F&page=clerk>>.

Le greffier du Conseil privé traite des questions qui touchent tous les ministères : les deux liens suivants portent plus précisément sur les initiatives du GED :

- [Ouvrir le dossier du cybergouvernement : Gouverner au XXI^e siècle](#) (30 mars 2001)
<http://www.pco-bcp.gc.ca/default.asp?Language=F&page=clerksspeechesmessages&sub=clerksspeeches&doc=20010330_egovernment_f.htm>;
- [2004 et au-delà](#) (2 octobre 2000)
<http://www.pco-bcp.gc.ca/default.asp?Language=F&page=clerksspeechesmessages&sub=clerksspeeches&doc=2000_gtec_f.htm>.

Discours du Trône 2001: Brancher les Canadiens

30 janvier 2001

Le présent discours renforce l'initiative du gouvernement du Canada visant à faire du Canada le pays le plus branché au monde, en tenant compte du rythme rapide du changement, de l'accessibilité et de la protection de la vie privée.

Le gouvernement a contribué à faire de notre pays l'un des plus branchés du monde. Cela dit, le rythme du changement se fait toujours plus rapide. Le Canada doit continuer de développer et de renforcer son infrastructure de l'information.

Dans plusieurs régions, le secteur privé travaille à rendre accessibles au plus grand nombre les services Internet à haute vitesse. Le Groupe de travail sur les services Internet à large bande conseillera le gouvernement sur la façon dont nous pouvons atteindre ensemble l'objectif critique consistant à rendre ces services accessibles aux citoyens, aux entreprises, aux organismes publics et à l'ensemble des collectivités d'ici 2004.

Le gouvernement continuera d'appuyer le Programme d'accès communautaire et le Réseau scolaire canadien, assurant ainsi aux Canadiens, à leurs communautés et à leurs écoles un accès à l'autoroute de l'information. Ces programmes jouent un rôle essentiel dans les efforts déployés pour combler le fossé digital, notamment pour les populations rurales, les gens des régions isolées et du Nord ainsi que les Autochtones. Le gouvernement veillera également à rehausser le Réseau scolaire canadien en y augmentant les contenus de formation en direct et en les améliorant.

Le gouvernement continuera de travailler à offrir d'ici 2004 tous ses services en direct, de manière à être mieux branché avec les citoyens.

Il modernisera aussi la législation fédérale relative à la protection de la vie privée de manière à protéger les renseignements personnels touchant les Canadiens. Il étendra aux idées et aux connaissances nouvelles la protection du droit d'auteur.⁽²⁾

**Réponse du Premier ministre au discours du Trône 2001 :
Un Canada branché à l'ère du numérique**
30 janvier 2001

Le présent discours souligne la réponse du Premier ministre au discours du Trône 2001. Il donne, en détail, les engagements et les réalisations du gouvernement du Canada quant à la technologie de l'information.

Dans la nouvelle économie du savoir, la voie de la prospérité nationale et personnelle passe par l'Internet.

La mise en place d'une infrastructure de l'information de pointe à haute vitesse est aussi essentielle au succès du Canada au 21^e siècle qu'un réseau moderne de routes, de ponts, d'aéroports et de ports maritimes pouvait l'être au 20^e siècle.

La course pour maîtriser le potentiel de l'Internet s'étend à la planète entière. Les enjeux sont considérables : de meilleurs débouchés, de bons emplois, des niveaux de vie plus élevés et une meilleure qualité de vie.

Notre gouvernement est déterminé à construire une voie rapide pour le Canada sur l'autoroute de l'information. Nous nous sommes engagés à :

- *Fournir aux Canadiens les habiletés et les possibilités dont ils ont besoin pour maîtriser l'Internet mieux que quiconque;*
- *Faire du gouvernement du Canada le gouvernement le plus branché avec ses citoyens;*
- *Aider des collectivités entières à se brancher afin que les administrations locales, les écoles, les entreprises, les citoyens et les services sociaux et de santé soient accessibles en direct;*
- *Mettre en place le cadre juridique et réglementaire nécessaire pour faire du Canada un chef de file mondial en cybercommerce;*
- *Faire du Canada un pôle d'attraction naturel pour l'investissement, la recherche et le développement;*
- *Utiliser la puissance de l'Internet pour faire mieux connaître aux Canadiens notre histoire, notre identité et notre culture unique.*

Depuis que nous avons formé le gouvernement, nous mettons en oeuvre une vision stratégique nationale que nous avons appelée Un Canada branché. L'objectif visé est d'établir de nouveaux partenariats pour accélérer le rythme des progrès – car il est entendu que, dans l'économie du savoir, la réussite appartient au plus rapide.

Nos réalisations

Grâce à Rescol, le Canada a été le premier pays au monde à brancher toutes ses écoles et ses bibliothèques publiques à l'Internet.

Nous avons aidé à installer plus de 6000 points d'accès publics à l'Internet dans les collectivités rurales et urbaines à travers le Canada.

D'ici au 31 mars 2001, en collaboration avec le secteur privé, nous aurons fourni 250 000 ordinateurs aux écoles et aux bibliothèques publiques du Canada.

Nous avons déposé un projet de loi conçu pour protéger les renseignements personnels et commerciaux dans l'univers numérique et pour reconnaître les signatures électroniques – deux étapes indispensables pour assurer les Canadiens que les mêmes critères de confiance, de sécurité et de fiabilité qui ont cours dans le monde du commerce s'appliquent aux transactions commerciales en direct.

*Nous avons appuyé le développement du réseau Internet optique le plus rapide et le plus perfectionné au monde – CA*net3 – qui révolutionne les technologies des télécommunications⁽³⁾.*

Nous avons inauguré un site Web du Canada entièrement rénové – le premier résultat concret de notre engagement de devenir le gouvernement le plus branché avec ses citoyens d'ici 2004. Nous avons mis sur pied un Groupe de travail national sur le réseau national à large bande chargé de conseiller le gouvernement sur la façon d'assurer l'accès aux services haute vitesse à large bande à tous les Canadiens, dans toutes les collectivités d'ici 2004. Les services haute vitesse à large bande, la prochaine génération de l'Internet, constitueront le fondement de services améliorés tels que l'apprentissage à distance et la télésanté et assureront aux petites entreprises l'accès à des marchés plus vastes.

Engagements du discours du Trône de 2001

- *Le gouvernement travaillera en collaboration avec le secteur privé en vue de donner accès aux services haute vitesse à large bande aux citoyens, aux entreprises, aux maisons d'enseignement et à l'ensemble des collectivités d'ici 2004.*
- *Le gouvernement continuera d'appuyer le Programme d'accès communautaire et le programme Rescol, assurant ainsi à tous les Canadiens, à toutes les collectivités et à toutes les écoles une rampe d'accès à l'autoroute de l'information.*
- *Le gouvernement continuera d'appuyer la création de contenus numériques pour l'Internet et d'autres nouveaux médias, en français et en anglais.*
- *Le gouvernement continuera de travailler à offrir ses services en direct d'ici 2004 pour être mieux branché avec les citoyens.*
- *Le gouvernement veillera aussi à moderniser la législation fédérale relative à la protection de la vie privée et du droit d'auteur de manière à sauvegarder les renseignements personnels concernant les Canadiens, ainsi qu'à assurer une meilleure protection aux concepteurs de contenus⁽³⁾.*

Réponse de la présidente du Conseil du Trésor au discours du Trône 2001

6 février 2001

Le présent discours décrit et réaffirme l'engagement du CT face à l'initiative GED. Il comprend aussi une section sur la promotion de l'utilisation des langues officielles en direct pour mieux faire ressortir l'atout que présente la dualité linguistique pour notre pays.

Un autre engagement tout aussi important est celui qu'a pris le gouvernement pour aider les Canadiens et les Canadiennes à tirer le meilleur parti qui soit de la révolution technologique. De notre côté, nous avons réaffirmé que nous nous engageons à offrir d'ici 2004 nos services en direct, de façon que les Canadiens aient accès, rapidement et facilement, à l'information et aux services fournis par le gouvernement du Canada.

Mieux utiliser la technologie signifie également qu'il faut la rendre accessible et disponible. Nous avons adopté d'importantes mesures en vue de faire du Canada l'un des pays les plus branchés au monde. Nous avons également pris l'engagement de continuer à aider les Canadiens à avoir accès à l'Internet et au monde de nouvelles possibilités qu'il a créées pour les générations à venir.

Il existe des possibilités incroyables pour créer des programmes et des services plus ouverts et axés sur les citoyens. Notre nouveau site sur Internet est un exemple de ce genre de possibilités, offrant aux Canadiens et aux Canadiennes un accès plus rapide et plus facile à l'information et aux services du gouvernement du Canada et ce, dans la langue de leur choix. Je suis d'ailleurs particulièrement heureuse de l'engagement ferme et réitéré de notre gouvernement à l'égard de la dualité linguistique, une valeur fondamentale de notre identité canadienne.

Langues officielles

Nous veillerons à ce que le Gouvernement en direct et d'autres progrès et transformations de la sorte n'amenuisent pas l'appui aux deux langues officielles, mais qu'ils fassent plutôt en sorte que les services soient accrus. Nous nous efforcerons activement de voir à ce que le français prenne une plus grande importance dans l'Internet de manière à garder une culture et une langue françaises vigoureuses dans le cadre d'un Canada où la dualité linguistique est considérée comme un atout de premier plan⁽⁴⁾.

Principes, objectifs et stratégie de l'initiative Gouvernement en direct

La présente section fournit les principes, les objectifs et la stratégie de l'initiative GED. Le GED est une initiative qui permettra au gouvernement du Canada de faire connaître son rôle et sa valeur aux Canadiens et Canadiennes et de répondre aux attentes en évolution de ses citoyens. Cette initiative prévoit la mise en direct de toute l'information et de tous les services du gouvernement d'ici le 31 décembre 2004.

La présente section est donc divisée en trois parties :

[Principes](#)

Valeurs du GED que vous devez observer.

[Objectifs](#)

Dates et attentes.

[Stratégie](#)

Méthodes pour la réalisation des objectifs du GED.

Principes du Gouvernement en direct

Services axés sur la clientèle

- Les renseignements et services seront groupés selon les besoins des citoyens et des entreprises.
- Les renseignements et services seront intuitifs, faciles à utiliser, pertinents, à jour et fiables.

Commodité et accessibilité

- Les renseignements et services seront accessibles à partir du domicile, du lieu de travail ou d'un point d'accès public, selon des modes répondant aux besoins de tous les Canadiens, dans les deux langues officielles.
- Les renseignements et services seront accessibles 24 heures par jour, sept jours par semaine, avec possibilité d'un soutien personnel pendant certaines heures de travail.

Uniformité

- Les renseignements sur les programmes et services seront les mêmes, peu importe le mode de prestation de services choisi (téléphone, courrier, en personne, et par voie électronique).

Rapidité d'exécution

- Les services seront assujettis à des délais d'exécution précis, fondés sur des normes de service prédéterminées et publiées.

Protection des renseignements personnels et sécurité

- Les renseignements personnels seront respectés et protégés.
- Les dispositifs de sécurité seront adaptés aux besoins de la clientèle⁽⁵⁾.

Objectifs

Date cible de réalisation : 31 décembre 2000

- Une présence fédérale en direct qui encourage une approche clientéliste à la présentation de l'information.
- De l'information à jour et fiable sur les principaux programmes et services fédéraux, disponible en direct.
- Des formulaires en direct à télécharger et à imprimer en rapport avec les principaux programmes et services.
- La possibilité d'envoyer un courriel aux institutions. Le client recevra alors un accusé de réception électronique automatique.
- Un outil de recherche de base sur le portail Web du gouvernement du Canada, ainsi que sur tous les sites Web des institutions fédérales.
- Mise en place des principes de base de la gestion de l'information.
- Un portail uniformisé pour l'ensemble du GC, qui permet une personnalisation de base et inclut des liens avec les sites des institutions.

Date cible de réalisation : 31 décembre 2004

- Principaux services disponibles en direct avec possibilité de présenter des demandes, de transmettre des fichiers et de demander des renseignements.
- Capacité de faire et de recevoir des paiements électroniques de façon sécuritaire.
- Possibilité d'opérations sécuritaires par voie électronique.
- Accès à de l'information intégrée et à des services par l'intermédiaire de portails axés sur la clientèle.
- Capacité de recherche avancée.
- Présentation uniforme de tous les sites du gouvernement du Canada.
- Communication bilatérale par courrier électronique avec temps de réponse prévisible.
- Normes de service prévisibles.
- Mise en oeuvre d'une stratégie de l'image de marque.
- Possibilité de personnalisation avancée des portails du gouvernement du Canada.
- Mise en place de principes améliorés de gestion de l'information

Date cible de réalisation : 2005 et au-delà

- Prestation électronique de services entre gouvernements
- Projets de validation des technologies de pointe⁽⁵⁾

Stratégie

La stratégie du GED se trouve sur le site Web du GED :

<http://www.gol-ged.gc.ca/pub/serv-can/serv-can07_f.asp#strategy>.

Analyse de l'environnement

Une analyse de l'environnement comporte habituellement une analyse des questions internes et externes qui auront probablement une incidence sur votre institution.

La présente section contient des articles de médias canadiens et internationaux se rapportant à la technologie de l'information (TI) et à Internet, notamment des infocapsules, des analyses et des rapports. Elle offre aussi des liens à des sites sur l'innovation en matière de TI qui fournissent de l'information sur les progrès technologiques.

La présente section est divisée en quatre parties :

[Nouvelles du jour](#)

Rapports quotidiens provenant de médias canadiens et internationaux.

[Nouvelles de la semaine](#)

Les nouvelles de la semaine en provenance du Canada et du reste du monde.

[Nouvelles du mois](#)

Nouvelles canadiennes et internationales archivées et triées selon les mois.

[Liens vers des sites traitant de l'innovation en TI](#)

Ressources qui vous fournissent les dernières nouvelles quant à la TI et à Internet, et dont votre institution pourrait tirer profit.

Nouvelles du jour

La présente section contient un résumé des nouvelles canadiennes et internationales de la journée touchant aux questions du cybergouvernement et de la technologie de l'information.

Le texte suivant provient d'un organisme qui n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles*. Il est mis à la disposition du public dans la langue d'origine.

Nouvelles de la semaine

La présente section contient un résumé des nouvelles canadiennes et internationales de la semaine en cours touchant aux questions du cybergouvernement et de la technologie de l'information.

Le texte suivant provient d'un organisme qui n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles*. Il est mis à la disposition du public dans la langue d'origine.

Nouvelles du mois

La présente section contient un résumé des nouvelles canadiennes et internationales, archivées par mois, touchant aux questions du cybergouvernement et de la technologie de l'information.

Le texte suivant provient d'un organisme qui n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles* et il est mis à la disposition du public dans la langue d'origine.

[Août 2001](#)

[Juillet 2001](#)

[Juin 2001](#)

[Mai 2001](#)

Objectif de l'initiative Web

La présente section explique pourquoi vous avez besoin d'un objectif clair pour votre initiative de site Web si vous voulez que votre projet soit une réussite. Elle est divisée en trois parties :

Cadre institutionnel

Identification des questions à résoudre dans le contexte plus vaste de votre institution.

Énoncé de valeur

Analyse des raisons pour lesquelles vous devriez consacrer du temps et de l'argent à l'initiative Web.

Objectifs

Examen des objectifs que votre initiative Web pourrait cibler.

Cadre institutionnel

Revoir les priorités du gouvernement du Canada en général. Comprendre clairement comment votre initiative s'inscrit dans cet ensemble. Revoir la section « [Gouvernement en direct](#) ».

Situer votre initiative Web dans le contexte de votre institution. Revoir le mandat, l'énoncé de mission, les rapports annuels et les énoncés d'orientation de votre institution.

Examiner aussi les perspectives de votre direction pour vous assurer que votre initiative s'insère dans le programme de vos dirigeants. Parler à vos collègues, et lire les discours et les rapports de votre groupe immédiat. ⁽⁶⁾

Habituellement, les institutions envisagent le lancement d'une initiative Web pour répondre à des besoins associés à leurs priorités. L'initiative doit donc mettre l'accent sur la meilleure façon de répondre à ces besoins.

Énoncé de valeur

Vous devez créer et documenter l'énoncé de valeur de votre initiative Web. Un énoncé de valeur devrait formuler les avantages attendus et expliquer les faits, les hypothèses et les perceptions qui sous-tendent votre évaluation de la valeur de l'initiative.

Dans la plupart des cas, un énoncé de valeur peut être décrit en quelques lignes et fournir une réponse aux questions suivantes :

- Pourquoi votre initiative Web doit-elle être mise en place?
- Quels sont les objectifs de votre initiative Web?
- Quelle valeur votre initiative Web ajoute-t-elle au cadre général de votre institution?

Objectifs de l'initiative Web

Quels sont les objectifs de votre initiative Web? Par exemple, cette initiative aidera-t-elle votre institution à :

- fournir de l'information générale?
- renseigner les clients?
- fournir de l'information de référence?
- soutenir les décideurs?
- traiter les transactions?
- interagir avec la collectivité dans son ensemble?
- se conformer aux exigences juridiques et en matière de divulgation?
- acquérir un avantage concurrentiel?
- développer ou améliorer la consultation?
- gérer l'information?
- fournir de l'information institutionnelle?
- publier de l'information institutionnelle?
- promouvoir l'image de l'institution?
- intégrer la vaste gamme de renseignements disponibles à l'échelle de l'institution?

Ressources

La présente section décrit les ressources humaines et financières dont vous pourriez avoir besoin pour concevoir une initiative Web. Elle comprend cinq parties :

[Équipe Web](#)

Constitution d'une équipe Web compétente pour planifier, mettre en oeuvre, évaluer et maintenir votre initiative Web.

[Compétences, connaissances et responsabilités](#)

Examen des compétences, des connaissances et des responsabilités de votre équipe de conception Web.

[Descriptions de travail](#)

Descriptions de travail conformes à la NGC pour les postes liés au Web, comme les postes de conseillers en communications.

[Ressources financières](#)

Détermination des ressources financières dont vous aurez peut-être besoin pour satisfaire aux exigences de votre initiative Web en matière de matériel, de logiciels, de télécommunications et autres.

[Ressources](#)

Utilisation de liens pour chercher et choisir les ressources financières et humaines pour votre initiative Web.

Équipe Web

La présente section traite de la constitution d'une équipe Web. La réussite de votre initiative Web repose en grande partie sur une équipe solide. Cette équipe mènera l'initiative de l'étape de la planification aux étapes de la mise en oeuvre, de l'évaluation et de la maintenance, et elle s'occupera d'un vaste éventail de tâches. Pour réussir, l'équipe doit tirer profit de l'expertise et de l'enthousiasme d'un groupe pluridisciplinaire de membres de votre institution. Pour offrir un service efficace, l'équipe doit bien comprendre les caractéristiques uniques des services et de l'information en direct, définir clairement le rôle de chaque membre de l'équipe et fournir une formation spécialisée.

La formation, dès le départ, d'une équipe dévouée et compétente pour la création, la maintenance et l'exploitation de l'initiative Web est indispensable à la réussite de tout projet. Si des personnes talentueuses sont choisies pour monter le projet, il sera plus facile, pour le chef du projet, de gérer l'initiative.

Le chef du projet regroupera des compétences qui proviendront tant de l'intérieur que de l'extérieur de l'institution. Tous les membres de l'équipe ont des contributions importantes à faire. Si chaque membre de l'équipe participe activement au projet, dès le début, l'initiative progressera en douceur et on ne négligera pas les aspects importants.

Les communications ministérielles doivent participer au projet. La Politique sur les communications du gouvernement stipule que le directeur général des communications de chaque institution est responsable des communications électroniques. Invitez des représentants du groupe des communications, tels que le gestionnaire ou le stratège Web, à se joindre à l'équipe. Ils vous permettront de vous assurer que vous prenez la bonne orientation pour votre institution et que le projet appuie les initiatives à l'échelle du gouvernement, comme le GED et la Normalisation des sites Internet. Ils pourront vous aider à concevoir votre site et à vous assurer que son contenu reflète les messages de votre institution.

Votre groupe de gestion de l'information devrait aussi être représenté. Ses membres s'assureront que votre initiative Web tient compte de toutes les considérations quant à la gestion des documents et des publications. Ils peuvent aussi vous aider à organiser et à gérer votre information.

Des personnes du groupe responsable de la technologie de l'information, comme un webmestre, devraient aussi y participer. Elles s'assureront que votre initiative Web convient à la capacité technologique de votre institution, et vous conseilleront sur les aspects techniques du projet.

Vous devrez aussi recourir à un fournisseur de contenu qui rédigera et approuvera les documents liés à l'initiative Web.

Une des tâches finales de l'équipe sera l'établissement d'un processus en vue de garder à jour le nouveau contenu publié⁽⁶⁾.

Compétences, connaissances et responsabilités

La présente section fournit de l'information détaillée sur les compétences, les connaissances et les responsabilités de votre équipe Web. Elle comprend deux parties :

Compétences et connaissances générales

Examen des compétences et des connaissances générales que doit posséder une équipe de conception de site Web.

Responsabilités

Description des tâches que votre équipe devra exécuter, étape par étape, pendant le cycle de vie de votre initiative Web

Compétences et connaissances générales

La présente section décrit les diverses compétences et connaissances que doit posséder votre équipe du site Web.

Tous les membres doivent comprendre les lois, politiques et normes suivantes du gouvernement du Canada en matière de services d'information en direct : Normalisation des sites Internet, Programme de coordination de l'image de marque, Politique du gouvernement concernant la sécurité, Politique sur la protection des renseignements personnels, Politique sur les communications, Politique d'utilisation des réseaux électroniques, *Loi sur les langues officielles* et *Loi sur l'accès à l'information*.

Les membres de l'équipe du site Web devraient pouvoir :

- gérer des projets;
- conseiller tous les niveaux de gestion sur l'utilisation du Web;
- fournir des services axés sur la clientèle;
- communiquer efficacement, oralement et par écrit;
- organiser et gérer le temps;
- établir un budget et obtenir un financement pour les ressources en direct;
- gérer le site Web d'une institution;
- promouvoir et commercialiser l'initiative Web.

Les membres de l'équipe qui sont responsables de la **conception** devraient posséder des connaissances dans les domaines suivants :

- principes régissant la mise en page, l'espacement et les couleurs;
- conception graphique;
- conception de l'information;
- évaluation de la convivialité;
- gestion ou architecture de l'information.

Les membres de l'équipe du site Web qui sont responsables des aspects **techniques** devraient posséder des connaissances dans les domaines suivants :

- codage en langage HTML;
- systèmes d'exploitation tels que UNIX, Windows NT et Macintosh;
- protocoles tels que DNS, FTP et NNTP;

- connaissance du fonctionnement du logiciel et du matériel du serveur;
- principes fondamentaux de programmation;
- langage procédural et langage orienté objets;
- technologies et processus relatifs aux sites Web;
- progiciels et présentations multimédias et graphiques;
- ressources et outils communs de l'industrie, tels que les serveurs publicitaires et les mécanismes de vérification;
- options d'hébergement Internet.

Responsabilités

La présente section décrit les tâches que les membres de votre équipe de conception du site Web pourront avoir à exécuter aux différentes étapes d'une initiative de site Web.

L'équipe devra établir des objectifs, obtenir l'appui de votre institution, effectuer des analyses de rentabilité, analyser et mettre en application des mesures de sécurité, définir le contenu de l'information, ainsi que concevoir, gérer et mettre à jour le site Web.

La présente section comprend quatre parties :

[Tâches reliées à la planification](#)

[Tâches reliées à la mise en oeuvre](#)

[Tâches reliées à l'évaluation](#)

[Tâches reliées à la maintenance](#)

Tâches liées à la planification

La présente section souligne les tâches que votre équipe de conception du site Web devrait avoir en tête lors de la planification d'une initiative de site Web.

Lorsque vous planifiez le **cadre** d'une initiative Web, vous devriez exécuter les tâches suivantes :

- élaborer un plan de projet;
- fixer des objectifs et une orientation institutionnels;
- documenter les objectifs, les avantages, l'orientation, le plan du projet, les responsabilités et l'obligation de rendre compte en des termes que tous les membres de votre équipe peuvent comprendre;
- déterminer toutes les contraintes et les hypothèses;
- élaborer une stratégie de communication interne.

Analyser les **besoins de vos clients** et y répondre en exécutant les tâches suivantes :

- procéder à une analyse des besoins;
- quantifier ce que les clients attendent d'une présence sur le Web;
- intégrer les considérations des clients à tous les niveaux de l'initiative Web;
- saisir l'attention de vos clients avec votre initiative Web;
- intégrer l'initiative Web à la publicité courante de votre institution;
- s'adapter aux changements de portée et en expliquer les conséquences aux clients.

Gérer les **ressources** en exécutant les tâches suivantes :

- établir le budget pour les ressources en direct;
- déterminer les exigences en matière de ressources humaines;
- documenter les descriptions de travail;
- faire connaître les exigences en matière de ressources à l'interne;
- préparer et gérer les marchés avec les sociétés de conception de sites Web;
- prendre des arrangements pour obtenir les ressources;
- confirmer l'orientation de la direction en ce qui concerne les applications Web et les outils d'interactivité.

Déterminer les **besoins techniques**, dont la nécessité d'exécuter les tâches suivantes :

- se brancher à un réseau local;
- obtenir un nom de domaine;
- supporter le protocole FTP et les serveurs de courrier;
- brancher votre réseau local à Internet;
- installer le matériel serveur;
- vérifier le comportement des démons HTTP;
- établir l'hébergement virtuel.

Tâches liées à la mise en oeuvre

La présente section souligne les tâches que votre équipe devrait avoir à l'esprit lorsqu'elle développe une initiative Web.

Lorsqu'elle procède à la **conception** d'un site Web, votre équipe de conception du site Web devrait :

- obtenir la collaboration des membres de l'équipe pour l'élaboration du site Web;
- préparer un scénario-maquette;
- créer une architecture de site;
- créer des esquisses des éléments des pages Web;
- choisir les couleurs et les caractères;
- s'assurer que le site peut être affiché adéquatement par de nombreux navigateurs et au moyen d'un grand nombre de formats.

Lorsqu'elle **élabore le contenu** d'un site Web, votre équipe devrait exécuter les tâches suivantes :

- organiser les fichiers et faire traduire les documents;
- convertir les fichiers d'images selon les formats requis;
- recueillir, choisir, organiser et préparer l'information pour l'inclure dans le site;
- élaborer le contenu textuel et graphique, et le langage script côté-client;
- élaborer le contenu du programme côté-serveur.

Lorsqu'elle **met en application les aspects techniques** d'un site Web, votre équipe du site Web devrait :

- écrire les codes HTML;
- créer et intégrer les codes de langage script;
- vérifier la programmation;
- procéder à un essai pilote du site;
- utiliser un progiciel graphique pour créer les images 2D ou agrandir les photographies;
- agrandir les graphiques pour le Web;
- choisir et utiliser les médias appropriés;
- incorporer le multimédia pour le Web;
- charger le site sur le serveur;
- publier le contenu sur le Web;
- produire une image miroir du contenu sur tous les sites;
- intégrer la capacité de traitement des bases de données;
- enregistrer le site auprès des moteurs de recherche.

Votre équipe devrait exécuter les tâches suivantes lorsqu'elle procède à la **mise en oeuvre des procédures en matière de sécurité et de protection des renseignements personnels** :

- s'assurer de la conformité de l'initiative Web aux lois, aux politiques et aux normes en matière de sécurité et de protection des renseignements personnels;
- gérer les exigences en matière de sécurité;
- surveiller les activités de sauvegarde et de récupération des données;
- planifier en prévision d'une augmentation du trafic sur le site Web;
- exécuter les procédures prévues dans le plan de secours.

Tâches liées à l'évaluation

Lorsqu'elle **évalue** votre initiative Web, votre équipe devrait :

- s'assurer de la conformité aux lois, politiques et normes, et aux pratiques exemplaires de l'institution;
- comparer les progrès de votre projet au plan établi;
- s'assurer que le site Web est utilisable;
- établir des normes pour la conception du contenu et les interfaces utilisateurs;
- informer les clients des modifications au site Web;
- surveiller l'usage principal qu'on fait du site Web et les indicateurs de rendement;
- préparer un plan d'amélioration du site Web.

Tâches liées à la maintenance

Votre équipe devrait exécuter les tâches suivantes lorsqu'elle procède à la **maintenance** de votre initiative Web:

- corriger les écarts par rapport au plan de projet établi;
- documenter les buts et les objectifs du nouveau site Web;
- incorporer les nouvelles exigences ainsi que les nouveaux buts et objectifs dans l'architecture Web la plus appropriée;
- superviser la mise à jour du contenu;
- mettre à jour les normes pour la conception graphique et les interfaces utilisateurs;
- répondre aux demandes de renseignements par courrier électronique conformément aux normes de service de votre institution;
- analyser la nouvelle technologie et les offres concurrentielles;
- analyser le trafic sur le réseau et surveiller la connectivité du réseau.

Votre équipe devrait exécuter les tâches suivantes dans le cadre de la **maintenance** de la technologie de l'information pour votre initiative Web:

- s'assurer que les logiciels et le matériel de réseau qui soutiennent le site Web sont sécuritaires, fiables, efficaces et conformes aux technologies en usage;
- s'assurer que le contenu est transféré de façon sécuritaire des navigateurs des clients à votre serveur;
- s'assurer que les personnes responsables de la maintenance du site comprennent les nouvelles technologies des réseaux;
- examiner les options quant à l'hébergement virtuel, aux logiciels et extensions pour le serveur Web et aux adresses DNS (système de nom de domaine);
- surveiller le rendement du serveur.

Descriptions de travail

La présente section fournit des descriptions de travail conformes à la Norme générale de classification (NGC) pour des postes liés au Web. La NGC est une norme approuvée pour la rédaction et la classification des descriptions de travail au sein du gouvernement fédéral. La norme et les lignes directrices régissant son application se trouvent sur le [site Web de la NGC](http://www.tbs-sct.gc.ca/classification/Index_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/classification/Index_f.asp>.

Voici des exemples de descriptions de travail utilisant les normes de la NGC :

- [Gestionnaire des communications électroniques](#)
- [Conseiller en communications électroniques](#) (description semblable à celle du coordonnateur des communications électroniques)
- [Conseiller en communications \(webmestre de contenu\)](#)

Gestionnaire des communications électroniques

CARACTÉRISTIQUES DU TRAVAIL

Responsabilité

Élément 1 : Information utilisée par d'autres

Produire un plan stratégique pour le site Web, élaborer des propositions pour obtenir des approbations du Comité consultatif sur le Web et/ou de la haute direction sur le plan stratégique relatif à la présence du ministère sur Internet ainsi que sur les calendriers et le plan annuels de l'édition électronique. La haute direction se sert de cette information pour prendre des décisions relatives aux plans d'édition électronique du ministère et à l'allocation du budget. Le personnel s'en sert comme guide dans le cadre de ses activités quotidiennes.

Élaborer et mettre en oeuvre des politiques, des processus et des procédures, et établir des normes de qualité et des méthodes de contrôle de la qualité pour les sites Web ministériels. Les gestionnaires des sites Web et les fournisseurs de l'extérieur s'en servent pour la conception des sites Web ministériels.

Élaborer les exigences contractuelles et discuter avec divers entrepreneurs, tels que les graphistes et d'autres partenaires de la production, comme les coordonnateurs de la traduction et du droit d'auteur, en vue de trouver des solutions aux problèmes. Cette information est utilisée par les services financiers pour contrôler le paiement des factures; par le personnel pour surveiller l'administration des marchés et par les fournisseurs pour adapter leurs services et pour répondre aux exigences de leur clientèle.

S'entretenir des projets sur le Web avec divers intervenants ministériels, les auteurs et les commanditaires, et d'autres fournisseurs de l'extérieur, c'est-à-dire, fournir des conseils et des directives sur la pertinence, la présentation, le format et la taille des ajouts au site et sur les illustrations et les photographies. Ceux-ci se servent de cette information pour résoudre les conflits en matière de priorités, pour comprendre les exigences de la politique et pour s'assurer d'une coordination et d'une collaboration continues.

Examiner les stratégies relatives à la conception, au matériel et aux logiciels avec des représentants des services d'information et de technologie, et leur donner des directives. Ceux-ci utilisent cette information pour s'assurer que leurs services répondront aux exigences de la politique ministérielle et aux besoins des divisions des communications.

Promouvoir l'édition électronique auprès d'utilisateurs éventuels, de commanditaires et d'associations de soutien. Ces derniers ont recours à cette information pour faciliter l'accès aux renseignements et aux services de l'*institution X*.

Préparer les comptes rendus des réunions des comités interministériels portant sur la technologie de l'information, tels que le Groupe de travail du Conseil du Trésor sur la promotion d'Internet et le Groupe de travail sur Internet et sur la consultation du Bureau du Conseil privé, ainsi que des comités internes tels que le comité d'accès aux lois, le Comité sur Internet et le comité des utilisateurs du système de babillard électronique, et les transmettre à la haute direction pour qu'elle s'en serve pour la prise de décisions et la planification future.

Transmettre l'information la plus récente au personnel, aux autres experts techniques et webmestres et aux fabricants de produits, ainsi qu'à la haute direction pour qu'ils l'utilisent en vue d'améliorer le site Internet de l'*institution X* et pour prendre des décisions en matière de planification et de budget.

Conseiller la haute direction et les clients du ministère sur les pratiques courantes et sur les utilisations potentielles d'Internet, et sur les possibilités de diffuser l'information relative à l'*institution X* au grand public et de faciliter le processus de consultation publique.

Concevoir des séminaires de formation sur l'utilisation stratégique et efficace d'Internet pour les consultations publiques ministérielles et la diffusion de l'information. Offrir ces séminaires à des groupes internes choisis et à des groupes cibles externes. Cette information est utilisée par les participants qui prennent des décisions quant au site Web ou à l'édition électronique.

Répondre à une grande variété de demandes d'information provenant du public canadien et de la collectivité internationale. Ces derniers se servent de cette information pour obtenir les formulaires, lois et autres renseignements ministériels, agissant comme source d'expertise ou de référence vers d'autres sources.

Élément 2 : Bien-être d'autrui

Aucune responsabilité.

Élément 3 : Leadership des ressources humaines

Choisir et diriger le personnel, établir des politiques et des procédures, des buts et des priorités; distribuer les travaux; fournir des directives; surveiller le travail en cours; évaluer le rendement des employés; déterminer les besoins en formation et approuver les congés. Cette responsabilité est entière.

Concevoir des séminaires de formation et d'information sur l'utilisation stratégique et efficace d'Internet pour les consultations publiques ministérielles et la diffusion de l'information. Offrir ces séminaires à des groupes internes choisis et des groupes cibles externes.

Fixer des calendriers d'exécution des travaux des entrepreneurs des sites Web de la direction. Surveiller les activités et approuver les travaux lorsqu'ils sont terminés. Cette responsabilité est entière.

Établir l'ordre du jour des réunions ministérielles et interministérielles sur les services Internet. Planifier et présider ces réunions. Cette responsabilité est entière.

Diriger le ministère pour les activités de mise en oeuvre et de maintien des services Internet de l'*institution X*. Expliquer les responsabilités, établir les calendriers de travail, ainsi que les buts, les objectifs et les priorités. Cette responsabilité est entière.

Élaborer les conditions contractuelles, choisir les entrepreneurs, établir les normes, approuver les réalisations attendues et les factures pour une variété de services prévus dans l'entente. Cette responsabilité est entière.

Fournir des conseils fonctionnels aux représentants des sites Web à l'échelle du ministère. Cette responsabilité est partagée.

Élément 4 : Argent

Budgétisation

Déterminer, évaluer et recommander à la haute direction les besoins financiers du service pour leur inclusion dans le budget de la division. Fournir des prévisions des coûts pour le fonctionnement des services Internet et recommander à la haute direction des budgets et des niveaux de dépenses pour leur inclusion dans le budget du ministère.

Planifier et surveiller un budget ministériel de Y \$. Le titulaire a une certaine latitude au niveau des recommandations, mais le superviseur détient le pouvoir de signature.

Gestion des mouvements de trésorerie

Déterminer la structure du recouvrement des coûts et s'assurer que le temps consacré à la création de pages Web, aux présentations multimédias et autres pour les clients du ministère est imputé de façon appropriée. Il n'y a pas de politique détaillée limitant les frais qui peuvent être perçus. Le titulaire a une certaine latitude pour ce qui est de la décision de percevoir ou non des frais pour les services et produits fournis.

Dépenses

Recommander des dépenses pour les projets de sites Web et pour le matériel et les logiciels nécessaires pour soutenir l'infrastructure d'Internet, par le biais de recommandations aux spécialistes en technologie de l'information, et pour les projets de sites Web, par des recommandations sur le budget. Le titulaire a suffisamment de latitude pour décider quels services et produits seront acquis.

Surveiller les marchés conclus avec des fournisseurs de services extérieurs. Le titulaire a suffisamment de latitude pour prendre des décisions.

S'assurer que les entrepreneurs fournissent les services conformément aux exigences déterminées et recommander le paiement des dépenses dans le cadre de l'affectation budgétaire.

Rendre compte de ses dépenses pendant les voyages ainsi que des autres dépenses telles que les bons de taxi, les frais pour appels téléphoniques et les débits sur cartes de crédit, conformément aux directives sur les voyages du Conseil du Trésor et du ministère.

Élément 5 : Biens matériels et produits

Se servir, prendre soin et assurer la garde de matériel de référence et de documents sur les politiques (imprimés et en format électronique), pour s'assurer que le matériel est à jour et facile à obtenir. Ces documents peuvent être facilement remplacés ou recréés à partir de sources existantes.

Se servir et prendre soin d'un ordinateur personnel et des logiciels connexes (courrier électronique, traitement de textes et logiciel de présentation) pour produire des politiques, des directives, des lignes directrices, des documents et des présentations évalués jusqu'à Y \$. Se servir et prendre soin du matériel, du mobilier et des fournitures de bureau courants. Ce matériel peut être remplacé en quelques jours à même les biens du ministère.

Assumer la responsabilité de la garde des imprimantes de réseau, y compris une imprimante couleur de haute qualité évaluée à Y \$. Les articles de qualité supérieure peuvent être disponibles dans les magasins du ministère mais leur remplacement peut prendre un certain temps à cause de la paperasserie administrative.

Assumer la responsabilité de conserver l'information originale des sites Web, au besoin en établissant des calendriers de conservation et d'élimination, en veillant à l'exécution de copies de sauvegarde sur le serveur, et en coordonnant les projets du ministère sur le Web. Cette information est facile à remplacer mais sa récupération peut exiger un certain effort de la part du personnel technique.

Assumer la responsabilité du fonctionnement continu du site Web de l'*institution X*. Le site Web est une source principale d'accès aux lois canadiennes pour les employés et les clients nationaux et internationaux. Le titulaire de ce poste est responsable des statistiques sur l'utilisation et de la rétroaction des utilisateurs. La surcharge du serveur peut causer des ralentissements et mécontenter les utilisateurs. L'acquisition d'un nouveau serveur peut être retardée en raison des coûts et de la paperasserie administrative, et son installation peut exiger un certain temps de la part du personnel technique. Cette responsabilité est partagée avec les spécialistes des technologies de l'information.

Élément 6 : Surveillance de la conformité

Revoir les documents finaux du site Web pour s'assurer de leur conformité aux normes de qualité, au « style maison » et aux modèles établis pour les sites Web du ministère, et de l'observation des normes ministérielles et gouvernementales, y compris l'accessibilité pour les personnes handicapées, des mesures législatives sur le droit d'auteur et des exigences quant aux langues officielles. La titulaire a l'autorité nécessaire pour retarder la publication des documents jusqu'à ce qu'ils satisfassent aux normes de qualité.

S'assurer que les produits Internet élaborés à l'extérieur du ministère pour le ministère sont conformes aux spécifications des marchés, y compris les spécifications techniques pour les systèmes Internet. Le titulaire a l'autorité nécessaire pour retarder les paiements jusqu'à ce qu'il y ait conformité aux spécifications.

Établir des pratiques et des normes de qualité, dont des calendriers de maintenance, et des politiques et procédures de conservation et d'élimination, conformément aux politiques et aux normes gouvernementales, et en surveiller l'observation. Le titulaire a l'autorité nécessaire pour autoriser ou arrêter l'élimination des renseignements originaux, tels que les graphiques.

Habilité

Élément 7 : Application de la connaissance du domaine de travail

Connaissance des théories et des principes de gestion de projet afin de pouvoir planifier et diriger le programme du site Web. Connaissance des méthodes et des techniques de gestion de projet afin de pouvoir coordonner les activités ministérielles et fournir des directives sur le développement de pages Web.

Connaissance de la gestion de programme, y compris des techniques pour évaluer les progrès accomplis, préparer des rapports statistiques et autres rapports, faire des exposés, représenter le ministère auprès d'intervenants de l'extérieur et résoudre les problèmes.

Connaissance des théories et des principes des systèmes de gestion des documents automatisés et de la gestion de bases de données pour son usage personnel et pour être capable de conseiller les autres sur les ajouts au site Web.

Connaissance des théories et des principes de marketing et d'édition électronique et sur copie papier, ainsi que des « théories » psychologiques, telles que le syndrome de gratification instantanée et d'autres attentes et réponses humaines qui ont une influence sur le développement et la maintenance du site Web. Connaissance des techniques de marketing afin de promouvoir l'utilisation du site Web.

Connaissance des télécommunications, y compris le fonctionnement du matériel et des logiciels des sites Web, notamment la technologie des coupe-feu, le codage, les fournisseurs de services et les lignes de communication.

Connaissance des applications, des capacités et des limites du matériel et des logiciels utilisés pour les sites Web afin de comprendre les systèmes existants et de déterminer les exigences quant aux mises à jour et aux changements de matériel ou de logiciels.

Connaissance des techniques et des pratiques d'élaboration de plans afin de préparer un plan stratégique détaillé pour la présence du ministère sur Internet, de participer à la rédaction du plan annuel sur l'édition électronique, des propositions budgétaires, des normes, des politiques, des procédures d'exploitation et autres outils de gestion.

Connaissance des techniques de production pour un site Web, y compris l'élaboration de scénarios-maquettes et la technologie des serveurs et des coupe-feu. Connaissance de la conception de la structure des répertoires, de l'analyse de documents et de l'analyse de sites (pour conserver une organisation logique du site), de la programmation (y compris les codes du langage de balisage hypertexte (HTML)), de la maintenance du serveur Web et d'autres exigences techniques.

Connaissance des procédures judiciaires, de la terminologie et des acronymes judiciaires pertinents ainsi que des nouveaux concepts et des nouvelles méthodologies relatifs au développement et à la production de renseignements judiciaires, tels que le langage clair et simple et les procédures simples pour les utilisateurs d'Internet, pour être capable de comprendre et de catégoriser les documents pour le Web, et pour comprendre les demandes et y répondre.

Connaissance des techniques de supervision et des techniques pour fournir des conseils et un encadrement fonctionnels.

Connaissance des techniques et des méthodologies relatives à l'obtention de services spéciaux.

Élément 8 : Connaissance du contexte

Sa propre unité de travail

Connaissance des rôles et responsabilités de sa propre unité de travail et de la division pour comprendre les rapports mutuels entre les activités, pour planifier le travail des subalternes et des

entrepreneurs, et en fixer les calendriers d'exécution, et pour se conformer à diverses pratiques et procédures administratives.

Son propre ministère ou organisme

Connaissance de l'*institution X*, de son organisation, de son mandat, de ses programmes et services, ainsi que des rôles et responsabilités de liaison des directions au sein de l'organisation, afin de concevoir et d'offrir le programme de site Web et de répondre aux demandes de renseignements reçues sur le Web.

Connaissance des politiques du ministère sur la communication avec le public, notamment de la politique sur les communications internes et la politique sur la consultation du public.

Connaissance des systèmes de prestation de services et d'information de l'*institution X*, pour les utiliser dans la préparation des plans courants et futurs, ainsi que de l'organisation et des responsabilités d'autres fournisseurs de services, telles que les technologies de l'information, les finances, les ressources humaines et l'administration, pour acquérir des services pour son unité de travail.

Connaissance des comités internes de l'*institution X*, ainsi que de leurs exigences et des liens entre eux, pour fournir des conseils et des commentaires sur la prise de décisions et la planification future.

Autres ministères et organismes fédéraux

Connaissance des priorités sociales, économiques et politiques du gouvernement fédéral ainsi que de leurs liens avec les enjeux de l'*institution X*, pour s'en servir pour la prise de décisions sur le contenu du site Web et pour aider à répondre aux demandes du public.

Connaissance des politiques du gouvernement en matière d'édition, y compris celles sur l'édition électronique. Connaissance des politiques sur l'accès aux renseignements et sur les langues officielles, pour s'assurer que les normes et les politiques du ministère s'y conforment, ainsi que des politiques et de l'orientation stratégique du Conseil du Trésor en ce qui a trait à Internet, pour s'y conformer et pour établir des politiques ministérielles.

Connaissance de tous les ministères fédéraux qui parrainent une nouvelle législation, pour l'établissement de liens ou les renvois de demandes en direct.

Connaissance des comités interministériels fédéraux sur les sites Web, ainsi que des gestionnaires, des concepteurs et des fournisseurs de services Web dans d'autres ministères, pour pouvoir traiter des idées et des problèmes, et pour mettre en oeuvre de nouvelles solutions logicielles.

Secteur privé et autres secteurs publics canadiens

Connaissance des tendances et des développements dans le secteur privé en ce qui a trait au progrès d'Internet, de la technologie du Web, de la gestion du Web et des intranets, en vue de faciliter la planification de recommandations sur les styles des sites Web, sur le matériel et les logiciels et sur les besoins en matière de formation.

Connaissance des bureaux de l'*institution X* dans chaque province et territoire, des liens au niveau des compétence et des sources d'information juridique, telles que Statistiques Canada en vue d'établir les liens appropriés et de déterminer les réponses à fournir aux demandes d'aide en direct.

Connaissance des fournisseurs de graphiques et de services de sites Web, pour y recourir pour la passation de marchés.

Connaissance des besoins des Canadiens en ce qui a trait à leur utilisation des sites Web.

Secteurs publics et privés internationaux

Connaissance des références internationales de l'*institution X*, des ambassades du Canada ainsi que des organisations culturelles et autres qui sont présentement sur Internet ou qui prévoient y être, en vue de déterminer les interfaces potentielles et de cerner les besoins des membres du public international en ce qui a trait à leur utilisation des sites Web.

Législation et réglementation

Connaissance des règlements, des protocoles et des règles du Conseil du Trésor sur Internet, de la *Loi sur les secrets officiels*, de la législation ministérielle habilitante, de la *Loi sur l'accès à l'information*, de la *Loi sur le droit d'auteur*, de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, des politiques, des règlements et des lignes directrices du ministère sur la publicité et les communications ministérielles, des règlement sur le droit d'auteurs, des règlements sur la sécurité et des règlements sur la gestion des renseignements détenus par le ministère, pour les appliquer lors de l'élaboration de politiques ministérielles sur les services Internet et pour s'assurer que l'information publiée sur Internet répond aux exigences.

Connaissance des articles pertinents de la *Loi sur l'emploi dans la fonction publique*, de la *Loi sur les relations de travail dans la fonction publique*, de la *Loi sur les langues officielles*, des conventions collectives, des politiques ministérielles sur les ressources humaines et des ordonnances administratives ministérielles, pour participer aux comité de sélections et pour gérer l'unité.

Élément 9 : Communication

Transmission

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la communication de vive voix pour préparer et présenter des rapports d'étape, des plans et des stratégies au superviseur immédiat, ce qui comprend la définition et l'expression claire des enjeux et des préoccupations. La difficulté est accrue par le manque de renseignements ou l'exigence d'exprimer des renseignements hautement techniques en termes simples.

Posséder des aptitudes pour la présentation d'exposés en vue de rendre compte et de promouvoir, auprès des cadres supérieurs du ministère, l'acceptation de la mise en oeuvre des services sur Internet et pour les conseiller sur les enjeux relatifs à l'édition et aux communications électroniques ministérielles. Habituellement, les cadres supérieurs ne connaissent pas très bien les concepts d'Internet et les exposés doivent être présentés de manière à assurer la pleine compréhension des services.

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la présentation en vue d'élaborer et d'expliquer clairement les procédures et les lignes directrices, de former le personnel et de présenter des exposés sur les questions techniques pour l'encadrement des employés du ministère, qui peuvent avoir une compréhension limitée des pratiques d'Internet.

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la communication de vive voix pour fournir de l'information et une formation aux membres de l'équipe du projet sur un éventail d'enjeux liés au projet, tels que l'établissement de calendriers, le ressourcement et les méthodes de travail, ainsi qu'aux clients de l'extérieur sur l'utilisation stratégique et efficace d'Internet pour les consultations du public et la diffusion de l'information par le ministère. Les explications sont adaptées au niveau de connaissances des participants, dont certains peuvent avoir une connaissance limitée d'Internet.

Posséder des aptitudes pour la communication de vive voix et la rédaction pour établir des partenariats, négocier des ententes et entretenir des relations de travail étroites avec d'autres parties de l'*institution X*, les webmestres d'autres ministères et des organismes du secteur privé.

Posséder des aptitudes pour la communication de vive voix et la rédaction pour répondre aux demandes en direct faites par les utilisateurs, qui peuvent avoir une compréhension limitée du mandat de l'*institution X*, des pratiques du gouvernement ou des pratiques liées à Internet.

Réception

Posséder des aptitudes pour la lecture pour comprendre les demandes provenant de sources externes et pour leur répondre ou les diriger vers les sources appropriées. Ceci signifie aussi la compréhension de la terminologie juridique et du jargon technique. Certaines des personnes qui écrivent peuvent avoir de piètres aptitudes pour la grammaire ou la communication.

Posséder des aptitudes pour l'écoute et l'interprétation pour comprendre les demandes, les commentaires et les suggestions des membres de l'équipe, des employés du ministère, et des participants à des réunions, à des comités techniques et à des groupes de travail spéciaux, et pour percevoir, comprendre et déterminer les exigences connexes. Ceci signifie la compréhension et l'interprétation de la terminologie juridique et informatique.

Posséder des aptitudes pour la lecture pour revoir le matériel et y déceler les lacunes avant de le télécharger sur le serveur. La difficulté est accrue par les procédures et la terminologie judiciaires.

Posséder des aptitudes pour la lecture afin de comprendre la politique du Conseil du Trésor et les documents procéduraux pour en saisir l'intention, l'impact et l'applicabilité à son propre organisme. La difficulté est accrue par un libellé conflictuel ou complexe.

Posséder des aptitudes pour la lecture afin de comprendre la documentation technique sur les technologies naissantes en vue de déterminer leur applicabilité à l'environnement ministériel et d'en recommander l'acquisition.

Posséder des aptitudes pour l'écoute pour discuter des tendances, des initiatives et des progrès technologiques avec d'autres webmestres, des techniciens et des fabricants de produits. La difficulté est accrue par l'évolution et la croissance continues de la terminologie et des acronymes des TI.

Élément 10 : Habiletés motrices et sensorielles

Posséder la dextérité et la précision nécessaires pour utiliser un ordinateur et un clavier tout en revoyant le contenu d'un site Web et en préparant des exposés et des rapports.

Posséder la dextérité nécessaire pour brancher et utiliser le matériel audiovisuel lors de la présentation d'exposés.

Effort

Élément 11 : Effort intellectuel

Effort intellectuel pour établir et surveiller les politiques, les normes de qualité et les pratiques de contrôle de la qualité pour les sites Web ministériels, ce qui comprend le développement d'un « style maison », la normalisation de l'utilisation des modèles et des logiciels spécialisés, et l'assurance de l'observation des normes gouvernementales, y compris les normes d'accessibilité pour les personnes handicapées et les normes relatives aux langues officielles. Effort intellectuel pour diriger la conception du service Web et pour fournir des conseils à des clients à l'interne et, à l'occasion, à des clients de l'extérieur sur la présentation appropriée et efficace de l'information sur le Web. Effort intellectuel pour résoudre les problèmes techniques des sites Web et pour consulter des représentants des services d'information et de technologie pour discuter avec eux des concepts et des développements dans le domaine de la technologie Web. La difficulté est accrue par les pratiques de pointe, la technologie en évolution continue, les politiques gouvernementales nouvelles et modifiées, la convivialité et l'accessibilité du site pour les groupes spéciaux, et l'utilisation croissante et la dépendance accrue du ministère à l'égard du Web, ainsi que les ressources limitées pour répondre aux besoins de tous les utilisateurs.

Effort intellectuel pour prévoir les difficultés éventuelles du serveur ou du site Web, et pour demeurer proactif dans la résolution de ces problèmes. La difficulté est accrue par le nombre infini d'impondérables dans le domaine de la technologie.

Effort intellectuel pour préparer des calendriers de production et leurs résultats, surveiller les progrès et résoudre les problèmes en vue de respecter les échéanciers. La difficulté est accrue par la nécessité de soupeser les besoins d'une multitude de clients aux ressources limitées, par une variété de projets progressant en même temps, mais selon des calendriers différents, ainsi que par les intervenants et les délais, tout en disposant d'un personnel limité à l'interne.

Effort intellectuel pour élaborer et offrir un programme de surveillance efficace, ce qui comprend la conception d'un cadre d'évaluation, et la compilation et la préparation de rapports sur les statistiques d'utilisation et de trafic, la non-observation du niveau ou des normes de qualité, les problèmes techniques et autres problèmes. La difficulté est accrue par les nombreuses activités, le manque de modèles et les obstacles à une mesure adéquate. Effort intellectuel pour rechercher, analyser et évaluer les tendances et les développements dans le domaine du matériel et des logiciels pour le Web en vue d'évaluer l'orientation et les plans ministériels et de faire des recommandations à leur sujet. Effort intellectuel pour élaborer le programme ministériel sur les sites Web. Effort intellectuel pour examiner le progrès, pour évaluer l'efficacité du site Web, déterminer les stratégies d'actions correctives à long terme dans le but de s'assurer que les activités Web se conforment au plan approuvé et respectent les normes et les orientations. Effort intellectuel pour résoudre les problèmes techniques liés au trafic et à l'utilisation du site Web. La difficulté est accrue par la nécessité de déterminer les priorités, de concevoir une structure dotée

de la souplesse nécessaire pour s'adapter à l'évolution de la technologie à long terme, de résoudre divers problèmes de conception et de mise en oeuvre du programme du ministère sur ses sites Web, et de recommander une formation pour les coordonnateurs des sites Web de la direction et d'autres employés du ministère.

Effort intellectuel pour analyser les objectifs de l'institution, les tendances pertinentes, les développements techniques, les nouveaux produits et outils sur le Web, l'utilisation courante et prévue, et l'information obtenue par les rétroactions et les sondages. Effort intellectuel pour élaborer un plan stratégique en vue de la présence du ministère sur Internet et pour participer à la préparation du plan annuel du ministère sur l'édition électronique. La difficulté est accrue par le grand nombre d'options et la nécessité de faire des prévisions dans un domaine technique en développement et en évolution rapides.

Effort intellectuel pour interpréter et revoir le texte des publications électroniques, les projets numériques et le site Web de l'*institution X*, ce qui comprend la vérification de la précision, de l'uniformité et de l'intégralité, la recherche d'information additionnelle à ajouter, ainsi que l'élaboration d'un texte original pour terminer les projets. La difficulté est accrue par les procédures et la terminologie juridiques et par les besoins conflictuels des clients.

Effort intellectuel pour conceptualiser et créer la conception et la mise en page des publications électroniques, des projets numériques et du site Web de l'*institution X*, ce qui comprend l'examen de l'utilisation des illustrations et des photographies. Effort intellectuel pour prendre des mesures afin d'obtenir des services de graphisme, de photographie et de traduction. Effort intellectuel pour trouver des solutions aux problèmes liés aux calendriers de production. La difficulté est accrue par la nécessité de comprendre les besoins des utilisateurs, d'y répondre et de se conformer aux politiques et aux normes ministérielles et gouvernementales tout en respectant les échéanciers et les budgets.

Élément 12 : Attention soutenue

Attention soutenue pour créer, réviser et corriger la politique de l'information sur Internet et d'autres documents jusqu'à vingt heures par semaine, pour s'assurer que l'information sur le Web répond aux normes et pour rectifier les divergences. Le travail du titulaire est fréquemment interrompu par la visite de clients, les appels téléphoniques et les conversations dans le bureau. Le manque d'attention peut entraîner l'omission de renseignements pertinents, la nécessité de recommencer le processus ou d'acquérir l'information de nouveau.

Élément 13 : Effort psychologique/émotionnel

Effort requis pour conserver une attitude professionnelle et se concentrer lorsqu'il y a un stress engendré par les échéances, les technologies en évolution constante et les priorités conflictuelles des gestionnaires et des clients, qui sont parfois impatients et irrités si on ne répond pas immédiatement à leurs besoins. Le titulaire a un contrôle limité sur la fréquence ou la durée des événements.

Effort requis pour conserver son sang-froid lorsqu'il faut répondre aux demandes faites au téléphone et par courriel par des clients irrités ou des personnes contrariées concernant des questions comme le matériel, l'accessibilité, la technologie ou la jurisprudence. Le titulaire doit traiter ces questions avec professionnalisme pour ne pas nuire à la réputation du ministère. Le titulaire a un contrôle limité sur le moment où surviennent ces événements.

Élément 14 : Effort physique

Le titulaire doit demeurer assis à un poste de travail jusqu'à 80 p. 100 du temps, utilisant une souris pour produire des politiques, des documents de travail, des exposés et des rapports. Le titulaire est libre de changer de position et de bouger.

Le titulaire doit demeurer assis jusqu'à deux heures par jour pour présider des réunions ou des groupes de travail, ou pour y participer. Le titulaire est libre de changer de position.

Le titulaire doit se tenir debout trois heures de suite, toutes les deux semaines, pour présenter des exposés. Le titulaire est libre de changer de position.

CONDITIONS DE TRAVAIL

Élément 15 : Environnement de travail

Environnement psychologique

Le titulaire doit continuellement apprendre dans un domaine technologique en évolution constante. Il n'a aucun contrôle sur l'évolution de la technologie et la nécessité de se tenir à jour.

Le titulaire n'a aucun contrôle sur le rythme de travail. Les interruptions sont occasionnées par les modifications aux priorités, aux spécifications ou à la charge de travail, et par la nécessité de répondre aux demandes de la haute direction et de faire face à des situations sur lesquelles le titulaire n'a aucun contrôle, comme les échéances établies (imposées), les priorités multiples et changeantes, et les contraintes de temps.

Le titulaire a peu de contrôle sur les erreurs et il doit continuellement faire des efforts pour demeurer objectif lorsqu'il analyse les faits et élabore les solutions appropriées.

Le titulaire est exposé à un stress lorsqu'il doit aborder et résoudre des problèmes des employés du ministère qui ont des priorités conflictuelles. Il a peu de contrôle sur la fréquence de ces problèmes.

Environnement physique

La conception du milieu de travail à aire ouverte entraîne un manque d'intimité et des interruptions fréquentes par les collègues. Il en résulte une perte de concentration et l'obligation de recommencer le travail.

Le titulaire doit demeurer assis à un poste de travail jusqu'à 80 p. 100 du temps, exposé aux reflets de l'écran de l'ordinateur.

Le titulaire doit voyager pour participer à des réunions, des salons professionnels ou des conférences environ trois fois par année pendant environ trois jours à la fois.

Élément 16 : Risque pour la santé

Risque physique

Le fait d'utiliser des terminaux d'ordinateur jusqu'à cinq heures par jour peut occasionner de la fatigue oculaire et de la douleur musculaire au dos, aux mains, aux poignets et aux doigts pendant la programmation et la révision ou l'édition. L'exposition à long terme peut causer le syndrome du canal carpien.

Risque psychologique

Le titulaire doit régulièrement composer avec des priorités et des délais changeants, des technologies en évolution constante et traiter avec les cadres supérieurs subissant des pressions pour livrer les produits dans les délais convenus, ce qui peut mener à des maladies liées au stress ou à d'autres maladies.

Conseiller en communications électroniques

Caractéristiques du travail

Responsabilité

Élément 1: Information utilisée par d'autres

Participer à l'établissement des politiques sur Internet et les intranets et faire des recommandations au superviseur pour l'infrastructure et la conception du site Web. La haute direction s'en sert pour la prise de décisions.

Aider à rédiger les réponses ou les références pour les réponses aux courriels reçus du grand public et du personnel interne, dans les deux langues officielles, concernant des aspects comme la technologie, le contenu Web, les demandes de nature juridique, les questions personnelles et les rétroactions. Le personnel interne utilise cette information pour faciliter l'accès à l'information appropriée sur les opérations, les programmes et les services du ministère.

Fournir un soutien technique pour les exposés ministériels et prodiguer des conseils sur les formats des exposés qui satisfont aux exigences globales en matière d'effets visuels et de fonctionnalité. Cette information est utilisée pour apporter des changements aux exposés présentés lors de réunions du Cabinet et du caucus en vue d'améliorer la réputation du ministère ou du ministre et de promouvoir les priorités ministérielles.

Concevoir, élaborer et mettre en oeuvre des pages Web, et intégrer des éléments multimédias et des publications à la présentation sur les sites Internet et intranets de l'*institution X*, en collaboration avec la direction de la gestion de l'information. Les clients à l'interne utilisent cette information comme ressource lorsqu'ils répondent aux questions opérationnelles et personnelles.

Fournir une expertise technique et des conseils sur les politiques, les exigences, la conception et les graphiques. Fournir une réponse aux diagnostics de pannes provenant du personnel du ministère, et fournir des conseils et une aide pour les opérations courantes des sites Internet et intranets. Le personnel de soutien des systèmes techniques se sert de cette information pour réparer l'intranet au besoin et les gestionnaires du Web l'utilisent pour améliorer leur site ou pour rectifier les omissions.

Être membre de divers comités, participer à l'établissement de la politique, à la conception, et à l'organisation de l'information, des effets et de l'image. Faire des propositions et concevoir des prototypes à soumettre au comité. Cette information servira à structurer le développement permanent des sites Internet et intranets.

Créer des rapports statistiques sur l'activité du serveur Web, fournir de l'information sur les exigences futures et résoudre les problèmes techniques. Le superviseur utilise cette information pour assurer la qualité du Web et pour planifier pour l'avenir.

Participer à des conférences, des réunions et des démonstrations de nouveaux produits. Lire des revues spécialisées et des publications sur Internet pour se garder au fait de la technologie et pour transmettre les informations les plus récentes au personnel de soutien du Web et à la direction. Créer des propositions techniques et faire des recommandations pour l'achat de mises à niveau du

matériel et des logiciels à l'intention du superviseur. Le superviseur utilise cette information pour préparer des recommandations à l'intention des décideurs de la haute direction.

Élément 2 : Bien-être d'autrui

Aucune responsabilité.

Élément 3 : Leadership des ressources humaines

Fournir aux clients et aux collègues une formation personnelle et non structurée sur la façon d'utiliser Internet ou l'intranet et d'y publier de l'information. Cette responsabilité est entière.

Fournir aux entrepreneurs et aux éditeurs sur Internet et intranet de l'information technique, des conseils sur la mise en oeuvre et une orientation sur les techniques générales de conception, sur la présentation et sur le contenu. Cette responsabilité est entière.

Évaluer le travail à forfait sur les services Web et sur le développement du site Web, pour veiller à la précision et à la qualité des services offerts, et vérifier le temps que les entrepreneurs ont consacré à ces services aux fins de paiement. Cette responsabilité est partagée.

Élément 4 : Argent

Budgétisation :

Fournir les éléments du budget, comme le coût du matériel technique et des logiciels, et les exigences en matière de services techniques pour l'année qui vient.

Gestion des mouvements de trésorerie :

Aucune responsabilité.

Dépenses :

Obtenir de l'information sur le matériel, par exemple les appareils photonumériques et les rétroprojecteurs, et l'évaluer. Fournir des références pour les meilleurs choix en matière de technologie. Fournir des commentaires sur les logiciels et les autres technologies liées à la planification du site Web. Recommander des achats touchant la technologie. Il y a une certaine latitude quant à la recommandation de mesures tout en respectant les limites budgétaires. Les décisions sont prises à des niveaux plus élevés.

Vérifier le temps que les entrepreneurs consacrent aux divers services. Fournir une recommandation au superviseur en relation avec le paiement des factures.

Élément 5 : Ressources matérielles et produits

Se servir et prendre soin d'un ordinateur personnel, de matériel périphérique comme un appareil photonumérique (1 000 \$), un projecteur (10 000 \$), deux ordinateurs portatifs (7 000 \$), des logiciels connexes (10 000 \$), et des manuels techniques pour la conception, l'administration et la maintenance de pages Web. Bien que la plus grande partie du matériel et des manuels soit facile à obtenir des magasins du ministère, la livraison des articles plus coûteux pourrait connaître des délais pour les achats fait à l'extérieur et à cause de la paperasserie administrative.

Responsabilité du diagnostic des pannes et des services de maintenance permanente (Internet / intranet), comme la cybergestion, ce qui comprend la structuration des secteurs de conception et de production, l'exécution de programmes de diagnostic et le rétablissement des liens des textes. Le titulaire doit exécuter ces activités pour vérifier l'interrelation continue des programmes et des sites Internet et intranets. Ce sont des sources principales d'information et des ressources de recherche valables qui sont utilisées à l'interne par le personnel de *l'institution X*, et pour l'externe par les intervenants et le grand public. Cette responsabilité est entière.

Se servir et prendre soin de l'ameublement et du matériel de bureau. Ce matériel peut être remplacé en quelques jours à même les biens du ministère.

Responsabilité de l'archivage des données périmées se trouvant sur les sites Web, pour que les clients et les collègues s'en servent comme références, et de la conservation de l'information originale sur le site Web, au besoin. Le travail oblige le titulaire à établir des calendriers de conservation et d'élimination, à s'assurer de l'exécution de copies de sauvegarde des données du serveur et à coordonner les projets du ministère sur le Web. Cette information est facile à remplacer mais sa récupération pourra exiger un certain effort de la part du personnel technique.

Élément 6 : Surveillance de la conformité

Vérifier la présentation des sites Internet et intranets pour s'assurer de leur conformité aux règlements et aux normes établis par la fonction publique fédérale. Vérifier les pages Web préparées par le personnel de la direction chargé des services de soutien du Web pour s'assurer de leur conformité aux règlements sur la sécurité du ministère, à l'architecture des données et aux normes de conception des pages Web, et pour fournir des produits de qualité uniforme. Si la conception des pages Web ne répond pas aux normes, le titulaire a l'autorité nécessaire pour retourner le travail pour qu'il soit corrigé. Cette responsabilité est entière.

Surveiller et vérifier le travail du personnel contractuel pour s'assurer de sa conformité à la *Loi sur le droit d'auteur*, à la *Loi sur les langues officielles*, à la *Loi sur l'accès à l'information*, à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et à la *Loi canadienne sur les droits de la personne* et à leurs règlements, ainsi qu'aux spécifications du contrat, afin de s'assurer qu'il satisfait aux exigences en matière de publication de l'information. La non-conformité pourrait entraîner un coût additionnel et une perte de temps, en plus de nuire à la prestation des produits et des services. Si la conception des pages Web ne répond pas aux normes, le titulaire a l'autorité nécessaire pour retourner le travail pour qu'il soit corrigé. Cette responsabilité est entière.

Habilité

Élément 7 : Application de la connaissance du domaine de travail

Connaissance des théories et des principes ainsi que des processus et des pratiques de la communication et du marketing pour contribuer à l'élaboration des politiques et des procédures ministérielles d'édition électronique, pour conseiller les gestionnaires et les concepteurs de sites Web, pour appliquer ces politiques et procédures à la conception de sites Web et à la préparation de documents d'information pour le ministre et pour donner suite aux préoccupations des clients internes.

Connaissance des communications électroniques, y compris le courriel, et des exigences techniques pour l'évaluation et le maintien de l'information sur le Web. Connaissance de l'édition électronique (dont les produits multimédias) faisant appel à divers systèmes-auteurs.

Connaissance des procédures opérationnelles pour l'équipement périphérique, tel que les scanners, les imprimantes, les mémoires de grande capacité, les projecteurs d'image-écran et les produits multimédias. Connaissance de la conception électronique, y compris la conception fonctionnelle (organisation de l'information et scénarios-maquettes, accès à l'information), de la conception esthétique (polices, graphiques, etc.) et de l'observation des normes à l'échelle du ministère et du gouvernement. Connaissance des théories de l'impression et de l'édition électronique en ce qui a trait aux attentes des utilisateurs, ainsi que des techniques conceptuelles et graphiques utilisées pour la conception des sites Web. Cette information est requise pour informer les autres sur la conception de sites électroniques pour Internet et les intranets.

Connaissance des tendances et des développements dans le domaine de l'édition électronique, d'Internet, des intranets et des sites Web, ainsi qu'en matière d'outils de communications et de logiciels spécifiques, pour conseiller les gestionnaires dans le cadre de la contribution du titulaire à l'établissement de politiques, des procédures et des plans.

Connaissance des techniques et des pratiques de recherche de base, d'analyse et de présentation de rapports pour analyser le contenu, résumer l'information et tirer des conclusions à partir d'un vaste éventail de sources d'information. Rédiger des réponses aux demandes faites sur Internet et les intranets, et recommander un plan d'action. Connaissance des règles de grammaire et des techniques d'écriture pour rédiger, corriger et récrire des parties des documents destinés aux sites Web, et pour préparer des réponses aux courriels et vérifier les réponses finales.

Connaissance des procédures judiciaires, de la terminologie et des acronymes judiciaires pertinents ainsi que des nouveaux concepts et des nouvelles méthodologies relatifs à l'élaboration et à la production de renseignements judiciaires, pour faciliter l'accès des utilisateurs au site Web, et pour comprendre les demandes et y répondre.

Connaissance des logiciels, y compris les navigateurs Internet (p. ex., Netscape, Microsoft Internet Explorer, Lynx), les systèmes-auteurs (p. ex., FrontPage), les logiciels d'édition (p. ex., Ventura, QuarkXPress, Microsoft Publisher, Adobe Illustrator), les logiciels audiovisuels (p. ex., QuickTime, Real Audio, SoundBlaster), les logiciels graphiques (p. ex., Corel Draw, PhotoShop, Microsoft Image Composer, Adobe Illustrator, ACDSEE), le logiciel FTP (protocole de transfert de fichiers), les logiciels de traitement de textes (p. ex., Microsoft Word) et les tableurs (p. ex., Microsoft Excel, Lotus 123) utilisés sur une variété de plates-formes (p. ex., DOS, Windows). Ces connaissances sont requises pour (1) obtenir, analyser et mettre en application l'information destinée au Web et (2) fournir des conseils sur la conception et l'infrastructure de sites, Internet et intranets à l'*institution X*.

Connaissance des techniques de formatage de l'édition électronique pour la diffusion sur le Web, dont les techniques d'utilisation des médias substitutifs pour les personnes handicapées, y compris celles souffrant de déficience visuelle, de déficience auditive et de daltonisme. Ces connaissances sont requises pour fournir des conseils sur la conception et l'infrastructure de sites Internet et intranets à l'*institution X*.

Connaissance des techniques de conception de bases de données, d'accès aux bases de données et de la manipulation des bases de données ainsi que de leur présentation sur des sites Web pour conseiller le gestionnaire du site de l'*institution X* sur la configuration, le service à la clientèle et le soutien du site.

Connaissance des techniques de recherche pour avoir accès à l'information sur Internet à l'aide de moteurs de recherche (tels que Lycos, Yahoo et Alta Vista), de serveurs de liste et de groupes

Usenet. Ces connaissances sont requises pour obtenir l'information nécessaire pour répondre aux demandes par Internet et pour déterminer les ressources électroniques potentielles.

Connaissance des techniques de diagnostic de panne et capacité d'interpréter les messages d'erreurs pour résoudre rapidement les problèmes techniques et les problèmes de programmation pour le soutien du Web et pour son propre travail quotidien.

Élément 8 : Connaissance du contexte

SA PROPRE UNITÉ DE TRAVAIL

Connaissance des diverses politiques et procédures administratives en vigueur pour les comprendre, les mettre en application et les expliquer aux gestionnaires, aux entrepreneurs et au personnel de soutien des sites Web, et pour être un membre valable au sein de l'équipe.

SON PROPRE MINISTÈRE OU ORGANISME

Connaissance du mandat, de l'organisation et des principaux programmes et services de l'*institution X* pour répondre aux demandes sur Internet. Connaissance du plan stratégique pour la présence sur Internet et sur l'intranet ainsi que du plan annuel de l'édition électronique pour comprendre les communications et fournir un service à la clientèle.

Connaissance des politiques du ministère sur la communication avec le public, ce qui comprend la politique sur les communications internes et la politique sur la consultation du public pour conseiller les concepteurs de sites Web sur les exigences à respecter.

Connaissance des exigences de l'*institution X* en ce qui a trait au contrôle de la correspondance, y compris les priorités, les intérêts, le ton et la présentation, en fonction du sujet afin de préparer adéquatement les réponses et de déterminer les questions qui doivent être examinées en priorité.

Connaissance des comités ministériels sur le Web et de leurs mandats pour en être un membre actif.

AUTRES MINISTÈRES ET ORGANISMES FÉDÉRAUX

Connaissance du Programme de coordination de l'image de marque et de la Politique sur les communications du gouvernement et des normes pertinentes dans la mesure où ils s'appliquent au Web, ce qui comprend l'accès pour les personnes handicapées et les langues officielles, pour les mettre en application et conseiller les autres sur ce sujet.

Connaissance des coordonnateurs, des gestionnaires et des techniciens des sites Web, tant au ministère que dans les autres ministères et organismes, pour clarifier et résoudre les problèmes techniques quant aux hyperliens.

Connaissance des opérations de divers ordres de gouvernement, de leur structure et des contacts clés dans divers ministères, particulièrement en rapport avec le système de justice, pour fournir l'accès à d'autres sources d'information connexes et pour acheminer les demandes vers le contact approprié.

SECTEUR PRIVÉ ET AUTRES SECTEURS PUBLICS CANADIENS

Connaissance d'autres ordres de gouvernement et d'autres sources d'information telles que Statistique Canada, qui sont sur Internet ou qui prévoient l'être, pour trouver des sources d'information éventuelles.

Connaissance des tendances et des développements dans le secteur privé, des organismes spécialisés et des fournisseurs pour ce qui est du progrès d'Internet, de la technologie Web, de la gestion du Web, et de l'intranet afin d'obtenir des conseils et des services, de mettre les logiciels à l'essai et de faire des recommandations sur les styles, le matériel et les logiciels pour les sites Web, et pour répondre aux besoins en formation.

Connaissance des besoins des Canadiens en ce qui a trait à leur utilisation des sites Web pour conseiller les concepteurs et les fournisseurs de graphiques et de services en vue de la passation de marchés.

SECTEURS PUBLICS ET PRIVÉS INTERNATIONAUX

Connaissance des ressources internationales de l'*institution X*, des ambassades du Canada ainsi que des organismes juridiques et autres qui sont présentement sur Internet ou qui prévoient y être, en vue de déterminer les sources d'information éventuelles.

Connaissance des besoins du public international en ce qui a trait à son utilisation des sites Web comparativement aux besoins des clients internes en ce qui a trait à l'intranet.

LÉGISLATION ET RÉGLEMENTATION

Connaissance de la *Loi sur le droit d'auteur* et du règlement connexe pour comprendre les limites quant au droit d'auteur et résoudre les questions liées aux publications électroniques. Connaissance de la *Loi sur les langues officielles*, de la *Loi sur l'accès à l'information* et de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* ainsi que de la *Loi canadienne sur les droits de la personne* et des règlements connexes pour s'assurer de satisfaire aux exigences en matière d'information et d'édition.

Avoir une certaine connaissance de toutes les lois et de tous les règlements auxquels le ministère se réfère lorsqu'il dirige les demandes vers la source appropriée. Connaissance des projets de loi qui seront présentés au Parlement en vue de leur publication sur le site Web et pour aider à formater les présentations au Cabinet ou au caucus.

Élément 9 : Communication

TRANSMISSION

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la révision pour créer, revoir et modifier le contenu du site Web conformément aux exigences du ministère et du gouvernement, d'un « style maison », ainsi qu'aux normes et aux exigences liées au chargement des documents.

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la communication de vive voix pour aider le ministre et d'autres hauts fonctionnaires en les informant sur la présentation à adopter pour les exposés. La difficulté est accrue par le manque de temps pour la préparation, le manque de compréhension du sujet et les impondérables en ce qui concerne le public ciblé.

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la communication de vive voix pour fournir un encadrement, des conseils et une orientation aux personnes qui cherchent à obtenir de l'information par courriel ou par téléphone. La difficulté est accrue lorsqu'il faut adapter l'information technique sur le Web pour le grand public ou présenter des questions complexes d'ordre juridique ou liées aux processus à des publics très diversifiés. Les demandes par courriel couvrent un vaste éventail de domaines.

Posséder des aptitudes pour la communication de vive voix pour discuter, pour clarifier, pour fournir une orientation, des instructions et une formation sur les nouveaux logiciels et pour négocier, avec les cadres et le personnel de soutien du Web au sein de la direction, des améliorations à la conception graphique et d'autres développements propres au Web. La difficulté est accrue par les enjeux complexes, les besoins opérationnels variables et les niveaux de connaissances techniques.

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la communication de vive voix pour préparer les communications adressées aux collègues sur la technologie de l'information, pour traiter des tendances et des développements du Web ainsi que d'autres enjeux techniques avec des gestionnaires et des techniciens du Web d'autres ministères et de l'industrie et pour documenter les recommandations sur les nouveaux logiciels et sur les occasions de marketing à l'intention du gestionnaire des communications électroniques.

RÉCEPTION

Posséder des aptitudes pour la lecture et pour l'écoute pour comprendre les appels téléphoniques du grand public et du personnel à l'interne à la recherche d'information, de conseils et d'orientation. La difficulté est accrue par l'ampleur des sujets et les piètres aptitudes de communication de certains rédacteurs.

Posséder des aptitudes pour l'écoute et pour la lecture pour comprendre les signaux non verbaux du ministre, du sous-ministre et d'autres hauts fonctionnaires afin de mieux coordonner la protection des données pendant les réunions du Cabinet et du caucus. La difficulté est accrue par le stress qu'engendrent les réunions de haut niveau, le manque de temps pour la préparation, le manque de profondeur du domaine, les discussions en dehors du sujet et le fait que de nombreuses personnes parlent en même temps.

Posséder des aptitudes pour l'écoute et pour la lecture afin de comprendre l'information fournie par le ministre ou le personnel du ministre en vue de fournir des recommandations pour améliorer le format de l'exposé. La difficulté est accrue par le manque de compréhension en profondeur des enjeux et des messages.

Posséder des aptitudes pour la lecture et pour la compréhension afin de comprendre les lois pertinentes telles que la *Loi sur le droit d'auteur* et la *Loi sur les langues officielles* et les utiliser en vue d'atteindre des objectifs opérationnels.

Posséder des aptitudes pour l'écoute et pour la lecture pour interpréter les exigences techniques et échanger de l'information technique avec des collègues et des spécialistes du soutien technique.

Posséder des aptitudes pour la lecture et pour l'écoute afin d'acquérir de l'information technique dans les journaux spécialisés, les cours, les conférences et les séminaires en vue d'obtenir de

l'information sur les techniques en évolution, dans le cadre d'un programme d'acquisition continue du savoir.

Élément 10 : Habiletés motrices et sensorielles

Posséder la dextérité, la rapidité et la précision nécessaires pour se servir d'un ordinateur et d'un clavier pour la préparation de l'information pour le site Web. L'entrée de l'information sur le site Web exige aussi de la précision.

Posséder les aptitudes auditives et visuelles nécessaires pour concevoir les éléments sonores et graphiques pour le Web et pour déceler les erreurs et les messages informatifs, et dextérité nécessaire pour se servir d'un scanner et d'autre matériel périphérique connexe.

Posséder la dextérité nécessaire pour brancher et utiliser le matériel audiovisuel lors de la présentation d'exposés au ministre et à d'autres hauts fonctionnaires.

Effort

Élément 11 : Effort intellectuel

Effort intellectuel pour fournir à la direction des commentaires pour l'élaboration des politiques pour Internet, ce qui comprend fournir de l'information sur les plans et les exigences futures et des recommandations pour l'organisation et la conception des sites. Effort requis pour fournir une réponse aux rapports de diagnostics de pannes provenant de divers employés du ministère, et pour fournir des conseils et de l'aide pour l'exploitation permanente du site Web afin de permettre au ministère d'atteindre ses objectifs le mieux possible. Effort requis pour produire des rapports tels que l'analyse statistique des activités et du rendement du site Web pour leur utilisation par la direction dans la prise de décisions. La difficulté est accrue par le vaste éventail de choix, les changements technologiques, la dépendance accrue du ministère et les changements apportés à la prestation des services et des produits du ministère.

Effort intellectuel pour analyser les demandes, de la part de la direction, pour placer de l'information dans la structure du site Web et pour effectuer des essais de contrôle de la qualité. Effort requis pour fournir des conseils et de l'aide au personnel de soutien du Web de la direction et à d'autres personnes sur la conception de leurs pages Web. L'effort est accru par l'ampleur du domaine, les besoins opérationnels changeants et la grande variété d'utilisateurs.

Effort requis pour analyser la politique et les documents liés aux politiques et les exposés à l'intention du ministre, du sous-ministre et d'autres hauts fonctionnaires, et pour élaborer des recommandations en vue de changements. La difficulté est accrue par la complexité et la nature délicate des sujets et par la nécessité de fournir des messages clairs et concis dans des délais limités à des personnes ayant beaucoup d'autres priorités. Les exposés ont une incidence sur la capacité du ministre de présenter le programme législatif de l'*institution X* et l'image du ministère au Cabinet.

Effort requis pour répondre au courriel reçu sur les sites intranets et Internet, dans les deux langues officielles. La difficulté est accrue par un vaste éventail d'enjeux tels que les problèmes liés à la technologie et au contenu du site Web, les demandes de nature juridique, les questions personnelles et les rétroactions, les recherches nécessaires pour trouver la réponse et la nécessité

de répondre immédiatement à cause des attentes à l'égard du courriel. Le titulaire représente le ministère et exerce une influence sur sa réputation, car ni le personnel chargé de la correspondance du ministère ni le superviseur n'examinent les réponses par courriel envoyées au grand public.

Effort requis pour surveiller les politiques, les normes de qualité et les pratiques de contrôle de la qualité des sites Web du ministère, y compris le développement d'un « style maison », la normalisation de l'utilisation de modèles et de logiciels spécialisés et l'assurance de la conformité aux normes gouvernementales en matière d'accessibilité par tous, par exemples par les personnes handicapées, et de langues officielles. Effort requis pour résoudre les problèmes techniques liés au site Web, et pour consulter les experts en technologie de l'information pour discuter avec eux des concepts et des développements dans le domaine de la technologie Web. La difficulté est accrue par les pratiques de pointe, la technologie en changement continu, les politiques gouvernementales nouvelles et modifiées, la convivialité et l'accessibilité du site pour les groupes spéciaux, et l'utilisation croissante du Web par le ministère et sa dépendance accrue, dans un contexte de ressources limitées, pour répondre aux besoins de tous les utilisateurs.

Effort requis pour créer, modifier et mettre à l'essai les pages Web et pour analyser les exigences et les spécifications quant aux aires de stockage et à la conception de la page d'accueil. Effort requis pour créer, mettre à l'essai et corriger les codes et pour publier des documents sur le Web pour usage public. La difficulté est accrue par la pression qu'imposent les échéanciers rigoureux, les demandes conflictuelles et les priorités changeantes, et par l'importance que présente la mise en oeuvre de programmes nouveaux ou améliorés qui répondent aux exigences de la clientèle. Les délais ont une incidence négative sur le coût de conception et les délais de mise en oeuvre des produits et pourraient nuire aux services qui sont fournis.

Effort requis pour analyser les caractéristiques des nouveaux produits logiciels pour améliorer la production de nouveaux sites Web et pour créer des propositions techniques et faire des recommandations pour l'achat de matériel et de mises à niveau de logiciels, et obtenir leur approbation par la direction. Effort requis pour analyser et comparer les spécifications techniques du matériel et des logiciels, pour évaluer les différentes options et pour comparer l'analyse de rentabilité à l'appui des recommandations d'acquisitions au gestionnaire.

Effort requis pour mettre au point des mécanismes de suivi et pour surveiller le rendement du serveur pour déceler tout signe de dégradation, pour maintenir et organiser les pages d'accueil Internet et les services Web tels que le protocole de transfert de fichier. Effort requis pour cerner et résoudre les problèmes opérationnels et pour prendre les mesures appropriées afin de s'assurer que le système fonctionne au maximum. La difficulté est accrue par la nécessité de fournir un service Web vingt-quatre heures par jour et sept jours par semaine.

Effort requis pour analyser et évaluer les solutions techniques, pour sauvegarder/restaurer ou importer/exporter les données dans le but de respecter les engagements quant à l'offre des produits et pour restaurer les opérations normales du ministère. La solution des erreurs peut s'avérer complexe et déroutante et exiger des techniques de diagnostic poussées pour isoler et évaluer les problèmes, et le titulaire est souvent pressé par le temps.

Effort requis pour créer et/ou convertir des éléments multimédias tels que les graphiques, les photographies, le son et la vidéo pour le Web au moyen de la numérisation à l'aide du logiciel RealAudio, de la technologie du balayage et de logiciels graphiques comme PhotoShop et

QuickTime. Effort requis pour résoudre les problèmes liés à la distorsion de l'image et du son, au temps de téléchargement, à la taille des fichiers et ainsi de suite.

Effort requis pour préparer des démonstrations du site Web, les grandes lignes de la formation et les documents connexes pour le gestionnaire du site Web qui trouve les sources d'information, analyse, évalue et résume l'information pertinente sur les sites Web et assure la gestion de leur maintenance.

Élément 12 : Attention soutenue

Attention aux détails pour la révision des pages Web. Le titulaire doit effectuer ce travail jusqu'à deux heures par jour pour comparer les versions et procéder à la vérification des documents sur le Web pour déceler les erreurs. Le titulaire doit aussi concentrer son attention sur l'écran d'un terminal pour lire les codes des programmes d'essai des données pendant qu'il procède à l'essai et à la mise au point des programmes. La qualité du travail a des répercussions sur la réputation du ministère.

Capacité d'écoute et capacités visuelles pour comprendre les signaux du ministre et d'autres hauts fonctionnaires afin de mieux coordonner l'information projetée. Les exposés durent de 15 à 20 minutes, une fois tous les deux mois. Le manque d'attention peut nuire à la réputation du ministère. La difficulté est accrue par le manque de préparation, le manque de compréhension des documents et de clarté des indications verbales.

Élément 13 : Effort psychologique/émotionnel

Effort requis pour demeurer calme et concentré lorsqu'il faut apporter de l'aide au ministre ou à des hauts fonctionnaires lors des exposés. Cette situation entraîne beaucoup de stress en raison du temps limité pour se préparer, des discussions complexes et du haut niveau des personnes en cause, et de la nécessité de suivre les signaux non verbaux du ministre.

Effort requis pour conserver une attitude professionnelle et se concentrer lorsqu'il y a un stress engendré par les échéances, les technologies en changement constant et les priorités conflictuelles provenant des gestionnaires et des clients, qui sont parfois impatients et irrités si on ne répond pas immédiatement à leurs besoins, et par la nécessité d'expliquer et de ré-expliquer les exigences techniques à du personnel non technique. Le titulaire a un contrôle limité sur la fréquence et la durée des événements.

Effort requis pour conserver son sang-froid lorsqu'il faut répondre aux demandes de clients irrités par téléphone ou par courriel sur diverses questions. Le titulaire n'a aucun contrôle sur la fréquence de ces interventions.

Élément 14 : Effort physique

Le titulaire doit transporter un rétroprojecteur d'un immeuble à l'autre pour les exposés au niveau ministériel ou des cadres, et ce pendant 20 minutes deux fois par mois.

Le titulaire doit demeurer assis à un poste de travail jusqu'à 90 p. 100 du temps, y utilisant une souris et un clavier pour entrer et manipuler des pages et des codes Web, des pages de tests, et pour produire de la documentation pour les pages Web. Ce travail exige la concentration des yeux sur l'écran et des mouvements des mains et des poignets. Le titulaire est libre de changer de position et de bouger.

Conditions de travail

Élément 15 : Environnement de travail

Environnement psychologique

Le titulaire doit continuellement apprendre dans un domaine technologique en évolution constante. Il n'a aucun contrôle sur l'évolution de la technologie.

Le titulaire n'a aucun contrôle sur le rythme de travail et sur les interruptions occasionnées par les demandes de dernière minute de la part du ministre ou d'autres hauts fonctionnaire pour obtenir de l'aide, des modifications aux priorités, aux spécifications ou à la charge de travail, et par la nécessité de faire face à des situations sur lesquelles le titulaire n'a aucun contrôle, comme les échéances établies (imposées), les priorités multiples et changeantes, et les contraintes de temps.

Le titulaire a peu de contrôle sur les erreurs qui surviennent et il doit continuellement faire des efforts pour demeurer objectif lorsqu'il analyse les faits et élabore les solutions appropriées.

Environnement physique

Le milieu de travail à aire ouverte entraîne un manque d'intimité et des interruptions fréquentes par les collègues, ce qui cause une perte de concentration et l'obligation de recommencer le travail.

Le titulaire doit demeurer assis à un poste de travail jusqu'à 90 p. 100 du temps, étant exposé aux reflets du moniteur de l'ordinateur.

Élément 16 : Risque pour la santé

Risque psychologique :

Le titulaire doit continuellement apprendre dans un domaine technologique en évolution constante. Il n'a aucun contrôle sur l'évolution de la technologie.

Le titulaire n'a aucun contrôle sur le rythme de travail et sur les interruptions occasionnées par les demandes de dernière minute de la part du ministre ou d'autres hauts fonctionnaire pour obtenir de l'aide, des modifications aux priorités, aux spécifications ou à la charge de travail, et par la nécessité de faire face à des situations sur lesquelles le titulaire n'a aucun contrôle, comme les échéances établies (imposées), les priorités multiples et changeantes, et les contraintes de temps.

Le titulaire a peu de contrôle sur les erreurs qui surviennent et il doit continuellement faire des efforts pour demeurer objectif lorsqu'il analyse les faits et élabore les solutions appropriées.

Risque physique

Le milieu de travail à aire ouverte entraîne un manque d'intimité et des interruptions fréquentes par les collègues, ce qui cause une perte de concentration et l'obligation de recommencer le travail.

Le titulaire doit demeurer assis à un poste de travail jusqu'à 90 p. 100 du temps, étant exposé aux reflets du moniteur de l'ordinateur.

Conseiller en communications (webmestre de contenu)

Caractéristiques du travail

Responsabilité

Élément 1 : Information utilisée par d'autres

Se concentrant sur les questions liées à Internet / l'intranet / l'extranet, analyser l'environnement public et fournir une description technique, concise et complète des problèmes de base, des tendances et des nouveaux événements dans le domaine des communications, ainsi que des attitudes, des opinions et des réactions probables du public et des principaux intervenants en ce qui a trait aux propositions de politiques et de programmes, aux initiatives et aux problèmes du gouvernement fédéral et de l'*institution X*. Cette activité oblige le titulaire à analyser et à résumer les sources des attitudes et des réactions du public, à identifier les perceptions, les susceptibilités et les tendances régionales et nationales, à faire ressortir les résultats des sondages d'opinion, des groupes de discussion, des consultations et de tout autre travail lié aux obligations officielles. Le titulaire doit aussi déterminer les positions, les options et les méthodes à adopter dans les communications, en tenant compte de l'analyse des résultats. Les analyses peuvent déterminer l'attention qu'une question reçoit du Parlement, des groupes d'intérêt et de pression, ainsi que les pressions politiques ou les situations pertinentes qui détermineront les techniques de communication et les méthodes utilisées pour s'occuper d'une question. Les cadres supérieurs utilisent cette information pour obtenir des renseignements sur le contexte global et sur les enjeux clés dont ils doivent tenir compte lorsqu'ils prennent des décisions sur l'élaboration de nouveaux programmes et de nouvelles politiques. Les gestionnaires se servent également de cette information pour établir les paramètres des études d'évaluation de l'efficacité et de l'efficience de leurs produits et services. Enfin, plusieurs éléments de cette information sont transmis à tous les clients et intervenants de l'*institution X* pour qu'ils puissent déterminer et préparer la position qu'ils adopteront face aux politiques et aux programmes de l'*institution X*, et s'occuper plus efficacement des secteurs d'intérêt mutuel.

Fournir des conseils sur les communications stratégiques (liées à Internet/à l'intranet/à l'extranet). Ces conseils sont dispensés pour aider le président de l'*institution X*, les commissaires, les chefs de direction et les gestionnaires de programmes à s'acquitter de leurs fonctions en matière de communications électroniques, pour les aider à promouvoir la vision, le mandat, la position, les programmes et les services de l'*institution X* auprès du grand public et les aider à répondre adéquatement aux demandes des clients et des intervenants à l'aide de la technologie Web.

Élaborer des plans, des options et des stratégies de communication pour la mise en oeuvre et la promotion des initiatives et des programmes de l'*institution X* sur le Web. Fournir des conseils et faire des recommandations au président, aux commissaires, aux chefs de directions et aux gestionnaires de programmes sur les moyens les plus efficaces auxquels ils peuvent recourir pour résoudre les problèmes ou remédier aux situations graves pour favoriser la compréhension et l'acceptation des programmes et des services de l'*institution X* par les intervenants et le public, ou pour faciliter l'accès à ces programmes et services au moyen de la technologie du Web.

Recourir à sa propre connaissance des politiques et des pratiques ministérielles et gouvernementales en matière de communications pour préparer des messages de base pour les

porte-parole chargés de répondre aux demandes sur l'*institution X*, ses programmes et ses politiques.

Fournir de l'information stratégique basée sur l'analyse des événements, des initiatives, des rencontres, des conférences, des séances d'information et des consultations auprès des intervenants et d'autres groupes d'intérêt visés au moyen du Web afin de déterminer les besoins et le suivi nécessaire, de clarifier les positions adoptées et de renforcer l'appui accordé aux politiques, aux programmes et aux services de l'*institution X*. Le président, les commissaires, les chefs de direction et les gestionnaires de programmes utilisent cette information pour prendre des décisions stratégiques et pour déterminer les prochaines étapes à mettre en oeuvre.

Préparer des analyses et des évaluations sur l'atteinte des objectifs des communications électroniques et faire des recommandations aux gestionnaires supérieurs de l'*institution X* sur la nécessité de modifier les plans et les stratégies en fonction des réactions des clients et des intervenants.

Écrire des spécifications pour les appels de propositions pour les produits et services de communication (c.-à-d. conception ou restructuration du site Web, rédaction pour le Web, et facilitation ou services de conception de produits), ce qui comprend l'analyse des objectifs des projets et des besoins de la clientèle et des intervenants. Les consultants se servent de ces spécifications pour préparer leurs soumissions et, une fois le marché conclu, pour s'assurer que les produits fournis sont de haute qualité et qu'ils sont fournis à temps.

Adapter et expliquer les politiques et les lignes directrices du Conseil du Trésor et du Gouvernement en direct. Élaborer les politiques, les directives, les procédures, les lignes directrices et les normes spécifiques de l'*institution X* pour les services sur Internet et l'intranet. Tout le personnel et tous les cadres supérieurs du ministère utilisent cette information pour obtenir de l'aide et de l'orientation lorsqu'ils préparent des contenus ou utilisent les sites Web.

Analyser, valider et diffuser l'information statistique mensuelle sur l'utilisation des services du site Web. La haute direction a recours à cette information pour prendre des décisions sur les plans d'activités futurs et pour faire des projections quant aux exigences techniques et en matière de ressources humaines, et pour aider les clients du ministère à prendre des décisions, en fonction du niveau d'utilisation de leurs sites Web.

Rédiger des rapports au sujet des décisions émanant des réunions des comités interministériels relativement aux services Web. La haute direction utilise cette information pour connaître l'orientation, les tendances et les développements en matière de services électroniques au gouvernement.

Consulter les cadres supérieurs d'autres ministères fédéraux et d'autres ordres de gouvernement, le secteur privé et les membres de divers comités consultatifs pour partager l'information sur les meilleures pratiques et faire des recommandations pour exercer une influence sur les politiques et les systèmes du gouvernement fédéral.

Élément 2 : Bien-être d'autrui

Aucune responsabilité.

Élément 3 : Leadership des ressources humaines

Diriger ou participer à des comités et des groupes de travail et à des comités ministériels ou interministériels et intergouvernementaux mis sur pied afin de revoir les politiques et les procédures de réseau pour Internet et l'intranet. Cette responsabilité n'est pas partagée.

Mettre sur pied et diriger des équipes pluridisciplinaires composées de spécialistes en communications et en programme pour élaborer et mettre en oeuvre des plans de communications sur le Web pour les programmes et les initiatives de l'*institution X*, et participer aux réunions des équipes. Le titulaire est responsable de la distribution, de la coordination et de l'évaluation du travail et de l'établissement des calendriers. Il doit aussi organiser et présider les réunions, établir des objectifs et des priorités qui sont conformes aux valeurs de l'organisation, et recommander des niveaux de ressources. L'équipe peut aussi comprendre des employés, des employés en détachement et des entrepreneurs d'autres directions, d'autres ministères fédéraux, d'autres organismes centraux et d'autres organismes à l'extérieur de l'*institution X*. Cette responsabilité peut être partagée.

Confier du travail à un assistant qui prépare les documents à afficher sur les sites Internet/intranet et qui compile les statistiques pour les sites Web. Cette responsabilité est partagée.

Choisir les entrepreneurs pour des projets particuliers spécifiques, distribuer, diriger et gérer le travail et s'assurer qu'il est conforme aux modalités du marché. Les marchés de services comprennent des services de conception dans les secteurs suivants : recherche, rédaction, conception, restructuration et production de sites Web. Cette responsabilité est partagée.

Élément 4 : Argent

A. BUDGÉTISATION

Surveiller les dépenses pour les projets de communication sur le Web afin de s'assurer que les fonds sont dépensés convenablement et conformément au plan.

B. GESTION DES MOUVEMENTS DE TRÉSORERIE

Négocier des ententes de commandite et de partenariat avec les gestionnaires de programmes et d'autres clients afin de financer des projets conjoints sur le Web.

C. DÉPENSES

Accorder des marchés de services, choisir les consultants et conseiller les clients sur l'adjudication des marchés de services ou le choix des consultants, et recourir aux pouvoirs délégués pour choisir la meilleure option ou proposition, surtout en ce qui a trait à la conception ou à la restructuration des sites Web.

Élément 5 : Ressources matérielles et produits

Se servir et prendre soin d'un ordinateur, d'un téléphone, de rétroprojecteurs, d'ordinateurs portatifs, de caméscopes, de magnétophones à cassettes, de matériel pour les exposés, de stands, de matériel audiovisuel et de systèmes pour les exposés. La plupart de ces articles sont fragiles et

coûtent cher, mais ils peuvent être remplacés en quelques jours à même l'inventaire de l'*institution X* ou par des fournisseurs extérieurs. Certains articles, comme le matériel pour les exposés et les stands, sont souvent très chers et leur remplacement peut prendre jusqu'à six mois.

Avoir la responsabilité directe de biens tels que les classeurs, les fichiers électroniques, les bases de données, les stratégies, les plans, les manuels d'information, les discours, les brochures et les affiches. Bien qu'ils ne coûtent pas très cher, ces produits ont une grande valeur stratégique et il faut les protéger. La perte de ces articles pendant le processus de préparation ou d'approbation pourrait obliger le personnel de la direction à consacrer énormément de temps à des réunions ou à d'autres activités afin de préparer et de publier les corrections appropriées, et de contrôler la situation. Les bases de données peuvent être recrées mais les fichiers personnels utilisés pour créer les bases de données contiennent des notes importantes et des analyses originales qui ne peuvent pas être remplacées facilement.

Conseiller en communications (webmestre de contenu)

Élément 6 : Surveillance de la conformité

Revoir, approuver ou rejeter les produits et les concepts de communication élaborés par le personnel ou les entrepreneurs de l'*institution X*, tant sous format électronique qu'imprimé, ou recommander des modifications pour s'assurer qu'ils se conforment aux documents de réglementation suivants : la Politique sur les communications du gouvernement, l'initiative Gouvernement en direct, la Normalisation des sites Internet, le Règlement sur les marchés de l'État, le Guide Internet du gouvernement, le Programme de coordination de l'image de marque, les directives du SCT sur la rédaction en langage clair et l'utilisation des services du Groupe Communication Canada et la production de sites Web accessibles (comme l'accès des personnes handicapées et le W3C), les directives de TPSGC sur l'utilisation des services du Groupe de gestion de la publicité et sur la consultation de l'opinion publique, le manuel de style en usage au gouvernement du Canada, le Guide du rédacteur de l'administration fédérale, Termium, les directives de l'*institution X* sur l'élimination des stéréotypes sexuels, les politiques et la *Loi sur les langues officielles*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, la *Loi sur le droit d'auteur*, la politique sur la diversité, la stratégie globale de l'*institution X* sur les communications et les messages et les programmes généraux approuvés par l'*institution X*. Le titulaire doit rapporter les cas de non-conformité aux autorités appropriées et donner des conseils sur les corrections à apporter.

Vérifier les pages Web pour s'assurer que les entrepreneurs et les concepteurs de pages Web se conforment aux règlements sur la sécurité, à l'architecture des données, aux normes sur la conception des pages Web de l'*institution X*, ainsi qu'au Guide Internet, au Programme de coordination de l'image de marque du gouvernement et aux exigences sur la normalisation des sites Internet pour qu'ils fournissent des produits d'une qualité uniforme. Le titulaire a l'autorité nécessaire pour retourner le travail pour qu'il soit corrigé si les pages Web ne répondent pas aux normes. Cette responsabilité est entière.

Surveiller les sites Web de l'*institution X* dans les directions de programmes et dans les bureaux régionaux pour s'assurer de leur conformité.

Habilité

Élément 7 : Application de la connaissance du domaine de travail

Connaissance de la gestion de l'information et de la technologie de l'information, y compris les normes, la conception de systèmes, le matériel, les logiciels d'application et les communications de données. Ces connaissances sont nécessaires pour mettre en place de nouveaux systèmes qui sont compatibles avec les systèmes ministériels, les systèmes des autres ministères fédéraux et ceux d'autres clients et intervenants, et pour s'assurer qu'ils se conforment aux exigences de ces systèmes en matière d'information. Ces connaissances sont aussi requises pour effectuer du travail de conception, pour diriger les chercheurs et les consultants au cours des étapes de conception et de mise en oeuvre et pour élaborer des politiques dans le secteur des services Internet/intranet.

Connaissance des techniques et des pratiques liées à Internet et à la conception de sites Web, des principes régissant les cycles de vie des applications électroniques et des langages de programmation pour la création et la maintenance des pages Web régionales et ministérielles.

Connaissance des concepts de la transmission par réseau afin d'élaborer des mécanismes d'accès pour la clientèle.

Connaissance des méthodes et des techniques pour l'analyse, l'évaluation et la documentation des exigences en matière d'information et de conception d'applications de système, des analyses de rentabilité et des pratiques exploitables sur le Web, y compris la conception de systèmes d'information, les logiciels d'application, les systèmes d'exploitation, le matériel et les communications sur le Web.

Connaissance des techniques, des méthodes et des pratiques professionnelles de gestion pour évaluer l'environnement public et son impact sur une initiative ou une question particulière, pour analyser les considérations stratégiques qui ont une incidence sur les résultats, pour élaborer des objectifs et des messages et recommander des activités qui permettront la réalisation des objectifs en matière de communication. Ces connaissances sont aussi nécessaires pour l'élaboration de plans de communication stratégiques et opérationnels.

Connaissance des techniques, des méthodes et des pratiques liées à l'élaboration d'indicateurs de rendement et de normes de services afin de pouvoir évaluer et mesurer le rendement et l'efficacité des plans et des stratégies de communication.

Connaissance des méthodes, des outils, des pratiques et des techniques utilisées pour trouver, concevoir, rédiger, corriger, réviser, produire, préparer et diffuser des produits de communication imprimés et électroniques. Cette connaissance est requise pour s'assurer que les produits et les services de communication se conforment aux normes de qualité professionnelles en vigueur.

Connaissance des techniques de négociation et de gestion des marchés pour négocier, avec les consultants et les fournisseurs, la conception, le développement et la prestation de produits et de services de communication au moment approprié et selon les budgets établis. Cette connaissance est également requise pour s'assurer d'un haut niveau de qualité des communications en vue de réaliser les stratégies et les objectifs ou les programmes de communication de l'*institution X*.

Connaissance des techniques de résolution de problèmes et de l'utilisation des outils d'optimisation pour résoudre les problèmes opérationnels qui nuisent au rendement des sites Web et à l'accès des sites Web par les clients.

Connaissance des techniques de présentation pour présenter les plans, les stratégies et les options de communication avec efficacité et pour assurer la clarté et la concision des recommandations à la présidente, aux commissaires, aux chefs de direction, aux gestionnaires de programme, aux représentants d'autres ministères fédéraux et d'organismes centraux, aux organisations non gouvernementales, aux groupes d'intérêt et à d'autres intervenants.

Connaissance des techniques de consultation et de facilitation pour diriger les réunions, les groupes de discussion et les séances de remue-méninges. Cette connaissance est requise pour encourager les participants à s'entendre sur les approches en matière de communications.

Connaissance du fonctionnement du matériel électronique spécial utilisé pour le balayage et l'enregistrement de photographies, et d'autres appareils d'enregistrement audiovisuel.

Connaissance de l'exploitation de divers logiciels pour préparer, concevoir, réviser et gérer les sites Web.

Connaissance de l'exploitation de systèmes audiovisuels tels que les projecteurs électroniques et les lecteurs audio et vidéo pour fournir de l'information aux clients et au public.

Élément 8 : Connaissance du contexte

A. Sa propre unité de travail

Connaissance du mandat, de la vision, de la structure, des opérations, de la culture, des processus administratifs et des objectifs à court et à long terme de la Direction des communications et de la liaison externe pour travailler au sein d'une équipe de communication unifiée.

Connaissance des politiques, des normes, des procédures, des activités et des services de la Direction des communications et de la liaison externe pour s'assurer que les plans, les produits et les activités sont proposés, préparés et approuvés conformément aux procédures et aux budgets établis

Connaissance du serveur Web de l'institution et de la configuration de la page d'accueil, des structures de gestion du ministère et des acronymes pour satisfaire aux exigences des clients.

B. Son propre ministère ou organisme

Connaissance du mandat de l'*institution X*, de sa vision, de sa mission, de ses objectifs, de sa structure, de sa culture, de ses responsabilités juridiques, de sa situation financière et budgétaire, de ses politiques, de ses programmes, de ses priorités, de ses activités et de ses services. Cette connaissance est nécessaire pour s'assurer que les plans, les stratégies et les conseils en matière de communication sont fournis de manière adéquate et uniforme au sein de l'*institution X* et qu'ils se conforment aux objectifs généraux et aux objectifs des programmes de l'*institution X*.

Connaissance des procédures de sécurité pour l'accès à Internet/intranet pour surveiller l'activité des utilisateurs du Web au nom des clients et de la direction.

C. Autres ministères et organismes fédéraux

Connaissance de l'organisation, des opérations, des politiques et des priorités du gouvernement du Canada, plus précisément des contenus du discours du Trône et des budgets fédéraux ainsi que

des politiques et des priorités sur les communications. Cette connaissance est requise pour conseiller la Présidente, les commissaires, les chefs de direction et les gestionnaires de programmes sur les stratégies en matière de communication dans le contexte du gouvernement fédéral pour s'assurer que les activités et les produits de communication s'harmonisent aux perspectives et aux priorités de l'ensemble du gouvernement fédéral et avec le contexte global de l'*institution X*, et qu'ils sont conformes aux politiques, aux lignes directrices et aux normes du gouvernement en matière de communications.

Connaissance des programmes, des enjeux et des priorités des organismes centraux (SCT, BCP, GCC et le Réseau du leadership), des principaux ministères fédéraux régis par la *Loi sur l'emploi dans la fonction publique* et la *Loi sur les relations de travail dans la fonction publique*, et d'autres ordres de gouvernement. Cette connaissance est nécessaire pour s'assurer de la coordination opportune et efficace et de l'approbation des plans, des activités et des produits de communication, et pour s'assurer que ces plans, produits et activités tiennent compte des politiques et des programmes des autres ministères et organismes fédéraux et des autres ordres de gouvernement.

Connaissance de l'élaboration des politiques, des procédures de présentation de soumissions au Conseil du Trésor et d'approbation du Cabinet, particulièrement en ce qui a trait aux préoccupations, aux enjeux, aux développements, aux considérations et aux approches aux niveaux fédéral, provincial et territorial. Connaissance de la structure des comités de l'*institution X* (CCST et CHF) et de la structure de consultation des associations et des syndicats (Groupe consultatif chargé des questions du personnel et Comité consultatif de l'*institution X*). Cette connaissance est requise pour l'élaboration de stratégies de communication et de consultation, et pour recommander des mesures de correction ou des modifications aux procédures, aux politiques et aux processus existants.

Connaissance des directives et des procédures des organismes centraux en ce qui a trait aux exigences en matière de gestion de l'information, de sécurité et de rapports. Connaissance du Programme de coordination de l'image de marque, du Guide Internet du gouvernement du Canada, de la Normalisation des sites Internet et de l'initiative Gouvernement en direct pour veiller à ce qu'ils soient observés sur les sites Web et dans le matériel sur les communications.

D. Secteur privé et autres secteurs publics canadiens

Connaissance du système politique canadien, plus précisément des rôles du Parlement, des opérations, des ministères et des partis fédéraux. Le titulaire doit aussi connaître les liens entre la politique et l'*institution X*, les positions des partis politiques, les questions constitutionnelles, et les aspects internationaux des politiques et des programmes. Cette connaissance est requise pour préparer des plans de communication stratégiques, des produits et des services qui se conforment aux politiques et aux attentes de ces institutions.

Connaissance des facteurs socio-économiques, culturels et démographiques en jeu dans l'environnement public, et de la perception qu'a un public très diversifié, bien informé, exigeant et changeant des politiques et des programmes gouvernementaux. Cette connaissance est nécessaire pour prévoir les réactions aux mesures mises en oeuvre, pour communiquer clairement et pour recommander des moyens efficaces pour obtenir le soutien, la participation et la mobilisation du public en ce qui a trait aux initiatives et aux programmes gouvernementaux.

Connaissance des intérêts, du mandat, de l'influence et des points de vue des clients et des intervenants pour tenir compte des positions des autres groupes dans la préparation et la mise en oeuvre des produits et des services de communication.

Connaissance de l'importance, de l'ampleur et de l'incidence des médias canadiens, particulièrement les médias imprimés, électroniques et spécialisés (autochtones, ethniques, d'affaires, etc.). Cette connaissance est nécessaire pour concevoir des stratégies efficaces pour la communication des programmes et des messages de l'*institution X*.

Connaissance des fournisseurs de l'industrie canadienne des communications, en particulier les entreprises de conception graphique du secteur privé, les imprimeurs et les consultants en communications, de leurs opérations et de leur capacité d'exécuter des marchés reliés aux communications. Cette connaissance est requise pour répondre à divers besoins sur les communications et pour prendre des décisions éclairées sur la combinaison adéquate de services de communications offerts par des fonctionnaires fédéraux et des entrepreneurs.

E. Secteurs publics et privés internationaux

Connaissance des enjeux, des règlements et des accords internationaux qui ont une incidence sur les politiques et les programmes de l'*institution X*. Cette connaissance est requise pour s'assurer que les clients du programme sont bien informés et, au besoin, qu'ils tiennent compte des perspectives internationales lorsqu'ils mettent au point des produits et des services de communication. Ceci comprend le W3C (World Wide Web) et ses règles sur l'accessibilité pour le Web.

F. Législation et réglementation

Connaissance des lois, des règlements et des accords qui concernent l'*institution X* (c'est-à-dire, la *Loi sur les langues officielles*, le Guide Internet du gouvernement, le Programme de coordination de l'image de marque, la politique sur la diversité, la politique du gouvernement fédéral sur les communications, l'initiative Gouvernement en direct, la *Loi sur l'accès à l'information*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, la gestion des fonds de renseignements, les mémoires au Cabinet, le discours du Trône, les conventions collectives, la *Loi sur la gestion des finances publiques* et le Règlement sur les marchés de l'État). Cette connaissance est nécessaire pour recommander des options quant aux communications et pour élaborer des stratégies, des produits et des services de communication qui répondent aux exigences.

Connaissance des lois et des règlements qu'administre l'*institution X* ainsi que des procédures et des calendriers pour la préparation de législations et de lignes directrices nouvelles. Cette connaissance est nécessaire pour s'assurer qu'on tient compte de tous les aspects de la législation lors de l'élaboration de produits de communication, et pour s'assurer de la conformité aux lignes directrices et aux échéances.

Connaissance du cadre législatif pour la gestion des ressources humaines à l'*institution X*, ainsi que des politiques et des procédures connexes.

Élément 9 : Communication

A. Réception :

Posséder des aptitudes pour l'écoute pour comprendre et interpréter le sens caché des messages verbaux et écrits et pour interpréter les perceptions et les attitudes des publics visés au moyen de signes non verbaux.

Posséder aussi des aptitudes pour interpréter des points clés parfois complexes et délicats émanant de discussions avec des clients internes et externes qui fournissent souvent des renseignements incomplets ou abrégés. Posséder des aptitudes pour l'écoute pour comprendre les points fondamentaux utilisés pour préparer des produits et des services de communication qui reflètent fidèlement les questions de fond émanant de discussions, et pour recommander des mesures adaptées à la culture et à l'humeur du public concerné.

Posséder des aptitudes pour la lecture pour comprendre et interpréter des documents d'orientation complexes et des documents techniques tels que les lois, les règlements, les politiques, les lignes directrices et les produits médiatiques et pour les présenter aux clients et aux intervenants avec clarté. La difficulté est accrue par la nécessité de comprendre une terminologie technique et complexe.

Posséder des aptitudes pour l'écoute pour comprendre les besoins particuliers exprimés dans les demandes de renseignements des médias et du public, et pour prendre des décisions sur le contenu, l'opportunité et les moyens d'y répondre. Les demandes sont généralement le résultat de renseignements incomplets et incorrects sur le sujet en question. La difficulté est accrue par la nécessité de persuader la personne qui fait la demande de modifier ou de changer son point de vue en présentant des faits et des renseignements bien précis.

B. Transmission

Posséder des aptitudes pour la rédaction et la communication de vive voix pour communiquer la vision, le rôle, les approches, les programmes, les activités et les services de l'*institution X*, dans le contexte des objectifs du gouvernement fédéral en matière de communications, à une grande variété de publics nationaux internes et externes : employés, cadres supérieurs, médias, secteurs privé et public, groupes d'intérêt, associations et public en général. Ces aptitudes sont nécessaires pour présenter l'information clairement et pour faciliter la compréhension, gagner l'acceptation d'un point de vue, et pour susciter un changement de comportement.

Posséder des aptitudes pour la rédaction pour créer de la documentation que les spécialistes techniques utiliseront pour installer du logiciel sur les ordinateurs des clients, ainsi que des procédures opérationnelles visant la sauvegarde/le recouvrement et l'importation/exportation des données.

Posséder des aptitudes pour la rédaction pour produire des manuels de l'utilisateur et des normes pour la conception de pages Web à l'intention du personnel non technique qui se servira de ces documents pour créer des pages Web qui seront intégrées aux pages d'accueil.

Posséder des aptitudes pour la rédaction pour produire des rapports d'évaluation pour des publics variés possédant, encore une fois, des niveaux de connaissances, de participation et d'intérêt inégaux à l'égard des projets techniques complexes.

Posséder la capacité d'adapter et d'interpréter les questions complexes, particulièrement les modifications aux lois, aux règlements, aux politiques et aux programmes pour les présenter avec exactitude et simplicité, ce qui accroît la difficulté de la tâche.

Élément 10 : Habiletés motrices et sensorielles

Posséder la dextérité et la précision nécessaires pour se servir d'un clavier d'ordinateur pour la préparation de notes et de notes de services sur une base quotidienne. Le titulaire doit taper de longs documents dans des délais serrés. Les renseignements à inclure dans les documents peuvent provenir d'appels téléphoniques, ce qui exige une bonne coordination physique et l'utilisation de toute une gamme de matériel. Cette aptitude est acquise par une formation régulière et par la pratique.

Posséder la dextérité nécessaire pour utiliser adéquatement du matériel audiovisuel et du matériel d'enregistrement sonore. Le titulaire pourra être obligé de faire des présentations audiovisuelles avec un éclairage de piètre qualité. Cette aptitude est acquise par l'observation, l'expérience et la pratique. Le titulaire a habituellement le contrôle sur l'exécution de cette tâche.

Posséder une bonne vision pour distinguer les tons et les couleurs foncées et pâles, les caractéristiques spatiales et la texture sur des écrans d'ordinateur, souvent avec un éclairage de piètre qualité (trop sombre ou trop clair), pour s'assurer que les pages Web renferment des images visuellement acceptables et qui conviennent aux plans sur les produits, aux stipulations des marchés, aux besoins des clients et aux lignes directrices sur les publications. Cette aptitude est acquise par une formation régulière et par l'expérience. La précision est importante pour l'apparence générale et le coût du produit et pour prévenir les erreurs.

Effort

Élément 11 : Effort intellectuel

Créativité et innovation pour préparer des plans ou des approches de communication pour un programme particulier, et pour des initiatives de la direction et de *l'institution X* faisant intervenir des questions très complexes et des enjeux publics de nature délicate. Effort intellectuel pour : i) cerner les enjeux à aborder dans la stratégie de communication, ii) dégager les risques, les défis et les possibilités qui peuvent avoir une incidence sur les communications, iii) rechercher et analyser la portée et l'incidence des questions sur les communications, particulièrement la position d'autres ministères fédéraux, d'autres ordres de gouvernement, de médias et d'autres intervenants, iv) formuler et recommander des options et des stratégies en matière de communication pour prendre en charge des enjeux (afin d'attirer davantage l'attention publique provenant d'autres sources), y compris la conception de solutions novatrices pour la résolution de problèmes ou la création de messages, de produits et d'activités complexes, et v) se servir de la stratégie pour élaborer un plan d'action concret. Le titulaire doit composer avec les contraintes suivantes : délais très courts, difficulté d'obtenir l'accord d'un grand nombre d'intervenants internes et externes, considérations d'ordre politique, manque d'information, ressources limitées et priorités conflictuelles.

Effort intellectuel pour envisager de nouveaux enjeux, clarifier et interpréter les besoins en matière de communication, formuler et canaliser de nouveau les enjeux en les analysant, en les résumant et en établissant des relations entre les facteurs et leur incidence. Ces facteurs comprennent : les programmes d'ordre stratégique et administratif, les politiques gouvernementales, les initiatives et les orientations futures des organismes centraux comme le

BCP et le SCT, les tendances et les préoccupations économiques et sociales, les diverses caractéristiques des groupes cibles (comme leur taille, leur situation, leur niveau d'instruction, leurs besoins en information, les perceptions et les points auxquels ils sont particulièrement sensibles), les possibilités de communications, les calendriers, les ressources limitées et les questions ayant trait à la mise au point de produits et au calendrier de mise en oeuvre. Certaines des contraintes qui peuvent nuire au processus sont les questions de communication urgentes et inattendues qui surviennent dans un environnement où tout va très vite et où interviennent des intérêts politiques, les intérêts des médias, des renseignements délicats, des contraintes temporelles, des intervenants nombreux, des priorités conflictuelles, et le manque de renseignements opportuns et complets pour interpréter les besoins en matière de communications. Le titulaire doit donc être constamment attentif et créatif (pour rédiger, réviser et modifier un discours, par exemple) tout en étant obligé de composer avec de nombreuses interruptions et distractions.

Le travail exige l'analyse de l'infrastructure du site Web, une organisation et une gestion efficaces des fichiers et le recours à des systèmes de gestion de l'information exploitables sur le Web pour isoler les faiblesses et élaborer des options en vue d'apporter des améliorations. Il requiert aussi l'évaluation des modifications proposées pour déterminer la faisabilité, les coûts connexes, les implications techniques et les besoins de formation. Les résultats du travail sont relativement prévisibles, mais le fait de travailler avec des systèmes qui intègrent plusieurs applications logicielles distinctes et de nombreux utilisateurs ajoute à la complexité de l'analyse et aux fonctions de mise en oeuvre.

Effort intellectuel pour évaluer les politiques et les directives du ministère et des organismes centraux et leurs répercussions sur l'environnement Internet/intranet de l'*institution X* et sur les clients.

Le travail comprend la modification ou l'adaptation des politiques et des directives pour qu'elles répondent à des besoins précis ou, l'élaboration d'une politique ou d'une directive s'il n'en existe pas.

Effort intellectuel pour analyser les caractéristiques de nouveaux produits logiciels pour le Web en vue d'améliorer la production des nouvelles pages Web. Effort intellectuel pour se tenir au courant des nouveaux développements de la technologie Web pour trouver des innovations qui pourraient être adaptées et utilisées au sein de l'*institution X*. Effort intellectuel pour analyser et comparer les spécifications techniques du matériel et des logiciels, pour évaluer diverses options et préparer une justification de rentabilité à l'appui des recommandations d'acquisition faites au superviseur. L'évaluation et la vérification d'un produit nouveau amélioreront la productivité du client et la satisfaction professionnelle.

Effort intellectuel pour assurer l'équilibre entre le travail quotidien et les nouvelles priorités qui surgissent soudainement, pour réévaluer constamment l'ordre des priorités, pour reconnaître les occasions de partage de nouvelles sources d'information détenues par d'autres intervenants, des ministères fédéraux et des organismes centraux, et pour promouvoir le partage de l'information et concevoir des solutions – souvent, en prévoyant les mesures à prendre, en créant de nouvelles approches de communication et de marketing tout en informant les gestionnaires de leurs priorités personnelles et administratives, et en préparant des évaluations de projets tout en poursuivant et en achevant d'autres projets.

Profitant de son expérience, le titulaire donne des conseils spécialisés sur l'élaboration de solutions novatrices et créatrices pour relever les défis qui ne peuvent pas toujours l'être à l'aide

de méthodes traditionnelles. Pour y parvenir, il doit, entre autres, trouver des personnes qui possèdent de l'expérience avec certaines initiatives, les interviewer, évaluer ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, garder le contact avec des clients clés et des intervenants sans négliger les autres (comme les employés de l'*institution X*), pour ensuite interpréter et adapter des renseignements nouveaux et complexes en ayant recours à une terminologie et une présentation appropriées pour divers secteurs du grand public. Parmi les contraintes potentielles, on retrouve les contraintes budgétaires, les délais trop courts, des opinions divergentes, la disponibilité personnelle et professionnelle des autres, des interruptions fréquentes, la nécessité d'aider les collègues de travail dans un contexte de travail en équipe, d'autres priorités opérationnelles, et la lenteur du processus d'approbation, qui oblige souvent le titulaire à faire appel à des partenaires au sein de l'*institution X*, dans d'autres ministères fédéraux, dans des organismes centraux et dans des comités.

Effort intellectuel pour isoler les nouveaux enjeux et les nouveaux besoins quant aux plans et aux produits de communication, pour planifier les ressources en communication, pour réaffecter les ressources, et pour revoir les calendriers des activités et les autres priorités qui nuisent aux clients du programme et pour lesquels le titulaire doit fournir des explications. Les principales contraintes sont le manque d'information détaillée et de temps, les priorités indéterminées ou conflictuelles, la nécessité de présenter des options et des recommandations ainsi que la lenteur du processus d'approbation.

Effort intellectuel pour créer divers produits de communication en utilisant des documents très techniques, complexes et délicats, dans un style qui sera clair pour le public cible. Ces produits comprennent des chemises, des brochures, des fiches d'information, des sites Web, des documents vidéo, des présentations, des produits audiovisuels et multimédias, des notes d'allocation et des notes de service. Tous ces documents ont des présentations et des niveaux de langue précis et une variété de modes de transmission. Le titulaire doit donc déterminer le public cible et son niveau de connaissances présumé, et adapter le niveau de langue et la présentation en conséquence. Parmi les contraintes, on retrouve les contraintes budgétaires, les délais courts, les opinions et les priorités conflictuelles, et la lenteur du processus d'approbation.

Le titulaire a des responsabilités exigeantes en tant que conseiller indépendant et objectif en matière de communications. Il doit améliorer cette fonction en remettant en question les perspectives traditionnelles ou étroites et en trouvant de nouvelles approches. Il doit traiter avec des employés, des collègues et des membres d'équipes multidisciplinaires dont il est seul, ou non, à avoir la responsabilité. Les positions contestées sont souvent celles de spécialistes ou de personnes se trouvant à un niveau plus élevé. Le titulaire n'a aucun contrôle sur la fréquence ou le moment où de ces événements se produisent.

Effort intellectuel pour aider à élaborer des politiques et à concevoir des programmes qui posent des défis en ce qui a trait à l'identification et à l'analyse de points de vue possibles des intervenants, de leurs réactions et de leurs positions. Effort intellectuel pour élaborer et recommander des politiques en matière de communications ainsi que des positions, des options et des stratégies dans ce domaine. Ce travail exige une aptitude à résoudre des situations complexes qui pourront avoir une incidence négative sur l'*institution X*. L'incapacité des gestionnaires de s'entendre, leur manque de disponibilité et le manque d'information sur la position de la Présidente ou d'autres sources d'information compliquent davantage cette tâche.

Élément 12 : Attention soutenue

Attention visuelle soutenue, pendant deux à six heures par jour et très souvent sans pause, pour rédiger, réviser, corriger les épreuves, corriger et revoir les documents et les textes de nature délicate. La haute direction, les autres organismes centraux, les intervenants, le public et les autres clients ne tolèrent pas les erreurs dans les stratégies, les plans et les produits de communication. Les interruptions fréquentes, les priorités changeantes et la charge de travail lourde peuvent nuire à la capacité du titulaire de raisonner et de penser logiquement, et entraîner des retards dans les échéances, un manque de précision et des frustrations pour les clients et le grand public.

Le titulaire participe à des séances d'information et à des réunions avec les clients, et il préside des réunions de comités ou y participe. Ces activités exigent une attention visuelle et auditive soutenue. La difficulté est accrue par les interruptions lorsqu'il essaie de répondre aux questions et par les besoins administratifs conflictuels, lesquels sont monnaie courante dans tout travail relié aux communications gouvernementales. Les erreurs de jugement ou les mauvaises décisions ne sont pas permises, car elles pourraient avoir des conséquences extrêmement négatives pour le titulaire du poste ou l'*institution X*. Cette tâche représente environ 20 p. 100 du temps de travail chaque année.

Élément 13 : Effort psychologique/émotionnel

Effort requis pour garder le contrôle de soi lorsque le titulaire a affaire à des personnes dont les programmes personnels ou organisationnels sont en conflit avec le programme du titulaire, ou lorsqu'il remplace ou appuie un porte-parole dans des situations critiques. Le titulaire doit demeurer calme, faire preuve d'empathie et garder une attitude professionnelle dans ses relations, qui sont parfois conflictuelles, avec les groupes d'intérêts, les organismes centraux, les députés ou les médias. Le titulaire n'a aucun contrôle sur la durée, la fréquence et le moment où ces événements se produisent.

Le titulaire doit contrôler ses propres réactions lorsqu'il communique des points de vue qu'il ne partage pas, de manière à éviter les erreurs dans ses propres réponses et pour donner des conseils objectifs dans des circonstances difficiles, comme des modifications aux politiques et aux programmes, ou leur annulation, celles-ci pouvant être perçues de manière négative par les employés, les intervenants et le public. Le titulaire n'a aucun contrôle sur ces situations.

Le titulaire doit composer avec des priorités et une charge de travail variables, travailler des heures irrégulières pour respecter les échéances, et travailler en équipe, avec des collègues de travail, pour réaliser les objectifs de la direction et du programme.

Le titulaire doit concilier des intérêts incompatibles, s'occuper de situations conflictuelles et ambivalentes, et s'adapter efficacement à des situations et des environnements variés. Le titulaire est souvent obligé de participer à des initiatives nouvelles et fortement publicisées. Parfois, il doit composer avec des échecs ou la critique et il doit accomplir ses tâches avec succès et enthousiasme et avec le désir d'atteindre des résultats positifs, malgré les problèmes qu'il rencontre pendant ce processus.

Élément 14 : Effort physique

Le titulaire doit demeurer assis pendant de longues périodes, parfois jusqu'à quatre heures à la fois, pour assister à des réunions avec les gestionnaires de programme, l'équipe de la direction, les clients, le personnel et les intervenants.

Le titulaire doit demeurer assis pendant de longues périodes, parfois jusqu'à quatre heures à la fois, pour travailler à un ordinateur lorsqu'il reçoit ou rédige des documents ayant divers degrés de complexité, ou qu'il travaille sur place.

Le titulaire doit soulever et transporter du matériel de communication varié, comme des caméras, du matériel pour les présentations, du matériel vidéo, des dossiers de presse, des publications et des ordinateurs portatifs, pendant des périodes relativement courtes de moins d'une demi-heure, environ une fois par mois.

Conditions de travail

Élément 15 : Environnement de travail

Environnement psychologique :

Le titulaire travaille plusieurs heures à la fois dans divers environnements, par exemple, des réunions avec des intervenants et des groupes d'intérêts tenues à l'extérieur de l'*institution X*, et dans les bureaux des fournisseurs, à des conférences, à des salons de l'emploi, à des expositions et à d'autres événements publics.

Le titulaire s'occupe de nombreuses demandes, de nature politiquement délicate, conflictuelles, et imprévisibles, tout en faisant face à de la critique et à des interruptions fréquentes lorsqu'il fournit des services de communication ou de soutien aux gestionnaires de l'*institution X* mettant en cause des enjeux de nature politiquement, socialement et économiquement délicate.

Sur une base quotidienne, le titulaire examine un certain nombre de questions et il doit composer avec des temps de réponse de plus en plus courts dans un environnement où il y a des échanges d'information 24 heures par jour. Il est exposé à un stress causé par des priorités changeantes, des demandes urgentes et imprévisibles à l'interne, de longues heures de travail et de longues périodes pendant lesquelles il est soumis à un stress extrêmement élevé. De telles situations peuvent survenir plusieurs fois par semaine, et durer plusieurs jours.

Le titulaire doit communiquer avec des représentants d'autres organismes centraux et des groupes d'intérêts, dont les programmes pourront ne pas s'harmoniser avec ceux de son institution, et avec lesquels il a de la difficulté à composer à cause de leur intransigeance face aux méthodes à adopter et aux objectifs à réaliser.

À l'occasion, on pourra faire appel au titulaire pour travailler en dehors des heures régulières de travail, ce qui a une incidence sur sa vie personnelle et familiale.

Environnement physique

Le titulaire est exposé, quotidiennement, aux reflets d'un écran d'ordinateur. Il est assis pendant de longues périodes et il utilise un clavier et une souris d'ordinateur pendant plusieurs heures sans interruption. Le titulaire travaille pendant plusieurs heures de suite dans divers environnements publics, jusqu'à 15 fois par année, comme des séances d'information, des conférences et d'autres événements publics où il doit constamment faire face à de multiples demandes conflictuelles et imprévisibles, à des plaintes, à de la critique ou à de la frustration quant aux services de communication ou de soutien fournis aux cadres supérieurs et aux représentants de programmes et mettant en cause des enjeux qui sont politiquement, socialement et économiquement délicats.

Le titulaire est constamment exposé au bruit provenant du matériel de bureau et au bruit de fond. Il doit mettre temporairement son propre travail de côté pour aider ses collègues et leur donner des conseils. Ces interruptions sont gênantes, surtout lorsque le titulaire est en train de donner des conseils ou qu'il est au téléphone, ou lorsqu'il doit rédiger, revoir, approuver et réviser des plans et des documents dans des délais serrés.

Élément 16 : Risque pour la santé

Le titulaire est soumis à un stress car il doit préparer des stratégies et des produits de communication et de marketing dans des délais très serrés, dans un contexte caractérisé par des priorités conflictuelles ou qui changent constamment, compte tenu du fait que le travail couvre divers aspects et que le titulaire doit tenir compte des opinions et des préoccupations de tous les intervenants avec les ressources dont il dispose, lesquelles ont été énormément réduites. Ces conditions peuvent nuire à son travail et mener à l'épuisement professionnel. Le stress est constant chaque jour.

Le fait d'utiliser un ordinateur pendant de longues périodes peut occasionner de la fatigue oculaire et de la douleur au cou et au bras, des problèmes de dos et d'autres problèmes médicaux exigeant un traitement médical. L'utilisation répétitive des doigts et des muscles du poignet en travaillant à un ordinateur jusqu'à quatre heures par jour peut occasionner des douleurs musculaires et mener à des problèmes de santé. Le fait de s'asseoir à un ordinateur pendant de longues périodes peut occasionner une fatigue oculaire, de la douleur au dos et une fatigue générale.

Ressources financières

La présente section vous aidera à déterminer les coûts d'une initiative Web proposée. Les coûts techniques et non techniques varieront, selon l'étape, l'ampleur et la complexité de votre initiative Web. La liste des coûts suivante est loin d'être complète et elle variera au fur et à mesure de l'évolution du marché de la technologie de l'information.

La présente section est divisée en cinq parties :

[Matériel](#)

[Logiciel](#)

[Télécommunications](#)

[Ressources humaines](#)

[Site Web](#)

Matériel

Vous devrez peut-être dépenser de l'argent dans une ou dans toutes les catégories suivantes de matériel pour votre initiative Web :

- ordinateurs et fournitures connexes telles que scanners, imprimantes et caméras web;
- utilitaires de maintenance du matériel, tels que les lecteurs d'appoint, et mises à niveau;
- matériel de mise en réseau, tel que câbles et mandrins;
- technologie d'aide (matériel utilisé pour maintenir ou améliorer les capacités fonctionnelles des personnes handicapées, comme le matériel et le logiciel parlants, les écrans tactiles, et les appuie-bras et appuie-poignet).

Logiciel

Vous devrez peut-être dépenser de l'argent dans une ou dans toutes les catégories suivantes de logiciels pour votre initiative Web :

- obtention de permis d'utilisation;
- logiciel pour le serveur Web;
- logiciel de conception de sites Web, tel que FrontPage;
- logiciel de protection;
- navigateurs Internet;
- logiciel de série et personnalisé;
- maintenance et mise à niveau du logiciel;
- logiciel de commerce électronique ou logiciel interactif;
- comptes marchands VISA et MasterCard;
- comptes de cyberargent.

Télécommunications

Vous devrez peut-être dépenser de l'argent dans une ou toutes les catégories suivantes de télécommunications pour votre initiative Web :

- matériel de serveur Web, comme les coupe-feu et les serveurs mandataires;

- lignes de télécommunications (lignes T1);
- sauvegardes quotidiennes;
- fournisseurs de services Internet.

Ressources humaines

Vous devrez peut-être dépenser de l'argent dans une ou toutes les catégories suivantes de ressources humaines pour votre initiative Web :

- salaires des membres de l'équipe Web, y compris le personnel de TI;
- formation initiale;
- locaux, ameublement et articles connexes;
- services aux vendeurs ou services d'impartition.

Site Web

Vous devrez peut-être dépenser de l'argent dans une ou toutes les catégories suivantes pour votre initiative Web :

- hébergement;
- enregistrement du nom de domaine et maintenance annuelle;
- publicité et marketing;
- assurance de la qualité, examens de convivialité et examen après mise en oeuvre, comme les essais auprès de groupes de discussion.

Analyse de la clientèle

La présente section, conformément au principe du service axé sur la clientèle du GED, traite de l'identification de votre clientèle et des niveaux de service dont elle a besoin pour votre initiative Web.

La présente section comprend quatre parties :

[Identification de votre clientèle](#)

Comment cerner la clientèle pour votre initiative Web

[Définition des besoins de la clientèle](#)

Comment découvrir ce que les clients attendent de votre initiative Web

[Évaluation des niveaux de service](#)

Comment mesurer et conserver un niveau de service adéquat pour votre initiative Web

[Ressources pour l'analyse de votre clientèle](#)

Ressources qui vous aideront à comprendre votre clientèle et ses besoins.

Identification de votre clientèle

La présente section indique les méthodes à utiliser pour définir votre clientèle afin de lui offrir des services en direct efficaces et fiables.

Les méthodes générales d'analyse de votre clientèle comprennent :

- les questionnaires sur place;
- les groupes de discussion;
- les sondages par téléphone;
- les sondages d'opinion par Internet et les sondages sur l'opinion publique.

Examinez les profils de la clientèle de votre institution ainsi que l'objectif de votre initiative Web afin de pouvoir :

- déterminer les principaux groupes de clients pour chaque domaine de programme et déterminer les groupes d'intervenants et les associations connexes;
- élaborer un profil de la clientèle en regroupant les données existantes sur les clients à partir des secteurs de programmes;
- recueillir les données existantes sur la clientèle à partir des sondages auprès de la clientèle, des études sur les groupes de discussion et autres recherches effectuées par votre institution;
- créer un profil des besoins de la clientèle en matière d'information à l'échelle de votre institution;
- envisager une recherche spécialisée comme une mise à l'essai auprès de groupes cibles, des sondages en direct et un sondage omnibus pour obtenir davantage d'information sur la clientèle;
- regrouper les données provenant d'une variété de sources pour développer un profil adéquat de votre clientèle et de ses besoins potentiels en matière d'Internet.

Comparez les profils de votre clientèle avec l'information existante sur la communauté actuelle d'Internet en exécutant les tâches suivantes :

- examiner les études existantes sur l'utilisation du Web effectuées par Statistique Canada, Neilson/Nordicity, Angus Reid, *Maclean's*, Ekos et d'autres organismes;
- utiliser Internet pour recueillir les données relatives à la clientèle;
- élaborer des profils des communautés actuelles et nouvelles d'utilisateurs du Web;
- déterminer lesquels de vos groupes de clients sont en direct et lesquels sont en train de se brancher.

Élaborez un profil de votre clientèle en exécutant les tâches suivantes :

- documenter le profil de la clientèle de votre initiative Web;
- suivre l'évolution de la communauté des utilisateurs d'Internet au fur et à mesure qu'elle continue de croître et de se diversifier, et que vous apprenez à connaître vos clients.

Définition des besoins de la clientèle

En conformité avec le service axé sur la clientèle, vous devriez consulter régulièrement vos clients pour vous assurer que vos services sont adaptés à leurs besoins. Posez-vous les questions suivantes :

- Vos clients sont-ils susceptibles d'utiliser de l'information et des services électroniques?
- Pourquoi visitent-ils votre site Web, et que s'attendent-ils à y trouver?
- Visitent-ils votre site Web pour en savoir davantage sur vos programmes et vos services?
- Quels mots clés utiliseront-ils pour trouver votre site ou vos produits? Gardez ce point à l'esprit lorsque vous planifierez le contenu de votre site.
- Quels sujets sauront conserver l'intérêt de votre clientèle?

- Comment pouvez-vous tenir compte de leur rétroaction?

Procédez à une **recherche** sur votre clientèle pour :

- déterminer leurs priorités et les vôtres en matière de services en direct;
- mieux catégoriser vos clients en direct;
- déterminer les meilleures catégories d'information pour votre système de menus en direct;
- concevoir des outils en direct pour aider vos clients à explorer votre site;
- promouvoir votre site et vos services en direct;
- surveiller et évaluer la qualité de vos services en direct.

Évaluation des niveaux de service

La présente section donne les étapes à suivre pour évaluer le niveau de service auquel vos clients s'attendent.

En tant que fournisseur de services, vous devez déterminer dans quelle mesure les clients ont besoin des services et de l'information que vous fournissez. Vous devez aussi comparer l'exactitude, la pertinence et la disponibilité de l'information aux coûts liés à la prestation du niveau adéquat de service.

Pour déterminer et conserver le niveau approprié de service, suivez les étapes suivantes :

1. Évaluez jusqu'à quel point les clients seraient touchés par un manque d'information. Des définitions structurées de la dépendance des clients vous aideront à déterminer les niveaux de service requis. Discutez des besoins de vos clients et énoncez-les clairement.

Évaluez les conséquences d'un mauvais service. Si votre information est inadéquate, ou que votre service ne peut être offert ou qu'il est lent, est-ce que cette situation :

- menace la sécurité ou la santé de quiconque?
- nuit à la capacité de vos clients de faire des affaires?
- a des répercussions personnelles graves pour vos clients?
- nuit à la productivité de vos clients?
- fait perdre la face à votre client ou compromet sa crédibilité?
- suscite une situation gênante politiquement?
- amène des plaintes de groupes d'intérêts spéciaux?

Vous pouvez décider qu'il n'est pas nécessaire d'entreprendre les étapes suivantes parce que votre service ou votre information n'est pas essentiel à vos clients.

Même si vous n'allez pas plus loin dans la définition des niveaux de service, informez votre personnel, la direction et les clients de la raison de votre décision. Leur rétroaction — ou le manque de rétroaction—justifiera votre décision ou vous permettra de revoir votre plan afin de pouvoir répondre à leurs besoins.

2. Si vous continuez, la prochaine étape consistera à déterminer la taille probable de votre groupe de clients. D'autres organismes qui fournissent des services et de l'information semblables sont une bonne source pour cette estimation. Donnez la taille du groupe de

clients attendu et le nombre de clients concurrents, et ajoutez cette information à la détermination du niveau de service.

3. Après avoir déterminé les niveaux d'exactitude, de pertinence et de disponibilité de l'information, et le nombre de clients attendu, vous pouvez essayer d'évaluer les ressources nécessaires pour soutenir votre service d'information. N'oubliez pas que les ressources comprennent les coûts des contrats de maintenance, du temps du personnel et des locaux, ainsi que les dépenses pour les ordinateurs et le matériel de télécommunications (tel qu'il est mentionné à la section « [Ressources financières](#) »). Encore une fois, documentez les motifs de ces décisions et les coûts en cause.
4. Déterminez et documentez les systèmes de mesure et de suivi qui vous permettront de vérifier si les niveaux de services sont atteints, et prenez des dispositions pour leur mise en application. .
5. Planifiez et documentez les moyens que vous prendrez pour conserver le même niveau de service lorsque le nombre de fonctions de votre initiative et le nombre de vos clients augmenteront.
6. Connaissant l'impact de vos services et de votre information sur votre clientèle, les niveaux de service dont vous avez besoin pour offrir cette information efficacement ainsi que les coûts liés à ce niveau de service, vous pouvez maintenant choisir l'une ou l'autre des options suivantes :
 - décider que les coûts justifient les avantages et aller de l'avant;
 - revoir et justifier de nouveau les décisions prises aux étapes 1 et 2, voire même redéfinir les niveaux de services en conséquence, et refaire ensuite le calcul des coûts aux étapes 3, 4 et 5;
 - trouver des méthodes de rechange pour donner le niveau de service déterminé;
 - abandonner le projet parce qu'il n'offre pas suffisamment d'avantages en regard des coûts.
7. Si vous décidez d'aller de l'avant, énoncez clairement vos raisons et vos décisions dans une définition du niveau de service. Ainsi, toutes les parties—votre personnel, vos clients et des tiers comme les fournisseurs ou entrepreneurs— connaîtront non seulement les objectifs que vous devez atteindre mais aussi les raisons pour lesquelles vous devez les atteindre. Tout entrepreneur qui vous fournira des services devrait signer une entente de niveau de service précisant vos exigences, la taille de votre clientèle, les pénalités pour la non-conformité et une date d'échéance. Vous pourrez ainsi négocier un nouveau contrat au fur et à mesure que vos besoins changeront.
8. Établissez les attentes des clients—à l'avance si cela est possible—en les informant du niveau de service que vous avez l'intention de fournir. Vous pouvez le faire dans des documents décrivant votre nouveau service. Sur le site Web, offrez au client une façon de déterminer le niveau de service qui vous prévoyez offrir.
9. Surveillez la rétroaction sur l'exploitation de votre site Web. Cette rétroaction peut être recueillie avec un logiciel de gestion du rendement, un simple système d'exploitation ou des statistiques sur les demandes, et les commentaires ou plaintes des clients. Assurez-vous que vos clients peuvent vous soumettre leur rétroaction.

Considérations en matière de TI

La présente section vous aidera à déterminer les besoins, les ressources et les autres considérations en matière de TI relatives à votre initiative Web.

La présente section comprend cinq parties :

Capacités de votre site Web

Caractéristiques de votre site, et considérations quant au matériel et aux logiciels requis.

Services, soutien et hébergement du site

Lieu d'hébergement de votre site, et les services et le soutien dont vous aurez besoin.

Programmation et gestion du contenu

Considérations quant à la dotation pour la programmation et la gestion du contenu.

Autres dépenses en matière de TI

Autres dépenses en matière de TI qui peuvent survenir lors de la planification de votre initiative Web.

Autres considérations

Exigences additionnelles dont vous pourrez être obligé de tenir compte.

Capacités de votre site Web

Vous devrez peut-être tenir compte des éléments de matériel et de logiciel suivants en ce qui a trait à votre initiative Web :

- bases de données (grandes ou petites);
- interactivité (bavardoirs, sondages, personnalisation, système vocal sur Internet (VOIP));
- commerce électronique (infrastructure à clés publiques (ICP), opérations financières);
- sécurité (protection des renseignements personnels, commerce électronique);
- capacité et rendement (taille du site, bases de données, largeur de bande);
- mesure de l'utilisation et du rendement (rapports et analyses);
- protocole de transfert de fichier (protocole FTP), accès pour les autres (sécurité, gestion des mots de passe);
- normes de service (réponse au courrier électronique, mises à jour);
- moteurs de recherche, formulaires et services de navigation additionnels qui accroissent les caractéristiques de base du Web;
- compatibilité des navigateurs.⁽⁶⁾

Services, soutien et hébergement du site

Vous devrez peut-être tenir compte des questions suivantes en ce qui a trait à votre initiative Web :

- décider si vous aurez recours ou non aux services d'hébergement à l'interne, à un bureau de services ou à un mélange des deux (e.g. SAGE);
- décider si vous avez besoin ou non d'un serveur Web pour héberger vos documents HTML;
- décider si vous devriez établir ou non un site indépendant que vous devrez gérer et auquel vous devrez affecter des ressources humaines;
- décider si vous devriez incorporer ou non des services Web dans votre infrastructure ministérielle (gestion partagée);
- décider si vous devriez acquérir ou non des services centraux de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (bureau de services tarifés);
- décider si vous devriez acquérir ou non des services du secteur privé (bureau de services tarifés);
- décider quand offrir les services (cinq jours par semaine ou vingt-quatre heures par jour, par exemple);
- décider comment gérer le courrier électronique;
- décider si vous fournirez ou non un service de soutien sans frais d'appel (Amérique du Nord, international);
- comment fournir le soutien au réseau local et le diagnostic de panne.⁽⁶⁾

Programmation et gestion du contenu

Vous devrez peut-être tenir compte des questions suivantes en ce qui a trait à votre initiative Web :

- expertise à l'interne
 - décider de recourir ou non à un codage original;
 - décider de modifier ou non le codage provenant de l'extérieur, si vous avez obtenu la propriété du codage;
- comment obtenir les ressources humaines appropriées (coût et gestion);
- comment vous conformer aux politiques, aux lois et aux normes.⁽⁶⁾

Autres dépenses en matière de TI

Vous aurez peut-être à envisager des dépenses dans les catégories suivantes pour votre initiative Web :

- permis d'utilisation de logiciels, y compris les permis qui coûtent très cher pour les logiciels d'exécution qui exécutent des tâches comme la gestion de bases de données;
- matériel;
- ressources humaines (programmeurs, techniciens);
- numéro sans frais et courrier électronique pour le soutien à la clientèle;
- maintenance et exploitation.⁽⁶⁾

Autres considérations

Vous aurez sans doute à tenir compte des questions suivantes en ce qui a trait à votre initiative Web :

- exigences en matière de sécurité;
- questions quant à la protection des renseignements personnels;
- exigences relative au serveur, telles que :
 - la puissance du serveur,
 - la nécessité d'un serveur de développement pour les essais et la conception, et
 - la plate-forme sur laquelle le serveur devrait fonctionner.
- exigences quant à la largeur de bande (pour l'audio/la vidéo en continu, par exemple);
- questions côté-serveur (par exemple, si des modifications normales peuvent être effectuées une seule fois, pour tout le site);
- impartition, ce qui vous obligera à :
 - obtenir la propriété du codage (même si vous n'avez actuellement aucune expertise à l'interne en matière de codage),
 - obtenir des documents techniques pour le site, particulièrement pour les caractéristiques telles que les galeries d'images et les bases de données;
 - vous assurer que le contrat vous permet d'apporter au moins trois modifications au produit.
- formation liée aux fonctions du site, en particulier pour les caractéristiques comme les plates-formes interactives;
- le coût pour la durée de la propriété, pas uniquement le coût des principaux travaux de conception.⁽⁶⁾

Outils d'interactivité

La présente section traite des outils interactifs en direct tels que les listes de diffusion (listserv), les bavardoirs, la diffusion sur le Web, les groupes de discussion et le commerce électronique. Vous pouvez utiliser ces outils pour diverses raisons : consulter vos clients, diffuser un message, faire de la publicité, générer une transaction ou aider les personnes à aborder un problème, par exemple. Le choix des meilleurs outils pour l'initiative Web est un réel défi quand on songe à toutes les politiques fédérales en cause.

Les outils interactifs, qui en sont toujours à l'étape du développement, relèvent de deux catégories : les [communications en temps réel](#) et les [communications temporisées](#).⁽⁶⁾

Communications en temps réel

La majorité des outils de communication en temps réel permettent aux participants d'afficher des messages en temps réel ou d'y répondre, de partager des documents ou de suivre le fil de la conversation. On y retrouve :

- Les bavardoirs en direct, qui permettent les conversations textuelles et les conversations

graphiques (voir [Renseignements additionnels sur les bavardoirs](#) ci-dessous).

- Les groupes de discussion, qui sont des groupes de discussion en direct sans animateur où les visiteurs peuvent afficher un message et entreprendre une conversation virtuelle. Pour obtenir de l'information sur les aspects techniques et autres liés aux groupes de discussion, consulter le site ebiz.facile à l'adresse suivante <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00221f.html>
- Les consultations virtuelles, les groupes de discussion virtuels ou les forums de discussion vous permettent d'inviter vos utilisateurs à s'exprimer en temps réel. Ces activités peuvent être « sur invitation seulement » ou ouvertes à tous.
- Le courrier électronique en temps réel permet aux visiteurs d'entretenir une correspondance en temps réel, privée et individuelle avec le personnel.
- La lecture en transit de fichier sonore ou visuel (diffusion Web) vous permet de diffuser un son ou une image en temps réel au moyen d'Internet. Cette technique de lecture en transit permet aux utilisateurs de lire des fichiers volumineux pendant qu'ils les téléchargent, permettant ainsi une transmission pratiquement en temps réel. La qualité de l'image et du son ne se compare pas encore à celle des technologies en différé, comme le CD-ROM ou le DVD, mais la lecture en transit est un moyen acceptable de livrer de l'information multimédia de base. La préparation d'une bonne lecture en transit d'un fichier sonore ou visuel pouvant s'avérer coûteuse, il est très important d'étudier la question avant de décider de publier ou non votre information sous ce format multimédia.⁽⁶⁾
- La vidéoconférence permet la transmission visuelle bidirectionnelle en temps réel, en provenance et à destination des participants.
- La cyberconférence vous permet de présenter des exposés sur Internet. Les participants peuvent voir votre exposé à partir de leurs ordinateurs.
- Le commerce électronique vous permet d'acheter et de vendre de l'information, des produits et des services en toute sécurité par Internet. Pour plus amples renseignements, voir la section [Ressources pour le commerce électronique](#).⁽⁶⁾

Communications temporisées

Les communications asynchrones permettent aux personnes de participer à des discussions à des moments différents. Il existe plusieurs sortes de communications temporisées.

- Le courrier électronique est très populaire. Conformément à l'initiative GED, un client doit être capable d'envoyer un courriel à des institutions et recevoir un accusé de réception automatique suite à l'envoi de son courriel. Pour consulter les normes et les meilleures pratiques du courrier électronique, voir les [Normes de la NSI sur le courrier électronique](#) à http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-04-tb_f.asp. Voir aussi la section du présent guide intitulée [Renseignements additionnels sur le courrier électronique](#).
- Les listes de diffusion (ou listservs) distribuent les courriels à des groupes de personnes inscrites sur une liste gérée. Voir aussi la section du présent guide intitulée [Renseignements](#)

[additionnels sur les listes de diffusion \(listes d'envoi\).](#)

- Les bavardoirs sont des centres de messages électroniques où les clients doivent ouvrir une session pour voir ce qui a été ajouté.
- Les forums sont des groupes de discussion animés où les visiteurs peuvent afficher un message et entreprendre une conversation virtuelle.
- Les sondages en direct peuvent être asynchrones ou en temps réel. Ils font appel à des applications basées sur le Web qui permettent aux clients d'exprimer leurs opinions au moyen d'un forum interactif. Pour des directives sur la création de formulaires, voir http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-01-tb_f.asp.
- Les technologies multimédias peuvent être utilisées pour l'offre d'un contenu sonore ou visuel aux clients dans une seule direction.⁽⁶⁾

Pour plus de renseignements sur les outils d'interactivité, voir [Ressources sur les outils d'interactivité](#) et [Maintenance des outils d'interactivité](#).

Renseignements additionnels sur les bavardoirs

Le bavardage textuel ne comporte que des conversations dactylographiées. Habituellement, l'écran de la personne est scindé en deux. La moitié supérieure affiche la conversation en cours et la partie inférieure affiche les commentaires de l'utilisateur au fur et à mesure qu'il les dactylographie.

Le bavardage graphique repose lui aussi sur des mots dactylographiés, mais la session de bavardage a lieu sur un fond graphique, et les clients peuvent créer des représentations graphiques personnalisées, appelées « avatars », qui apparaissent à côté du texte qu'ils entrent. ⁽⁷⁾

Renseignements additionnels sur le courrier électronique

Le courrier électronique est un moyen fréquemment utilisé pour envoyer de l'information additionnelle aux utilisateurs en plus du message électronique lui-même, comme les documents en pièce jointe, les graphiques intégrés, les logiciels ou les hyperliens vers de l'information en direct. Vous devriez vous assurer que les destinataires peuvent utiliser ces outils.

a) *Pièces jointes* : Lorsque vous envoyez des fichiers en pièce jointe à des membres du grand public, envoyez-les sous un format qui n'oblige pas les gens à utiliser un logiciel privé pour voir l'information. Utilisez des formats que divers programmes logiciels courants peuvent reconnaître et afficher. Par exemple, presque tous les navigateurs Web peuvent afficher n'importe quelle page Web, mais certains navigateurs pourraient ne pas être capables d'afficher une feuille de calcul.

b) *Logiciels* : Il faudrait mettre à l'essai les programmes logiciels qui s'ouvrent automatiquement lorsque le destinataire les lance pour s'assurer qu'ils fonctionnent comme il se doit, qu'ils ne constituent pas un obstacle pour les personnes ayant des besoins spéciaux, et qu'ils n'entravent pas le fonctionnement du matériel ou des logiciels du destinataire.

c) *Graphiques* : Souvent, les éléments graphiques intégrés disparaissent automatiquement lorsque le courrier électronique passe d'un réseau à un autre. Les lignes directrices de la NSI prévoient des dispositions pour l'utilisation des signatures ministérielles; vous devriez examiner de près les autres éléments graphiques pour déterminer leur pertinence. Si vous les utilisez, assurez-vous qu'ils ne contiennent pas d'information importante qui n'est pas reproduite sous un format textuel.

d) *Hyperliens* : Lorsque le courrier électronique contient des hyperliens vers de l'information sur Internet, fournissez l'adresse Internet au complet dans le texte pour vous assurer que le destinataire reçoit l'information et que celle-ci continue de faire partie du message, que le courriel soit sauvegardé, transmis à d'autres personnes ou imprimé. ⁽⁶⁾

Renseignements additionnels sur les listes de diffusion (Listserv)

Les listes de diffusion sont un moyen relativement simple de permettre à des personnes ayant des intérêts semblables de partager des idées, des publications et de l'information au moyen du courrier électronique. Vous pouvez gérer ces listes électroniques à l'aide d'une variété de logiciels (tels que LISTSERV^{MD}). Il peut y avoir un propriétaire de liste central ou les responsabilités peuvent être partagées entre plusieurs personnes, chacune ayant des niveaux d'accès égaux ou variés. Les listes peuvent être publiques ou privées, ouvertes ou fermées, contrôlées ou non contrôlées. Vous devriez tenir compte de tous ces aspects lors du processus de planification, vos décisions pouvant affecter votre site Web et vos ressources.⁽⁶⁾

On trouve deux types de listes : les listes d'annonce et les listes de discussion.

Les listes d'annonce ressemblent aux bulletins traditionnels, où les messages de la liste sont diffusés dans un sens, de l'éditeur à l'abonné. Les listes de discussion sont essentiellement des tribunes publiques où l'on peut recevoir de l'information, poser des questions, offrir des conseils et échanger des points de vue avec d'autres abonnés.

Les listes de discussion peuvent être animées ou non. Dans le premier cas, les messages affichés sont filtrés par un animateur avant d'être réacheminés à l'ensemble des abonnés. Dans le cas des tribunes non animées, personne ne lit, n'édite ou ne filtre les messages avant leur diffusion. Le logiciel ne fait que recevoir et retransmettre les messages à l'ensemble des abonnés.

Le site [ebiz.facile](http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00220f.html) offre de l'information additionnelle sur la mise en oeuvre de listes de diffusion (<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00220f.html>).

Mise en oeuvre

La présente section vous aidera à utiliser efficacement la technologie et les outils en direct pour votre initiative de site Web.

Lorsque vous mettez en oeuvre une initiative Web, vous devez suivre plusieurs petites étapes pour vous assurer que les produits résultants appuient les buts et les principes énoncés dans le plan stratégique. Chaque étape de l'organisation, de la préparation et de la gestion de l'information en direct comporte de nombreux niveaux de prise de décisions objectives, plusieurs types d'expertise et énormément de réflexions abstraites. Vous devez continuellement vous référer aux objectifs globaux et faire intervenir les décideurs appropriés, des experts compétents, des fournisseurs de contenu, et des experts en gestion de l'information et en technologie de l'information. Les efforts combinés de toutes ces personnes devraient mener à un produit qui répond aux besoins et aux attentes de tous les groupes de clients et qui est conforme aux objectifs du gouvernement du Canada et de votre institution.

La présente section comprend six parties :

[Construction du site](#)

Comment organiser, écrire et gérer le contenu en direct, une tâche qui vous oblige à tenir compte de la présentation de l'information et à choisir une architecture efficace pour l'information et les graphiques.

[Sécurité et protection des renseignements personnels](#)

Lois et politiques du gouvernement qui vous aideront à assurer la sécurité et la protection de la vie privée lorsque vous recueillez et protégez l'information sur les clients.

[Gestion de l'information](#)

Comment gérer l'information en direct pendant tout son cycle de vie, une tâche qui exige le recours à des métadonnées pour décrire et organiser l'information.

[Lois, politiques et normes](#)

Lois, politiques et normes requises pour votre initiative Web.

[Outils d'interactivité](#)

Comment choisir les bons outils pour interagir avec vos clients, y compris les outils de communication en temps réel et de communication temporisée.

[Ressources pour la mise en oeuvre](#)

Façons de mettre efficacement en oeuvre votre initiative Web à l'aide de ressources fiables.

Construction du site

La présente section fournit des directives sur la construction de votre site Web pour vous permettre d'offrir une information et des services efficaces et efficaces.

Utilisez le présent guide conjointement avec la Normalisation des sites Internet du Conseil du Trésor et avec les pratiques exemplaires fournies sur le site [Normalisation des sites Internet](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp) à [<http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp>](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp). La Normalisation des sites Internet fait une distinction entre les programmes et les services fédéraux et ceux des autres organismes, et facilite la navigation d'un site fédéral à l'autre pour trouver des services ou de l'information.

La présente section comprend cinq parties :

[Contenu](#)

Comment organiser et gérer le contenu et comment écrire les textes pour le Web.

[Conception](#)

Comment utiliser une architecture d'information et de graphiques efficace pour améliorer la présentation globale de votre site Web.

[Formats de présentation de l'information](#)

Différents formats en direct pour l'offre d'information.

[Commercialisation](#)

Stratégies de commercialisation pour attirer les clients vers votre site Web.

[Construction des ressources du site](#)

Ressources en matière de conception, de contenu, de présentation et de commercialisation qui vous aideront à construire votre site Web.

Contenu

La présente section indique les façons d'organiser, d'écrire et de gérer votre contenu. Elle comprend quatre parties :

[Organisation du contenu](#)

Comment trouver la bonne information pour répondre aux besoins de vos clients et comment élaborer un plan d'information.

[Écrire pour le Web](#)

Comment écrire de l'information facile à lire et comment adapter les documents imprimés aux formats en direct.

[Gestion du contenu](#)

Comment gérer le contenu sur votre site Web par une organisation efficace de ce contenu.

[Ressources sur le contenu](#)

Ressources pour l'organisation, la gestion et la rédaction de contenu pour le Web

Organisation du contenu

La présente section vous indique comment vous devriez organiser votre contenu. La façon dont vous organisez et affichez votre contenu est presque aussi importante que ce que vous avez à dire. Le processus comprend le choix d'un contenu et la synthèse du matériel dans les formats appropriés. Les suggestions suivantes pourront vous aider à organiser votre contenu efficacement.

Lorsque vous devez choisir le contenu à mettre sur votre site, pensez aux objectifs que vise votre service, aux besoins de votre clientèle, aux coûts de l'offre de ce service et à la pertinence du Web comme mécanisme de prestation.

Lorsque vous créez et organisez le contenu de votre site Web, effectuez les activités suivantes :

- Faites un **inventaire** de tous les produits de communication pertinents de votre institution, tels que les dépliants, les rapports, les fiches d'information et les pages Web. Corrigez et réécrivez le matériel choisi pour le Web et assurez-vous que le matériel extrait d'Internet est à jour.
- Examinez la documentation venant de l'extérieur de votre institution qui est appropriée pour votre contenu, comme les documents trouvés dans les publications et les bibliothèques d'autres ministères.
- Consultez les sites Web qui ont trait à votre thème sur **Internet** pour voir l'information qu'on y trouve déjà et comment elle est organisée et affichée.

Sachez qui sont vos clients et quelles sont leurs attentes en matière d'information, et sachez ce que vous voulez dire à vos clients.

- Déterminez quelles personnes sont susceptibles de vouloir l'information que vous fournissez en direct ou d'en avoir besoin.
- Déterminez quelle information vos clients s'attendent à trouver sur votre site.
- Sachez quels sont les niveaux de lecture de vos clients et ce qu'ils connaissent déjà sur le sujet.
- Procédez à un échantillonnage de votre clientèle pour déterminer le contenu, la présentation et le niveau de langue de votre site.

Chaque groupe de client potentiel possède des caractéristiques dont vous devez tenir compte lorsque vous choisissez l'information et les services que vous fournirez sur votre site Web. Lorsque vous choisissez le contenu, créez ou cherchez du matériel qui atteint à la fois un **objectif de service** clair et qui est accessible pour le **groupe de clients** visé.

Conseil : Composez un résumé de 20 mots sur l'objectif de votre initiative Web. Ceci vous aidera à clarifier les raisons pour lesquelles vous êtes sur le Web en plus de servir de bon texte de commercialisation.

Élaborez un plan d'information

Déterminez vos catégories principales d'information, et limitez-les à huit ou moins. Choisissez les en-têtes de vos pages avec soin. Utilisez-les comme table des matières. Préparez ensuite un

aperçu soulignant l'information par section. Cet aperçu sera une sorte d'organigramme.

Ensuite, pour le titre de chaque section, préparez des gros titres menant à de l'information plus détaillée. L'objectif est de réduire au minimum le nombre de fois que vos clients devront cliquer pour obtenir l'information qu'ils désirent⁽⁶⁾

Voir aussi [Architecture de l'information](#)
[Maintenance \(Contenu\)](#)

Cernez les lacunes, et adaptez le matériel ou écrivez un nouveau texte pour les combler.

Essayez de voir s'il y a des **dédouplements**, des chevauchements et des économies possibles. Groupez l'information en secteurs clairement définis. Mieux vaut avoir des liens en double menant à de l'information que de confondre les clients en plaçant de l'information semblable dans plus d'un secteur de votre site.

Déterminez dans quels secteurs vous devriez élaborer un **microcontenu** pour présenter, organiser ou expliquer le contenu. Les clients profitent davantage de résumés de présentation qui les aident à interpréter d'importants volumes d'information que de liens qui les mènent simplement vers une liste d'autres liens.

Les **éléments graphiques** tels que les diagrammes, les images et toute autre information visuelle devraient être formatés adéquatement pour le Web. Il se peut que vous deviez les retravailler s'ils ne sont pas appropriés pour le Web.

Écrire pour le Web

La présente section vous explique comment rédiger un contenu Web qui soit facile à lire et à comprendre. Elle comprend cinq parties :

[Comment vos clients lisent en direct](#)

[Rédaction de genres de contenus particuliers](#)

Rédaction de microcontenus, de sommaires, de résumés et de contenu général.

[Adaptation des publications imprimées pour le Web](#)

Transposition de l'information imprimée en formats électroniques.

[Révision](#)

S'assurer d'écrire correctement.

[Traduction](#)

Se conformer à la *Loi sur les langues officielles*.

Comment vos clients lisent en direct

Lorsqu'il lit un texte en direct, il est possible que votre client :

- explore le contenu avant de décider de le lire;
- ne consacre que 10 secondes environ à trouver ce qu'il désire;
- refuse de passer à la page suivante plus de deux fois;
- prend 25 p. 100 plus de temps pour lire l'information en direct que pour lire la même information sur papier;
- trouve la lecture de documents en direct plus fatigante que la lecture de documents imprimés;
- imprime l'information pour la lire plus tard;
- préfère un style d'écriture non structuré qui s'apparente à la conversation;
- arrive pratiquement à n'importe quelle page de votre site à partir d'à peu près n'importe où sur le Web;
- soit impatient et inconstant, et qu'il s'en aille ailleurs s'il ne peut comprendre un site ou une page en quelques secondes.

Voici quelques points dont vous devriez tenir compte lorsque vous rédigez pour le Web :

- gardez vos clients à l'esprit et souvenez-vous de l'importance de la lisibilité;
- utilisez la moitié du texte que vous auriez utilisé dans un produit imprimé, ensuite procédez à une révision en profondeur;
- souvenez-vous combien la lecture en direct est exigeante pour les yeux, et rédigez des textes courts (voyez-les comme des résumés);
- essayez de ne pas obliger vos clients à trop faire dérouler le texte;
- commencez par l'information la plus importante et passez ensuite à l'information la moins importante, comme le font les journalistes de la presse écrite;
- utilisez des phrases courtes et vivantes le plus possible—la prose de journaux réécrite pour la télévision et la radio convient très bien aux sites Web;
- faites corriger votre matériel par un expert, dans les deux langues officielles.

Rédaction de genres de contenu particuliers

En plus du contenu général des pages Web, vous devez rédiger de nombreux autres textes courts si vous voulez que votre site Web soit convivial et vous assurer que vos clients reviennent visiter votre site Web. La présente section vous explique les divers types d'information qu'il faut écrire et vous offre des suggestions sur la façon de le faire efficacement.

[Microcontenu](#)

[Résumés et sommaires](#)

[Contenu général](#)

Microcontenu

Le microcontenu est constitué de petits textes qui guident vos clients ou qui leur donnent, d'un seul coup d'oeil, un aperçu d'une page donnée. Les principales catégories de microcontenus sont indiquées ci-dessous.

- *Titres de page* : Ils devraient résumer la « raison » de la page et identifier votre organisation

ou votre site.

- *Grands titres et sous-titres* : Le grand titre est le principal en-tête et les sous-titres font référence à des sections de texte particulières.
- *Barres de navigation, liens et index* : Essayez de les limiter à un ou deux mots chacun.
- *Titres des liens* : Choisir quelques expressions ou mots significatifs qui, non seulement dirigent vos lecteurs mais les informent aussi. Vos liens doivent être clairs, descriptifs et précis. Insérez les liens dans votre texte pour aider vos lecteurs à explorer le texte. Essayez de faire correspondre le texte de votre lien avec le titre de la page correspondante.
- *Équivalent textuel* : C'est un texte qui apparaît lorsque le curseur passe sur un bouton du menu ou un graphique. Utilisez le moins de mots possible pour que votre texte soit clair, descriptif et précis.
- *Titres* : Les titres sont utilisés pour les photos, les images ou les graphiques. Ils doivent être très courts —idéalement, 10 mots ou moins.

Gardez les **suggestions** suivantes à l'esprit lorsque vous rédigez un microcontenu.

- Rendez-le explicatif. Assurez-vous que le sens du microcontenu est clair selon l'optique de vos clients.
- Assurez-vous qu'il a du sens hors contexte. Créez des pages titres, des en-têtes et des sous-titres suffisamment explicites.
- Soyez concis. Les grands titres et les sous-titres ne devraient pas avoir plus de 60 caractères.
- Créez des liens courts. En principe, ils ne devraient pas avoir plus de trois mots.
- N'exagérez pas. Un bon microcontenu ne fait que clarifier l'information et fournir une orientation.
- Souvenez-vous que vos clients iront sans doute ailleurs s'ils ne peuvent comprendre un site ou une page en quelques secondes.

Résumés et sommaires

Les clients sont moins portés à lire de longs textes en direct que de longs textes imprimés. Un résumé ou un sommaire au début de votre texte ou de votre page Web permet à vos clients de parcourir le texte pour y trouver l'information efficacement. Un résumé concis les aidera aussi à décider s'ils veulent télécharger et imprimer le texte en entier. Un bon résumé ou sommaire comprend les éléments suivants :

- le but du document, de la page Web ou de la fonction;
- les principaux points abordés dans le texte ou les raisons pour lesquelles vous êtes en direct;
- des liens vers d'autres renseignements pertinents;
- un lien vers un index ou une table des matières, pour les documents longs;
- un lien vers une version imprimable, s'il y a lieu.⁽⁶⁾

Contenu général

Il se peut que les clients qui lisent votre contenu se contentent de le parcourir rapidement, à la recherche d'information. Placez l'information la plus recherchée au début. Utilisez une table des matières, fournissez des aperçus conçus comme des grands titres, et offrez un index ou une carte du site. Lorsque vous présentez de l'information, pensez comme un journaliste : grands titres, sous-titres et information clé au haut de la page. Vous pouvez offrir aux clients de l'information

sur des pages connexes, mais laissez-les chercher plus en profondeur pour la trouver, si cela les intéresse. Ne les forcez pas à un déplacement pénible dans un méandre d'information.

Pour vous assurer que votre contenu est facile à lire et accessible, gardez à l'esprit les suggestions suivantes :

- Utilisez le style de rédaction « pyramide inversée » (mettez l'information importante au haut de la page et l'information moins importante plus bas).
- Limitez les phrases à une idée principale et à 20 mots au maximum.
- Limitez les paragraphes à quatre phrases courtes, au maximum.
- Organisez vos idées, mettez les plus importantes en premier dans votre texte.
- Assurez la suite des idées d'un paragraphe à l'autre, pour un déroulement harmonieux et logique.
- Assurez-vous que les pages ne contiennent pas plus de trois ou quatre paragraphes courts.
- Scindez l'information en gros morceaux, qui peuvent être visualisés écran par écran.
- Écrivez de la même manière que vous parlez. Si cela est possible, adressez-vous au lecteur personnellement. Utilisez des mots comme « vous » et « nous ».
- Utilisez des mots simples, des mots de tous les jours.
- Évitez les clichés.
- Évitez le jargon.
- Utilisez la voix active plutôt que la voix passive.
- Évitez l'emploi d'acronymes. Écrivez les mots au complet, si cela est possible. Si vous devez utiliser des acronymes, fournissez un glossaire.
- Éliminez les mots d'intensité superflus, comme « très », « passablement », « plutôt », « quelque peu » et « fondamentalement ».
- Éliminez les expressions d'entrée en matière non nécessaires, comme « vous savez », « visiblement », et « évidemment ».
- Utilisez des grands titres et des sous-titres instructifs pour scinder votre document.
- Utilisez des listes à puces ou à numéros pour fournir beaucoup d'information d'une manière concise et conviviale.
- Vérifiez la grammaire et l'orthographe.
- Utilisez des éléments typographiques tels que les caractères gras, les majuscules et l'italique pour faciliter la lecture du document à vos clients.
- Faites réviser votre texte par un spécialiste, dans les deux langues officielles, avant et après son affichage en direct.
- Demandez à un collègue de lire votre texte pour vous assurer qu'il a du sens et qu'il coule logiquement d'une idée à la suivante.
- Assurez-vous que les niveaux de lisibilité sont appropriés pour vos clients.
- Procédez à un test de lisibilité de votre texte en direct avec un groupe-échantillon de clients, si cela est possible.

Adaptation des publications imprimées pour leur diffusion sur le Web

Internet est différent de l'imprimé. Bien que cette idée semble évidente, elle ne l'est pas, comme le démontrent les nombreuses pages Web mal écrites et mal structurées que l'on retrouve présentement en direct. Il existe plusieurs façons d'adapter les produits imprimés pour qu'ils soient efficaces sur le Web. Si vous voulez que vos clients lisent votre information et qu'ils reviennent à votre site, vous devriez adapter votre document pour que sa présentation et son style conviennent au Web. Vous devrez donc décider quel contenu est approprié pour ce support.

- La meilleure façon d'adapter les documents existants est de les repositionner pour une lecture en direct. Cette tâche exige souvent une correction et une réécriture en profondeur.

- Vous devriez scinder l'information en blocs et l'organiser pour qu'elle convienne à la lecture en direct.
- Le scission en blocs correspond habituellement à la quantité d'information que vous pouvez faire entrer sur un seul écran, soit environ 100 mots. Ainsi, vos clients peuvent trouver l'information pertinente rapidement et efficacement.
- L'une des façons acceptables d'adapter des documents existants est la préparation d'un résumé pour votre page de départ comprenant des liens de navigation qui mènent à de l'information plus en profondeur et à une version imprimable.

Révision

Toute l'information devrait être révisée, dans les deux langues officielles, avant d'être affichée sur un site en développement. Une fois en direct, elle devrait être corrigée avant d'être transférée au site officiel. (Un site en développement est une réplique exacte et protégée du site officiel utilisée pour mettre à l'essai les initiatives Web avant de les rendre publiques.) De nombreuses anomalies de conversion peuvent survenir lorsque vous transférez votre texte à partir d'un autre logiciel. Par exemple, les accents peuvent disparaître ou être remplacés par d'autres symboles, des espaces peuvent s'ajouter ou disparaître, des caractères aléatoires peuvent apparaître dans tout votre texte et le formatage peut changer.

Les clients visitent les sites Web pour obtenir de l'information. Il faut donc revoir et réviser votre texte. Vos clients pourraient facilement se décourager s'ils voient des fautes d'orthographe ou des erreurs grammaticales et se poser des questions sur l'exactitude du contenu.

TRADUCTION

Tel qu'il est stipulé dans la [Loi sur les langues officielles](http://lois.justice.gc.ca/fr/O-3.01/index.html) <<http://lois.justice.gc.ca/fr/O-3.01/index.html>>, tout matériel produit par une institution du gouvernement doit être offert en français et en anglais. Le prestataire d'information devrait s'assurer que la traduction reflète fidèlement le contenu et le ton du matériel original.⁽⁶⁾

Gestion du contenu

La présente section traite de la gestion du contenu. La gestion du contenu d'un site Web complexe exige un effort concentré et soutenu. Votre équipe doit s'assurer que le site Web reflète l'information la plus récente.

Assurez-vous qu'il y a un propriétaire de contenu pour chaque page ou groupe de pages connexes sur votre site. Songez à en faire un élément explicite de l'organisation du contenu. Cette personne ou cette unité devrait être continuellement responsable de s'assurer de l'exactitude de l'information dans ces pages et de procéder aux essais des modifications et des mises à jour avant leur mise en oeuvre. Le manque d'exactitude pourrait avoir des ramifications importantes, allant de la perte de clients à la perte de fiabilité.

Un « comité de rédaction » peut vous aider à vous assurer de l'observation des points suivants :

- la présentation du contenu est la même sur le Web que dans les autres formats;
- il y a établissement de priorités quant à la modification du contenu ou à l'ajout de contenu au service;

- il existe des liens utiles menant au contenu nouveau ou modifié et ces liens sont mis en oeuvre;
- les politiques et les normes régissant le Web sont mises en application de manière uniforme.

Si vous créez un comité de rédaction, il faudrait que ses membres proviennent de différents secteurs de votre institution, y compris de la haute direction, de l'information publique, de la gestion des programmes et des services d'information. Le comité devrait se réunir régulièrement.

Voir aussi [Ressources pour le contenu](#)

Conception

La présente section examine l'application de l'architecture de l'information et de l'architecture graphique.

[Architecture de l'information](#)

Création d'une navigation et d'une mise en page conviviales pour votre site Web.

[Architecture graphique](#)

Utilisation des graphiques pour améliorer le contenu de votre site Web.

Architecture de l'information

La présente section vous aidera à créer une architecture d'information pour votre site Web. Elle comprend trois parties.

[Considérations générales](#)

Questions liées à l'architecture de l'information dont il faut tenir compte au moment de la construction de la carte du site.

[Navigation](#)

Ce qui rend un site facile à parcourir.

[Mise en page](#)

Comment la mise en page, l'apparence générale, les blancs et la typographie de votre site Web peuvent en améliorer la convivialité.

Considérations générales

La présente section traite de l'architecture de l'information : une structure organisationnelle pour la présentation de l'information. Cette architecture a pour objectifs principaux de simplifier et de clarifier les sites Web, d'aider les clients à utiliser les sites en fonctionnant comme une « carte » et de fournir un plan aux gestionnaires de l'information. Une architecture et un système d'information bien pensés permettront de mettre de l'ordre dans le désordre, et ils peuvent favoriser des associations positives avec une institution et l'information qu'elle fournit. Une mauvaise organisation de l'information fait plus que traduire un manque d'attention aux détails, elle peut aussi nuire à la capacité des clients de trouver l'information et, en bout de ligne, à leur perception de la qualité, de la compétence et de la crédibilité de l'institution.

Lorsque vous créez un site Web, concentrez-vous d'abord sur les besoins des citoyens et posez-vous les questions suivantes :

- Comment la structure soutiendra-t-elle les buts et les objectifs soulignés dans la stratégie de communication?
- Quelle est l'envergure de ce site Web? Contient-il des sous-sites? Quelle information devriez-vous songer à y inclure?
- Qui devrait vous aider à prendre les décisions?

Une des mesures importantes à prendre pour diminuer l'incertitude et la frustration du client est d'organiser l'information selon des méthodes généralement reconnues. Avec l'information

électronique, ces conventions vont au-delà des simples notions d'orientation que nous connaissons bien dans les autres contextes de communication, tels que les livres et les magazines, les structures physiques, et les panneaux de signalisation sur les rues et les autoroutes. Nous apprenons la plupart de ces conventions avec le temps—comment utiliser la table des matières d'un livre, par exemple, ou interpréter un panneau de signalisation. L'information en direct étant complexe, vous devez déterminer quelles conventions sont susceptibles d'avoir du sens pour vos clients—quels signes et métaphores familiers et appropriés aideront tant le novice en informatique que l'expert en information à comprendre le plan architectural que vous présentez sur votre site.

Tenez compte de toutes les manières dont vous pouvez organiser un document sur un site Web : par titre de document, par date de publication, par sujet, par genre de document, par fréquence d'utilisation, par importance du contenu pour l'institution, par division responsable ou par format du fichier. Ce n'est qu'une simple décision, mais elle est un bon indicateur de l'ampleur des questions et du niveau de détails dont vous devez tenir compte dans l'architecture de l'information.

Chaque fois que vous développez une nouvelle forme d'information, vous devez vous poser les mêmes trois questions de base : « Comment pouvons-nous rendre ce système clair et facile à utiliser pour tous? » « Laquelle des conventions existantes devrait s'appliquer? » et « Que reste-t-il à développer? »

Ces questions étaient très pertinentes lorsque les formats électroniques en étaient à leurs premiers balbutiements. Depuis ce temps, nous avons mis au point des outils de recherche, acquis des compétences organisationnelles, élaboré des politiques, des normes et lignes directrices, et nous avons acquis une connaissance générale d'Internet. Nous savons donc maintenant ce que sont une conception et une architecture efficaces.

Faites de la recherche : Procédez à une recherche et une analyse des sites Web existants. Déterminez les approches organisationnelles qui peuvent vous aider à répondre aux besoins de vos clients. Élaborez des options pour l'analyse de votre propre architecture. De quelles conventions communes devriez-vous tenir compte pour l'organisation, la présentation et la navigation?

Tenir compte des conventions existantes : Un des principaux avantages d'une architecture de site Web bien conçue, c'est qu'elle fournit à vos clients un moyen familier ou intuitif de parcourir un site. La structure d'un site Web ne devrait pas obliger le client à interpréter le plan. Elle devrait plutôt être transparente et évidente. La structure doit fonctionner avec les aides à la navigation pour aider les clients à explorer le site. En bout de ligne, pour bien servir les clients, toutes les institutions gouvernementales devraient présenter l'information de manière semblable.

Ne pas oublier la Normalisation des sites Internet : La Normalisation des sites Internet aide à garantir que tous les sites Web du gouvernement utilisent des outils de navigation uniformes. Toutefois, les avantages de pratiques d'architecture et d'outils de navigation communs ne devraient pas s'arrêter là. Lorsque les clients visitent de nombreux sites Web institutionnels à la recherche de services ou d'information, des différences quant à la structure peuvent nuire à un accès rapide. Vous ne devriez pas utiliser une architecture de site dans le but de distinguer votre site de ceux d'une autre institution. C'est l'une des fonctions de la conception graphique.

Établir l'ordre de priorité de l'information : La préparation d'un inventaire de tout le contenu potentiel vous aidera à déterminer quel matériel le public demandera le plus souvent, quel

matériel soutient les programmes de votre institution, et quel matériel est en grande partie statique et d'archives. Faire ces trois distinctions dans le cadre de votre stratégie de communication vous aidera à développer une structure de site qui satisfait aux besoins et aux attentes de vos clients, et qui répond au besoin de votre institution de fournir l'accès à une vaste gamme de services et d'information. Examinez les statistiques de votre site Web régulièrement pour déterminer quels sont les secteurs et les documents les plus populaires.

Tenir compte de l'architecture et de la navigation : L'architecture et la navigation sont très étroitement liées. Le système de navigation guide les clients à travers l'architecture d'information en leur fournissant des indices clairs et concis, réduisant ainsi les choix des clients quand ils sont à la recherche d'information. Un ensemble de choix de navigation uniforme et bien pensé devrait les aider à trouver l'information et à se situer à l'intérieur du site. Si votre site Web contient une grande quantité d'information, vous devrez peut-être inclure plus d'un niveau de navigation.

Réduire au minimum le nombre d'étapes que les clients devront franchir—ou le nombre de fois qu'ils devront cliquer—pour trouver l'information est toujours une bonne pratique. Toutefois, vous devez trouver un équilibre entre deux approches globales : a) de nombreux choix de navigation, au début, qui donnent accès à des services et à des renseignements particuliers en quelques étapes seulement, et b) moins de choix, au début, qui fournissent de l'information pour aider les clients à cibler de plus en plus leurs choix.

L'option a) fournit un accès rapide à un contenu précis mais peut présenter tout un éventail d'options, obligeant le client à prendre une décision définitive très tôt dans sa recherche. L'option b) exige le passage par davantage de niveaux ou oblige le client à cliquer davantage et lui permet de faire des choix de plus en plus informés basés sur des options de plus en plus ciblées. Ces deux extrémités du spectre peuvent être considérées comme étant une structure « plate » et une structure « profonde ». Les systèmes de navigation sont habituellement un équilibre entre les deux.

Documenter et consigner votre plan. L'établissement d'une hiérarchie ferme vous aide à vous en tenir à votre plan, réduisant les possibilités que vous dériviez vers une architecture de site non planifiée qui pourrait être moins fonctionnelle que celle que vous avez élaborée initialement. On peut exercer sur vous des pressions pour que vous changiez le plan ou les priorités. Si cela est nécessaire, vous devriez le faire dans le contexte de l'architecture d'information globale et du plan de communication stratégique. Vous pourrez ainsi comparer les modifications proposées au but, aux objectifs et aux besoins globaux des clients ainsi qu'aux objectifs institutionnels du site.

Prévoir un examen périodique : La conception, le contenu et la structure des sites Web évoluent fréquemment. Vous ne devriez pas apporter de changements qui touchent la présentation générale de la structure sans tenir compte du plan et des critères initiaux. Des changements isolés pourraient rendre l'architecture d'un site Web moins fonctionnelle. Par contre, si vous ne comparez pas régulièrement votre structure à votre plan, vous pourrez vous retrouver avec une architecture qui n'est plus utile.

Vérifier les hypothèses : Créez des scénarios utilisateurs et une variété de tâches hypothétiques pour des clients du site. Essayez l'architecture du site en demandant à d'autres personnes d'exécuter ces tâches. Vous pouvez évaluer partiellement l'architecture du site en déterminant le degré de difficulté auquel les utilisateurs sont confrontés lorsqu'ils accomplissent ces tâches – ce degré de difficulté est mesuré d'après le nombre d'erreurs, les niveaux de frustration et le temps requis pour accomplir ces tâches.⁽⁶⁾

Voir aussi [Méthodes de vérification de la facilité d'utilisation](#)
[Ressources pour la conception](#)

Navigation

La présente section traite des questions de navigation liées aux sites Web. Les clients utiliseront les menus de navigation et les textes en hyperlien pour se déplacer dans votre site Web. Il est donc primordial que vous donniez aux clients des moyens cohérents pour trouver l'information. Le système de navigation rappelle aussi aux clients l'endroit exact où ils se trouvent dans la structure du site et aide ceux qui arrivent dans votre site au « milieu ». Vous devriez donc tenir compte de plusieurs facteurs lorsque vous concevez un système de navigation.

Le concept du déplacement dans un site n'est pas différent de celui du déplacement dans un immeuble ou une ville. Nous comptons sur des systèmes, des affiches, des indices visuels et des conventions communes qui sont cohérents pour déterminer notre emplacement et nous orienter.

Par exemple, réfléchissez à la pertinence des méthodes suivantes qui sont couramment utilisées sur Internet pour représenter un lien qui amènera l'utilisateur à la deuxième partie d'un document long :

- une flèche, une icône d'un document miniature ou une porte ouverte vers laquelle pointe une flèche;
- une petite animation illustrant une personne qui court;
- le mot « suivant » ou le chiffre « 2 » dans un hyperlien en bleu;
- un bouton où il est écrit « page suivante » ou « continuer ».

Choisir un élément pour relier les utilisateurs à la deuxième partie d'un document n'est qu'une petite partie du défi plus grand que représente le développement d'un système de navigation complet, qui est bien connu des clients et particulier à votre contenu.

Élaborer une hiérarchie pour la navigation : La hiérarchie des systèmes de navigation devrait soutenir les objectifs de votre stratégie de communication. Envisagez des façons de faire en sorte que l'information la plus utile soit facilement et rapidement accessible. Il se peut que vous vouliez identifier l'information d'archives, laquelle s'organise mieux par sujet ou par date.

Uniformité : Le système de navigation principal devrait simplifier le site Web le plus possible pour les clients. Il devrait demeurer uniforme à travers tout le site Web. Le manque d'uniformité nuit au fonctionnement du système. Le fait de créer un site principal et de nombreux sous-sites peut être logique, du point de vue organisationnel, pour l'institution. Toutefois, les clients peuvent être ennuyés, distraits ou confus par la présence de structures différentes sur les sous-sites.

Une navigation trop compliquée n'est utile pour personne, mais la complexité de votre contenu peut nécessiter plus d'un niveau de menu. Les petites caractéristiques, comme un bouton que les clients peuvent utiliser pour retourner au début d'un document ou à la partie suivante d'un document, devraient donc faire partie du plan d'ensemble.

Menu institutionnel : Concevoir un menu institutionnel que les clients peuvent utiliser pour exécuter des fonctions de navigation importantes sur un site Web. La hiérarchie apparente des menus est importante. En général, les menus principaux devraient exécuter des fonctions de navigation « plus vastes » que les menus de niveaux inférieurs. Si vous mélangez ces fonctions, vous pouvez embrouiller vos clients. Considérez votre site Web comme un arbre inversé—plus vous montez, plus les branches sont grosses.

Navigation additionnelle : Les sites Web qui ont de gros volumes de contenu devraient avoir des niveaux additionnels de navigation. Ceux-ci peuvent être nécessaires pour aider vos clients à s'y

retrouver dans un secteur particulier du site, vers un programme ou un service précis, ou à travers un document long présenté comme une série de pages.

Normalisation des sites Internet (NSI) : Le menu de la NSI vous fournit des liens vers cinq caractéristiques importantes d'un site ainsi qu'un modèle pour le menu institutionnel. Si la NSI ne s'applique pas à votre site, vous devriez quand même inclure les fonctions de base qu'offre le menu : choix de la langue, renseignements pour contacter l'institution, aide et recherche.

Accessibilité : La [Normalisation des sites Internet](#) aborde les questions liées à l'accessibilité des sites Web. Les outils de navigation, qu'il s'agisse de graphiques ou de texte en hyperlien, devraient être suffisamment gros pour que les clients éprouvant une déficience visuelle puissent les lire facilement et que les clients dont la mobilité est réduite puissent les choisir facilement.

Éviter les éléments qui distraient : Éviter les éléments d'hyperliens tels que les photos, les images et les dispositifs graphiques à moins que leur but soit bien clair et qu'ils soient indispensables pour le site. Ils peuvent détourner l'attention du client de leur but ainsi que du principal système de navigation à l'échelle du site. Les systèmes de navigation devraient, de par leur conception, se différencier des autres caractéristiques ou fonctions.

Des textes simples fournissent de l'information plus précise aux clients et, en bout de ligne, leur fournissent une meilleure aide à la navigation que les icônes ou les graphiques. Évitez d'utiliser des icônes et des graphiques pour la navigation.

Langue : Utilisez des mots communs, courts et simples lorsque vous créez des menus de navigation. Évitez les acronymes ou les abréviations qui peuvent être bien connus au sein de votre institution mais inconnus pour vos clients. La langue utilisée devrait être claire, directe, simple et sans équivoque. Assurez-vous que les systèmes que vous concevez fonctionnent bien dans les deux langues officielles et qu'ils ne vous obligent pas à donner à une des langues un traitement visuel distinct à cause d'une différence quant à la longueur des mots.

Texte en hyperlien : Évitez de placer un grand nombre de liens partout dans le texte. Cette pratique sème souvent la confusion et, menée à l'extrême, diminue la lisibilité d'un document. Mettez plutôt les liens nécessaires dans une partie du document et fournissez un contexte quant à leur objectif ou leur fonction. Dans un texte, les liens ne devraient pas dédoubler la fonction du menu. Évitez de présenter les hyperliens dans un style visuel différent, autre que l'utilisation de la couleur et le soulignement typique. Les autres fioritures—comme les lettres en italique, en caractères gras ou en majuscules, une taille différente ou une police différente—réduisent la lisibilité.⁽⁶⁾

Voir aussi [Hyperliens](#).

Mise en page

La présente section traite des questions de mise en page dont vous devriez tenir compte lorsque vous concevez un site Web. Peu importe le contenu, les documents destinés aux sites Web du gouvernement du Canada doivent se conformer aux exigences soulignées dans les normes et les lignes directrices de la Normalisation des sites Internet. Ces exigences offrent toutefois une grande latitude. Vous pouvez créer une page Web distincte qui conservent toutefois des liens visuels avec les autres sites du gouvernement.

Apparence globale : Vous devriez créer une apparence commune pour tout votre site Web institutionnel. Développez des modèles qui assurent un équilibre entre la NSI et les exigences de votre institution quant au contenu. L'apparence commune devrait comprendre des thèmes visuels, des éléments graphiques et un style typographique.

Blancs : Soyez conscient de la valeur des « blancs ». Bien que certaines personnes considèrent un blanc comme un « espace perdu », il s'agit d'un élément très important de la conception graphique qui devrait être utilisé pour créer une présentation professionnelle et lisible. La conservation de blancs partout dans un site Web peut s'avérer être une lutte constante face aux demandes pour combler cet espace avec divers éléments graphiques, caractéristiques ou annonces.

Lisibilité : La lisibilité devrait être une préoccupation primordiale lorsque vous créez les mises en page ou les modèles. Gardez la présentation globale simple. Souvenez-vous que les clients peuvent arriver à votre site Web après avoir consulté beaucoup d'autres sites ayant des mises en page chargées ou complexes. Soyez conscient de la longueur des lignes de texte de votre site Web—à l'instar d'un texte de journal, la lecture d'un texte en direct devient plus facile et se fait plus rapidement au fur et à mesure que les colonnes du texte deviennent plus étroites. La mise en page de la Normalisation des sites Internet illustre ce principe.

Modèles : Les modèles garantissent l'uniformité pour les personnes chargées du développement du contenu, même lorsque le personnel change. Vous voudrez peut-être développer une série de modèles qui répondent aux besoins uniques de votre institution en matière de mise en page du contenu et qui sont adaptés aux divers supports électroniques, comme les sites Web et les CD-ROM.

Typographie : Adoptez un style typographique simple et efficace et conservez-le partout dans le produit de communication. Gardez les en-têtes, les couleurs et les forces de corps uniformes. Limitez le nombre de niveaux d'en-têtes. Évitez les systèmes de numérotation compliqués. Utilisez les caractères gras et l'italique avec modération.

Impression : Les clients peuvent lire votre information en direct ou l'imprimer. Tenez compte des deux possibilités lors de la conception des pages.

Exposés en direct : Préparez soigneusement vos exposés électroniques, qu'ils soient destinés à être projetés sur écran ou diffusés autrement. Assurez-vous que la version finale de l'exposé est approuvée pour faire en sorte qu'elle soit professionnelle, qu'elle identifie adéquatement votre institution et qu'elle respecte les exigences relatives aux langues officielles, au Programme de coordination de l'image de marque et aux autres politiques. Vous pouvez vous assurer que votre institution se conforme à ces exigences en élaborant des modèles pour les produits logiciels qu'elle utilise.⁽⁶⁾

Architecture graphique

La présente section traite de l'importance de la conception graphique sur la perception qu'a votre client de votre information et de votre institution. Choisissez des thèmes et des motifs visuels qui peuvent aider vos clients à comprendre la fonction et le but du site Web. N'ayez pas recours à la conception graphique pour divertir. Utilisez-la plutôt pour rendre votre présentation plus informative et professionnelle, sans détourner l'attention du client du contenu.

Dossier créatif : Commencez par un plan directeur de conception qui englobe le site en entier et qui traite des objectifs et des buts de la stratégie de communication. Si vous disposez d'un plan de marketing ou d'un plan promotionnel pour votre initiative Web qui fait appel à l'imprimé ou à d'autres supports, tenez compte des exigences de ces supports dès le début. La conception ou les thèmes visuels de votre site Web devraient pouvoir s'adapter à d'autres supports.

Thème visuel : La conception graphique devrait soutenir visuellement la structure de navigation et l'architecture globale et ne pas distraire ou confondre la personne qui consulte le site. L'élaboration d'un thème visuel ne signifie pas créer une nouvelle identité. Évitez de développer une présentation qui utilise une variété de logos, de symboles et d'icônes. Un tel environnement détournera l'attention des identificateurs du gouvernement du Canada – la signature institutionnelle et le mot-symbole « Canada » du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM). D'autre part, un thème ou un motif visuel uniforme peut être un complément de l'identification du gouvernement du Canada. Consultez la politique du PCIM pour obtenir de l'information sur l'élaboration de nouveaux symboles et logos.

Identification : Les éléments obligatoires de la Normalisation des sites Internet identifieront votre institution au moyen du mot-symbole « Canada » et de la signature du PCIM. Évitez de diluer cette identification en reproduisant le titre de votre institution partout dans le site Web ou de styliser le nom de l'institution, par exemple. Les éléments du PCIM devraient demeurer les principaux moyens d'identifier votre institution. Toutes les communications électroniques devraient identifier correctement l'institution ou le gouvernement du Canada. En vertu de la politique du PCIM, vous devez utiliser les symboles approuvés pour identifier le gouvernement, plutôt que des symboles de programmes ou d'autres logos.

Conception globale : Développez une approche visuelle qui tient compte du site Web au complet. Une conception globale contribue habituellement à positionner votre site Web comme étant une source d'information unique au lieu d'une série de pages liées les unes aux autres par organisation ou objectif. Vous devriez limiter les types d'éléments graphiques qui peuvent être inclus. Avec le temps, les sites Web se transforment souvent. Ainsi, au lieu de refléter une approche visuelle professionnelle, efficace et méthodique, ils deviennent des fourre-tout pour les symboles et les graphiques représentant divers programmes et initiatives.

Éviter les éléments qui distraient : Choisissez les éléments de conception graphique soigneusement pour projeter des thèmes précis et ajouter de la signification, de la direction, de la clarification ou du contexte. Ils ne devraient pas prêter à confusion, distraire ou mécontenter les clients. Quelques graphiques bien choisis, et placés stratégiquement, aideront les clients à se concentrer sur le contenu. Limiter le nombre de graphiques permet aussi de réduire le temps de téléchargement. L'animation, le texte déroulant et les graphiques sans signification, les logos, les symboles et les icônes peuvent aussi rendre un site Web très « chargé » et empêcher les clients de se concentrer.

Texte : Par contre, vous ne devriez pas éviter complètement de recourir aux éléments graphiques. Des grandes étendues de texte n'aident pas les clients de votre site Web. Concevez vos pages

avec des éléments visuels qui aident les clients à lire le texte et à parcourir le site. Des lignes ou des éléments graphiques placés à des endroits stratégiques peuvent servir de « ponctuation visuelle », scindant un document long en portions faciles à gérer. ⁶⁾

Accessibilité des images : Réduire au minimum la taille des fichiers graphiques. En bout de ligne, chaque élément graphique ralentit la transmission d'une page Web. Assurez-vous que toute l'information fournie graphiquement est offerte sous forme de texte lorsque les clients ne voient pas les éléments graphiques. ⁶⁾

Voir aussi [Évaluation des graphiques](#).

Formats pour la présentation de l'information

La présente section décrit les fonctions de plusieurs formats populaires sur Internet.

Vous pouvez avoir recours à plusieurs formats différents pour présenter l'information sur une page Web. Chacun d'eux a des caractéristiques, des avantages et des désavantages qui lui sont propres. Un des défis que vous devez relever lorsque vous concevez un site Web consiste à harmoniser le format de sa présentation avec l'objectif de votre service et les besoins de vos clients. L'intégration efficace des graphiques, du texte, des fichiers téléchargeables, des formulaires, des éléments sonores et visuels est essentielle à l'offre d'un site Web convivial et utile. Par exemple, certains clients préfèrent télécharger un document sous son format original et l'imprimer eux-mêmes plutôt que de le lire en direct. Parfois, une image, un diagramme ou une carte est plus utile qu'un texte. Assurez-vous toutefois que vos graphiques, vos cartes et vos éléments sonores ou visuels ajoutent de la valeur à votre site, et qu'ils ne servent pas uniquement à faire sensation.

[Orientation générale](#)

Choix des différents formats d'information pour votre site Web.

[Formats](#)

Analyse des fonctions de divers formats d'information en direct.

- [Langage de balisage hypertexte \(HTML\)](#)
- [Texte de l'American National Standards Institute \(ANSI\)](#)
- [Progiciels de traitement de texte](#)
- [Format PDF \(format de documents transférables\)](#)
- [Langage VRML \(langage de modélisation en réalité virtuelle\)](#)
- [Java](#)

Orientation générale

Lorsque vous choisissez les formats de présentation de l'information, vous **devez** observer les [normes 1.2 et 1.3 de la Normalisation des sites Internet](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-01-tb_f.asp) < http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-01-tb_f.asp>.

Préparez une liste de contrôle pour déterminer les formats d'information et :

- Assurez-vous qu'au moins un format est accessible par la **vaste majorité** (conformément aux normes d'accessibilité de la NSI).
- Assurez-vous que les formats choisis prennent en charge les caractères spéciaux utilisés dans le texte français.
- Tenez compte du genre d'utilisation : lecture en direct, impression ou téléchargement.
- Tenez compte de la taille du document.
- Tenez compte des capacités techniques de vos clients :
 - largeur de bande;
 - disponibilité de logiciel privé;
 - capacité des ordinateurs.

- Surveillez l'évolution des normes, le marché du logiciel, et les capacités et besoins de vos clients, et modifiez votre liste de contrôle en conséquence.
- Dans la mesure du possible, utilisez des normes non exclusives et ne fournissez pas d'information dans des formats ministériels seulement.
- Recommandez un navigateur particulier (mais il ne doit pas être essentiel).
- Assurez-vous que l'information sur votre site est accessible, peu importe le navigateur utilisé.
- Présentez l'information dans d'autres formats.
- N'oubliez pas que de nombreux clients sont peut-être incapables de télécharger ou d'installer une application logicielle particulière, ou ne savent pas comment le faire.
- Faites attention lorsque vous choisissez des formats pour les fichiers sonores, visuels, VRML et autres fichiers spécialisés, et examinez soigneusement les questions liées à l'accessibilité, au logiciel, au matériel et à la largeur de bande.
- Mettez les documents à l'essai à l'aide d'une variété de navigateurs et de configurations du matériel.

Formats

1. Langage de balisage hypertexte (HTML)

- Le texte peut être exploré en direct, très stylisé et lié à d'autres informations pertinentes sur le Web.
- Des graphiques et des tableaux peuvent être inclus.
- En général, le format ne ressemble pas étroitement à la version imprimée.
- Les documents volumineux sont scindés en fichiers multiples d'environ 32 Ko chacun.
- Les documents peuvent être indexés et recherchés par les moteurs de recherche Internet.

Fonctions du langage HTML

- Les clients peuvent naviguer en direct.
- Un fichier de petite taille améliore le temps de réponse pour les clients.
- Les documents peuvent être liés à d'autres documents.
- Les documents sont accessibles au moyen d'une recherche sur Internet.
- Les clients peuvent transférer les versions HTML ou texte du document à des systèmes locaux en formats HTML ou texte, mais les documents sont souvent scindés en fichiers multiples, ce qui oblige les clients à télécharger de nombreux fichiers pour obtenir un document.
- Une copie imprimée à partir de HTML peut ne pas ressembler à la version imprimée officielle.

2. Texte de l'American National Standards Institute (ANSI)

- Le texte peut être exploré en direct mais il n'est pas stylisé comme le texte HTML.
- Les liens et les graphiques ne sont pas inclus; les tableaux peuvent l'être, mais ils sont difficiles à formater adéquatement.
- Le format ne ressemble pas à la version imprimée.

- En général, les moteurs de recherche Internet ne peuvent rechercher les documents dans ce format.

Fonctions de l'ANSI

- Les clients peuvent naviguer en direct.
- Un fichier de petite taille améliore le temps de réponse pour les clients.
- Les clients peuvent transférer les versions ANSI du document à des systèmes locaux.
- La copie imprimée à partir d'ANSI ne ressemblera peut-être pas à la version imprimée officielle.

3. *Progiciels de traitement de texte (Microsoft Word et Corel WordPerfect, par exemple)*

- Le texte ne peut être exploré en direct.
- Le format peut être semblable à la copie imprimée.
- Les graphiques et les tableaux peuvent être inclus.
- Les liens ne sont pas possibles.
- En général, les moteurs de recherche Internet ne peuvent rechercher ce format.
- Les clients ont besoin d'un visualiseur spécial (module d'extension) ou d'une application compatible pour visionner le document.
- Les images intégrées ne peuvent pas être captées avec un équivalent textuel (alt-text), ce qui est obligatoire pour la conception de pages accessibles.

Fonctions

- Les clients peuvent transférer un document entier à des systèmes locaux, bien que le transfert de gros documents puisse être long.
- La copie imprimée ressemble à la version imprimée officielle.
- On procède actuellement à la mise au point de moteurs de recherche Internet qui peuvent indexer et rechercher ces formats.

4. *Format PDF*

- Le texte ne peut être exploré en direct.
- Les dossiers peuvent être volumineux.
- Des graphiques peuvent être inclus.
- Des liens à d'autres ressources Internet peuvent être inclus.
- En général, les moteurs de recherche Internet ne peuvent rechercher ce format.
- La présentation et le format imprimé exacts sont conservés.
- La plupart des clients ont besoin d'un visualiseur spécial (module d'extension).

Fonction du format PDF

- Les clients peuvent transférer un document entier à des systèmes locaux, bien que le transfert de documents volumineux puisse être long.
- La copie imprimée ressemble étroitement à la version imprimée officielle mais les fichiers peuvent être volumineux et les clients peuvent avoir besoin d'imprimantes puissantes.

- On procède actuellement à la mise au point de moteurs de recherche Internet qui peuvent indexer et rechercher ces formats.

5. Langage VRML (*langage de modélisation en réalité virtuelle*)

- Ce format fournit des environnements multi-utilisateurs, tridimensionnels, réalistes.
- Il offre une prestation multimédia continue.
- Les clients ont besoin d'un navigateur VRML pour visualiser ces documents.
- En général, les moteurs de recherche Internet ne peuvent rechercher ce format car il n'est pas à base de texte.
- Les clients dont les navigateurs n'acceptent pas les graphiques ou qui utilisent d'anciennes versions des navigateurs ne peuvent y avoir accès.

Fonctions de VRML

- Ce format permet l'exploration en direct et en temps réel.
- Il est utile pour la modélisation de l'architecture du site.

6. Java

- Le langage de programmation Java crée des mini-applications (applets).
- Les applications sont nomades, ce qui signifie qu'elles pourraient ne pas être disponibles dans des sessions de navigation subséquentes.
- En général, les moteurs de recherche d'Internet n'effectuent pas de recherche pour ce format.
- Les clients qui ne possèdent pas de navigateur graphique ou qui possèdent d'anciennes versions de navigateurs qui ne prennent pas en charge ce langage ne pourront avoir accès aux applets Java utilisés pour animer les images.

Fonctions de Java

- Les données peuvent être mises à jour en temps réel.
- Ce format permet une interaction bidirectionnelle.
- Ce format permet des applications client-serveur qui ne sont pas fonction de la plate-forme.
- Les résultats en temps réel ne sont pas toujours imprimables parce qu'ils sont fonction de l'application.

Voir aussi [Ressources – Considérations quant aux formats.](#)

Commercialisation

Dans la présente section, vous trouverez des suggestions pour attirer le trafic vers votre site Web. La plupart de ces suggestions peuvent être adaptées pour leur utilisation à l'interne, comme l'élaboration de listes de courrier électronique hautement ciblées, la rédaction d'articles pour des publications et la tenue d'une campagne de marketing virale. D'autres suggestions exigent un financement, comme l'achat d'importantes listes d'envoi ou l'élaboration d'une liste de diffusion (Listserv).

Une pléiade de catalogues offrent des articles promotionnels traditionnels. La connaissance de votre principal groupe de clients, de vos objectifs et de votre budget vous aidera à déterminer la meilleure combinaison d'articles promotionnels à incorporer à votre campagne de commercialisation.⁽⁶⁾

[Plan de communications externe](#)

[Promotion en direct](#)

[Suggestions pour une commercialisation traditionnelle](#)

Plan de communications externe

- Indiquez qui vous voulez atteindre dans l'exécution de vos activités :
 - clients potentiels, dont certains n'ont pas accès à Internet;
 - représentants des médias, qui peuvent avoir une connaissance approfondie d'Internet;
 - public en général;
 - groupes d'utilisateurs d'Internet.

- Définissez vos objectifs.
- Convincez vos clients des avantages d'un site Web nouveau ou existant. Cette tâche exige différents types d'activités de communications promotionnelles.
- Décrivez la stratégie de communication que vous suivrez.
- Décrivez l'étendue de vos communications : seront-elles centrées sur le ministère ou ouvertes vers l'extérieur?
- Déterminez le budget nécessaire.
- Décrivez les activités de communication.
- Préparez des messages.
- Déterminez les médias et les groupes d'intérêts spéciaux qui s'intéressent à Internet.
- Planifiez une « évaluation de la commercialisation ».

Promotion en direct

L'utilisation d'Internet pour promouvoir un site Web exige une bonne connaissance des outils de commercialisation d'Internet. Lorsque le site Web est en mesure de diffuser de l'information, les

conseillers en communications doivent travailler en étroite collaboration avec le gestionnaire du site pour l'exécution des étapes suivantes :

- Enregistrez l'adresse URL du site Web dans les sites appropriés de méta-index.
- Envisagez l'inscription de votre site dans des moteurs de recherche non canadiens, y compris [Yahoo](http://www.yahoo.com) <<http://www.yahoo.com>>, [Lycos](http://www.lycos.ca) <<http://www.lycos.ca>>, [Webcrawler](http://www.webcrawler.com/info.wbcrawl/) <<http://www.webcrawler.com/info.wbcrawl/>>, [Alta Vista](http://www.altavista.com) <<http://www.altavista.com>>, [Berkeley](http://www.berkeley.com) <<http://www.berkeley.com>> et la bibliothèque virtuelle CERN, entre autres (les moteurs de recherche indexeront votre site dans les deux à trois semaines qui suivent).
- Assurez-vous que le [Site du Canada](http://www.canada.gc.ca) <http://www.canada.gc.ca> — point d'entrée principal à tous les sites Web du gouvernement du Canada — inclut un pointeur vers le site Web de votre organisation, et vice-versa.
- Déterminez les sites clients dont les responsables seraient disposés à créer des pointeurs vers votre site. La navigation sur Internet se fonde sur les mouvements entre des sites qui offrent de l'information de même nature.

Lorsque vous avez recours à Internet comme outil de promotion, tenez compte des suggestions suivantes :

1. Vous pouvez améliorer vos activités de commercialisation en vous assurant que les catégories et les en-têtes secondaires de votre menu principal (ou microcontenu) sont claires et concises, que votre conception est propre et facile à comprendre, et que votre contenu est précis, pertinent et mis à jour fréquemment.
2. Un groupe de discussion ou un essai virtuel, officiel ou non officiel, vous aidera à déterminer l'efficacité de votre présence Web et à déterminer les faiblesses qui pourraient nuire au rendement de vos activités de commercialisation. Vos clients ne doivent pas se sentir déçus lorsqu'ils quittent votre site.
3. Ajoutez des métatalises au menu principal et aux menus secondaires de vos pages Web pour aider les moteurs de recherche et les portails à trouver votre site pour les clients qui font des recherches en rapport avec le sujet de votre site.
4. Comme votre adresse Internet ou URL sera l'un des principaux éléments de votre campagne de commercialisation, essayez d'en trouver une qui est facile à retenir afin qu'elle puisse être communiquée par le bouche-à-oreille, dans des publications et dans d'autres produits de communications.
5. Les employés étant votre meilleur atout de commercialisation, demandez-leur de vous aider dans vos activités de commercialisation en les encourageant à :
 - publiciser les URL de commercialisation par le bouche-à-oreille auprès de leurs contacts et de leurs collègues;
 - ajouter les URL de commercialisation aux cartes professionnelles de leur personnel, en conformité avec la politique du PCIM;
 - inclure l'adresse électronique dans leur messagerie vocale personnelle ou dans celle de leur division, le cas échéant;
 - utiliser le message « Je suis présentement au téléphone » dans votre messagerie vocale pour promouvoir votre URL;
 - mettre l'URL du site dans le bloc signature de leur courriel;
 - mettre l'URL sur tous vos produits de communication.

Suggestions pour une commercialisation traditionnelle

La présente section vous fournit des suggestions pour une commercialisation traditionnelle, y compris des idées pour des activités de promotion sur imprimés et des activités de commercialisation institutionnelle. La liste n'est nullement exhaustive. Elle ne vise qu'à vous aider à lancer vos activités de commercialisation.

Voici quelques activités de commercialisation traditionnelles que vous pouvez mettre en oeuvre pour promouvoir votre site Web.

- Encouragez les clients à mettre votre site en signet.
- Recherchez des clients précis et correspondez avec eux par courriel pour les informer de votre ou vos initiatives Web. Servez-vous de la liste de diffusion de l'institution. S'il n'existe pas, demandez à quelqu'un d'en préparer une. Voici quelques sources potentielles d'adresses électroniques de clients : moteurs de recherche, portails, répertoires pertinents, autres ministères, organisations non gouvernementales, partenaires, groupes de nouvelles et bavardoirs pertinents, cybermagazines, babillards, universités, collègues et écoles secondaires, s'il y a lieu.
- Lancez une campagne de mercatique virale. Cette méthode exige l'élaboration d'initiatives Web ou de messages électroniques contenant des textes, des graphiques et des vidéoclips accrocheurs qui sont d'une telle pertinence pour les destinataires que ceux-ci les envoient d'emblée à leurs amis ou leurs collègues. ⁽⁶⁾
- Commencez à publier un bulletin électronique mensuel pour souligner les nouveautés sur votre site Web (comme des pages de nouveaux thèmes, ou des pages, des services ou des publications restructurés). Vous pouvez aussi annoncer le bulletin et fournir un service d'abonnement sur la page principale de votre site Web.
- Écrivez des articles et des annonces-amorces pour le cybermagazine de votre institution et les autres cybermagazines appropriés.
- Envoyez un message à tout le personnel pour l'informer de votre nouveau site ou de la nouvelle conception de votre site. Comme les employés reçoivent de nombreux courriels de diffusion, assurez-vous que votre titre est clair et court et que la première phrase de votre message répond aux cinq questions courantes : qui? quoi? où? quand? pourquoi?.
- Utilisez le réseau de télévision interne de votre institution, le cas échéant, pour transmettre les messages.
- Faites appel aux programmes de sensibilisation de votre institution pour promouvoir votre initiative Web (comme les services des conférenciers, le programme de relations avec les médias et le programme de recrutement).
- Demandez à vos bureaux régionaux, le cas échéant, de vous aider à promouvoir vos initiatives Web dans le cadre de leurs activités, de leurs contacts et de leurs publications. ⁽⁶⁾

Songez à inclure les étapes suivantes dans un programme d'information sur document papier

- Créez des brochures d'information, des bulletins, des périodiques et des reportages.
- Indiquez aux clients comment aller sur le site (donnez-leur, entre autres, votre adresse URL).
- Placez l'URL bien en vue sur vos pages Web.
- Décrivez le genre d'information et de services offerts sur le site.

- Décrivez les avantages de l'utilisation du site.
- Distribuez des bulletins aux journalistes de la presse écrite et électronique, et aux médias nationaux et internationaux. Organisez des interviews avec des journalistes intéressés.

Songez à exécuter les activités de commercialisation suivantes lorsque vous faites la promotion de votre site Web.

- Offrez des ateliers d'orientation et des séances d'information à l'intention des cadres intermédiaires et du personnel de toutes les directions de l'organisation. Ces événements devraient être conçus pour un groupe non technique et comprendre des démonstrations du site.
- Organisez des activités interactives, notamment des concours et des promotions en direct pour rendre ces activités intéressantes.
- Participez à des salons commerciaux et des conférences consacrés à Internet tels la Semaine de la technologie dans l'administration gouvernementale, le Salon canadien d'Internet et des salons internationaux.
- Faites la promotion du site au cours d'événements spéciaux; le site sert alors de tribune de communication principale et de moyen de diffusion de l'information.
- Incorporez le site Web dans toutes les stratégies de communications organisationnelles, y compris les relations avec les médias, la publicité, la promotion et les publications.⁽⁶⁾

Voir aussi [Ressources pour la commercialisation](#).

Sécurité et protection des renseignements personnels

La présente section fournit des directives sur les principes de la sécurité et de la protection des renseignements personnels qui peuvent toucher votre initiative Web, en mettant particulièrement l'accent sur les ressources technologiques.

Vous devriez considérer la [Politique sur la sécurité au gouvernement](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_12A/gsp-psg_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_12A/gsp-psg_f.asp> et la [Politique sur la protection des renseignements personnels](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_128/siglist_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_128/siglist_f.asp> et les documents connexes comme principales ressources lorsqu'il est question de la sécurité et de la protection des renseignements personnels de votre initiative Web. Ces politiques et ces documents observent les principes du Gouvernement en direct (GED) pour veiller à ce que les organismes gouvernementaux respectent et protègent les renseignements personnels des clients et qu'ils mettent en place des mesures de sécurité.

La présente section comprend deux parties :

[Sécurité](#)

Principes en matière de sécurité, évaluations des menaces et des risques, sécurité du matériel et des logiciels, et ressources en matière de sécurité.

[Protection des renseignements personnels](#)

Principes en matière de protection des renseignements personnels, collecte d'information sur l'utilisateur au moyen de témoins (cookies) et de fichiers de renseignements personnels, et ressources sur la protection des renseignements personnels.

Sécurité

La présente section décrit les principes de base de la sécurité en direct et des facteurs dont vous devrez sans doute tenir compte lors de la mise en oeuvre de votre initiative.

En tant que principe du GED, le gouvernement du Canada prend la sécurité en direct très au sérieux. [La politique du gouvernement sur la sécurité](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_12A/gsp-psg_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_12A/gsp-psg_f.asp> et les directives connexes vous aideront à fournir des services et de l'information en direct dans un environnement protégé. Vous devriez lire ces textes et la présente section, qui comprend cinq parties.

[Principes généraux en matière de sécurité](#)

Fournir à vos clients un environnement en direct protégé.

[Évaluation des menaces et des risques](#)

Procéder à une évaluation efficace de vos ressources techniques.

[Sécurité du matériel](#)

Assurer la sécurité des ressources en matériel utilisées pour votre initiative Web.

Sécurité des logiciels

Assurer la sécurité des ressources en logiciel utilisées pour votre initiative Web.

Ressources sur la sécurité

Trouver des autorités en matière de sécurité et des ressources en direct importantes, fiables et crédibles pour assurer la sécurité de votre initiative Web.

Principes généraux en matière de sécurité

Le gouvernement prend très au sérieux les préoccupations des Canadiens et Canadiennes au sujet de la protection des renseignements personnels et de la sécurité. Les systèmes de sécurité doivent garantir que l'information est protégée contre toute utilisation et divulgation non autorisées.

Les institutions devraient avoir des coordonnateurs de la sécurité des technologies de l'information pour assurer l'intégrité, la disponibilité et la confidentialité des ressources des systèmes (incluant le matériel, les logiciels, les micrologiciels, l'information et les télécommunications). La GRC et Centre de la sécurité des télécommunications apportent une aide aux ministères pour ce qui est des technologies de l'information et de la sécurité physique.

L'architecture de sécurité du gouvernement comporte une approche équilibrée et multidimensionnelle. On y trouve un éventail de solutions en matière de sécurité, notamment des coupe-feu, des logiciels de détection des virus, le chiffrement et les signatures numériques utilisant une [Infrastructure à clé publique](http://www.cio-dpi.gc.ca/pki-icp/index_f.asp) < http://www.cio-dpi.gc.ca/pki-icp/index_f.asp >, et des contrôles d'accès rigoureux.

Lorsque vous mettez en oeuvre la sécurité dans Internet, ayez les principes suivants à l'esprit :

- confidentialité;
- authenticité;
- non-répudiation;
- intégrité;
- contrôle d'accès;
- disponibilité.

Le site [Strategis](http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00216f.html) d'Industrie Canada < <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00216f.html> > explique ces principes plus en détail.

Évaluation des menaces et des risques (EMR)

La présente section fournit des directives sur l'évaluation des menaces et des risques (EMR) auxquels sont exposées vos ressources techniques.

Vous devez vous assurer que les renseignements traités, stockés ou transmis par voie électronique sont protégés contre la perte et la destruction et contre leur modification ou leur visionnement non autorisé. Le degré de protection des renseignements devrait être proportionné à la sensibilité des renseignements et aux besoins des clients. Le manque de mesures de protection appropriées pourrait compromettre la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des renseignements, des systèmes et des services.

Les EMR permettent de déterminer la nature et le niveau des mesures que vous devriez mettre en place en fonction des exigences en matière de confidentialité, d'intégrité et de disponibilité du

système de TI, tels qu'elles sont définies dans un énoncé de la sensibilité. Lorsque vous préparez l'énoncé de la sensibilité, tenez compte du personnel nécessaire pour gérer et exploiter les systèmes et les installations de TI.

Procédez à des EMR lors de la planification ou de la modification des réseaux informatiques, et revoyez-les régulièrement. Vous devriez effectuer des EMR pour des installations informatiques précises afin de choisir et de mettre en oeuvre un mode d'exploitation particulier.

Énoncés de sensibilité

Les énoncés de sensibilité devraient vous aider à élaborer des cadres d'exploitation, à mettre en oeuvre des mesures spécifiques, à établir des priorités et à déterminer les exigences minimales pour les plans d'urgence.

Les énoncés de sensibilité devraient couvrir les facettes suivantes de la confidentialité, de la disponibilité et de l'intégrité :

- Sensibilité de l'information;
- Importance du service;
- Préoccupations quant à l'intégrité;
- Exigences quant aux copies de sauvegarde;
- Restrictions de l'accès basées sur le « besoin de savoir ».

La confidentialité exige que l'accès à l'information soit limité au personnel autorisé ayant des exigences communes quant au besoin de connaître. Cette autorisation peut être limitée dans le temps.

La disponibilité fait référence à l'importance du programme ou du service pour les opérations. Elle devient une préoccupation lorsqu'un élément—comme un ordinateur ou un élément d'information—est essentiel aux fonctions de l'institution. Vous devez prendre des mesures de protection pour garantir qu'aucun service essentiel ne soit éliminé accidentellement ou délibérément. ⁽⁸⁾

L'intégrité correspond aux exigences qu'ont les utilisateurs d'une information précise, complète et fiable. Il est parfois difficile de déterminer si des données ou des programmes ont été altérés.

Modes d'exploitation

Plus les fonctions de sécurité de l'ordinateur sont puissantes, plus grande est la latitude quant aux procédures d'exploitation, ce qui garantit l'efficacité des mesures de sécurité.

Configuration du système

Vous devez déterminer le nombre d'utilisateurs, leurs niveaux d'habilitation et les exigences en matière d'accès sélectif à l'information. Vous devez aussi décider s'il est acceptable qu'un utilisateur ait accès à l'information sous le contrôle d'une autre personne.

Les exigences en matière de communications définissent comment et avec qui l'équipement communique. Le degré de contrôle sur les dispositifs d'entrée/de sortie rattachés au système permet de déterminer la vulnérabilité du système face à des menaces de l'extérieur. Sans contrôle adéquat, la confidentialité et l'intégrité de l'information et la disponibilité des données et des services ne peuvent être assurées.

Configuration de la sécurité

Les fonctions de sécurité technique sont basées sur les caractéristiques de la communauté des utilisateurs, les exigences en matière de communications, l'EMR et l'énoncé de sensibilité.

Il y a trois catégories de modes d'exploitation :

- exploitation spécialisée (tous les utilisateurs sont habilités pour l'accès et le besoin de connaître toute l'information dans le système);
- exploitation à sécurité élevée (tous les utilisateurs sont habilités pour l'accès à l'information, mais ils n'ont pas tous besoin de connaître toute l'information dans le système);
- exploitation multiniveau (les utilisateurs ne sont pas tous habilités pour l'accès à l'information, et ils n'ont pas tous besoin de connaître toute l'information sur le système).

Application

Des niveaux de sensibilité élevés exigent le contrôle rigoureux de l'accès pour limiter les capacités des utilisateurs. De nombreux systèmes utilisent des procédures de contrôle de l'accès pour authentifier les utilisateurs et vérifier l'accès des utilisateurs. Les mécanismes de contrôle de l'accès peuvent varier des logiciels et du matériel aux procédures administratives ou d'exploitation.⁽⁸⁾

Sécurité du matériel

La présente section traite de la sécurité du matériel, conçue pour assurer l'intégrité et la disponibilité du matériel physique de traitement et de télécommunications. Les caractéristiques architecturales du matériel peuvent favoriser une telle sécurité, tout comme peuvent le faire les procédures de contrôle et de soutien qui maintiennent ces caractéristiques.

La sécurité du matériel comprend aussi les aspects confidentialité, intégrité et disponibilité des contrôles de sécurité. Certains contrôles intégrés au matériel informatique permettent de s'assurer que :

- les renseignements ne sont pas accidentellement perdus ou modifiés lorsqu'ils sont stockés dans des dispositifs matériels ou déplacés d'un dispositif à l'autre;
- les dispositifs sont situés aux endroits appropriés;
- le réseau peut identifier les dispositifs;
- le matériel est protégé des conditions extrêmes.

Les institutions devraient :

- conserver un tableau à jour de la configuration du matériel existant;
- autoriser, documenter et contrôler toutes les modifications au matériel existant.⁽⁸⁾

Sécurité des logiciels

Les logiciels peuvent aussi exécuter de nombreuses fonctions de protection. Le contrôle de l'accès, le retour à l'exploitation normale et les fonctions d'identification de l'utilisateur devraient être incorporées aux logiciels.

Les institutions devraient mettre en oeuvre les procédures de sécurité logicielle suivantes :

- conserver un inventaire à jour de leurs logiciels et de leurs données;
- autoriser et contrôler l'utilisation des logiciels spéciaux privilégiés et puissants;
- établir et contrôler la maintenance des bibliothèques de programmes et de données;
- élaborer, documenter et mettre en oeuvre des procédures d'information sur les problèmes;
- élaborer, documenter et mettre en oeuvre des procédures pour le contrôle des modifications;
- élaborer et documenter un programme de remplacement du matériel;
- s'assurer que des essais d'assurance de la qualité sont en place;
- prendre des mesures pour que les fonctions et les programmes soient séparés;
- s'assurer que les contrôles de l'accès sont en place;
- vérifier les atteintes à la sécurité;
- stocker des copies du logiciel et de l'information électronique à l'extérieur, au besoin.⁽⁸⁾

Protection des renseignements personnels

La présente section traite des différents aspects de la protection des renseignements personnels liés à votre site Web.

La protection des renseignements personnels est un principe du GED, car elle encourage les clients à faire confiance aux institutions du gouvernement. La [Politique sur la protection des](#)

[renseignements personnels <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_128/siglist_f.asp>](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_128/siglist_f.asp) et la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* [<http://www.privcom.gc.ca/legislation/02_06_01_f.asp>](http://www.privcom.gc.ca/legislation/02_06_01_f.asp) et les directives connexes vous aideront à fournir des services et de l'information tout en protégeant et respectant les renseignements personnels de vos clients.

La présente section comprend quatre parties :

[Principes généraux sur la protection des renseignements personnels](#)

Principes sur la protection des renseignements personnels pour favoriser une plus grande confiance entre vous et vos clients.

[Avis importants sur la protection des renseignements personnels](#)

Normalisation des sites Internet du Conseil du Trésor.

[Collecte des renseignements](#)

Comment recueillir des renseignements sur les clients au moyen de témoins et de fichiers de renseignements personnels.

[Ressources sur la protection des renseignements personnels](#)

Comment travailler avec les autorités en matière de sécurité et comment trouver des ressources en direct importantes, fiables et crédibles pour assurer la protection des renseignements personnels de vos clients.

Principes généraux sur la protection des renseignements personnels

Lorsque vous mettez en application la protection des renseignements personnels sur Internet, ayez les principes suivants à l'esprit :

- responsabilité;
- définition des objectifs;
- consentement;
- limitation de la collecte;
- limitation de l'utilisation, de la divulgation et de la conservation;
- exactitude;
- mesures de sécurité;
- ouverture;
- accès aux renseignements personnels;
- possibilité de porter plainte contre le non-respect des principes.

Les principes régissant la protection des renseignements personnels sont décrits en détail dans les [Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique](http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01185f.html) [<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01185f.html>](http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01185f.html).

Avis importants sur la protection des renseignements personnels

La Normalisation des sites Internet du Conseil du Trésor contient deux exemples de normes importantes liées à la protection des renseignements personnels, ainsi que des meilleures pratiques et des exemples d'avis traitant de la protection des renseignements personnels.

Une déclaration de confidentialité assure les clients que les renseignements que le gouvernement acquiert automatiquement lorsqu'un client visite n'importe quel site du gouvernement du Canada ne seront utilisés qu'aux fins expresses de la maintenance et de la sécurité du site Web. La norme 5.3 de la Normalisation des sites Internet fournit plus d'information sur les déclaration de confidentialité. Consulter <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/5/5ex2_f.asp> pour obtenir des exemples de déclarations de confidentialité

Lorsqu'on offre à des clients qui se rendent sur les sites Web du gouvernement du Canada la possibilité de fournir volontairement des renseignements personnels, une déclaration de confidentialité doit les informer des conditions en vertu desquelles leurs renseignements personnels seront protégés. La norme 5.4 de la Normalisation des sites Internet fournit plus d'information sur les déclarations de confidentialité . Consulter <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/5/5ex1_f.asp> pour obtenir des exemples de déclarations de confidentialité

Collecte des renseignements

Comme le GED adopte une approche axée sur les clients, la protection des renseignements fournis par les utilisateurs devient une façon importante de favoriser la confiance entre les institutions et leurs clients.

[Orientation générale](#)

[Témoins](#)

[Fichiers de renseignements personnels](#)

Orientation générale

Pour obtenir de l'information générale sur la collecte de renseignements personnels, consultez le [Manuel du Conseil du Trésor – Protection des renseignements personnels](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/tbm_128/chap2_2_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/tbm_128/chap2_2_f.asp>. Il vous aidera à déterminer quels renseignements recueillir, quand et comment les recueillir, et comment traiter les questions de sécurité. Il vous fournit aussi des directives sur d'autres sujets.

Témoins

« Un témoin est un petit fichier texte placé dans l'ordinateur d'un visiteur par un site Web dans le but de mémoriser de l'information. » - Lignes directrices concernant les témoins

Pour des renseignements sur les témoins, incluant la définition des témoins, des exemples de situations où l'on utilise des témoins, des préoccupations en matière de protection de la vie privée, les témoins volatils et témoins persistants et la perception du public ainsi que les lignes directrices sur l'utilisation des témoins, veuillez consulter les lignes directrices concernant les témoins au http://www.cio-dpi.gc.ca/pgol-pged/cookies-temoins/cookies-temoinstb_f.asp.

Les lignes directrices ont été conçues comme complément au cadre législatif et politique actuel fondé sur la [Loi sur la protection des renseignements personnels](#) et les [Normes relatives à l'Uniformité de la présentation et de l'exploitation pour Internet](#), qui donnent un aperçu de l'obligation d'inclure dans les sites Web du gouvernement du Canada des Avis de confidentialité, y compris un énoncé obligatoire concernant les témoins.

Fichiers de renseignements personnels

Les fichiers de renseignements personnels résument le genre de renseignements sur les personnes que conservent les institutions fédérales. La *Loi sur la protection des renseignements personnels* exige que les fichiers de renseignements personnels contiennent tous les renseignements personnels recueillis et qu'ils soient organisés de façon à pouvoir être retrouvés par

- le nom d'une personne;
- un numéro identificateur;
- un symbole général;
- un symbole quelconque propre à cette personne.

Les fichiers de renseignements personnels doivent aussi regrouper les renseignements personnels qui ont été utilisés, sont utilisés ou peuvent être utilisés à des fins administratives.

Mise en oeuvre d'un fichier de renseignements personnels

Pour mettre en oeuvre un fichier de renseignements personnels, vous devez remplir le formulaire Enregistrement d'un fichier de renseignements personnels et l'envoyer au Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada. Vous pouvez trouver ce formulaire à http://infosource.gc.ca/Info_4/atip/PIB-Frms_f.html >.

Gestion de l'information

La présente section fournit une orientation générale sur la gestion de l'information (GI) dans le cadre de votre initiative Web.

[Orientation générale](#)

Définition de la GI et examen des principales composantes du cycle de vie de l'information.

[Considérations principales](#)

Examen de la gestion de l'information pour l'information en direct.

[Métadonnées](#)

Mise en oeuvre des métadonnées pour votre information en direct.

[Ressources pour la gestion de l'information](#)

Sources fiables pour en apprendre davantage sur les questions liées à la mise en oeuvre de la GI.

Orientation générale

En conformité avec l'initiative Gouvernement en direct, vous devez suivre des lignes directrices de base sur la GI lors de la création, de la saisie, de l'organisation, de l'affichage, de la mise à jour, de l'archivage et de l'élimination de votre information en direct.

Lorsque vous planifiez une initiative Web, vous devriez décrire comment vous prendrez en compte les exigences quant à la GI et la façon dont vous aborderez les éléments de la GI qui ont trait à l'initiative. En plus de la législation et des politiques applicables à la GI, vous devriez tenir compte des questions suivantes :

- gouvernance et responsabilisation à l'appui de la GI;
- intégrité de l'information, soit : actualité, intégralité, exactitude, uniformité, fiabilité, pertinence et convivialité de l'information;
- outils et processus nécessaires pour gérer le cycle de vie de l'information, y compris ceux liés à sa saisie, sa réception, son stockage, son organisation, son partage, sa récupération, sa réutilisation, sa protection, sa conservation et son élimination;
- pratiques courantes en matière d'information et protocoles utilisateurs courants qui encouragent l'accès à l'information et aux services en direct du gouvernement;
- possibilités d'approches et d'applications horizontales.

Cycle de vie de l'information

La section suivante fournit des directives sur la gestion des principales composantes du cycle de vie de l'information, notamment la planification de votre site Web et la création, l'organisation, l'utilisation, la sauvegarde, la conservation et l'élimination de l'information

Planification de votre site

Lorsque vous planifiez votre site, vous devriez procéder aux étapes suivantes :

- Mettre en application les politiques, les normes, les pratiques et les lignes directrices de l'institution pour la gestion de l'information de votre site Web.
- Définir clairement les rôles, les responsabilités et la reddition de comptes pour la gestion de toutes les initiatives Web ministérielles et pour la gestion de toute l'information accessible sur ces sites.⁽⁶⁾
- Évaluer automatiquement le niveau potentiel d'exposition au risque que pose chaque site Web et documenter clairement le niveau de tenue de dossiers et de gestion des publications nécessaire pour atténuer les risques.
- Inclure les exigences en matière de GI dans la planification de chaque initiative Web.
- Planifier des cycles d'examen et de maintenance ainsi que des processus de mise à jour, dès le début de votre initiative Web.

Création d'information

En conformité avec les exigences de la *Loi sur la Bibliothèque nationale*, vous devriez identifier toutes les publications gouvernementales affichées sur le site Web de votre institution afin qu'elles soient déposées auprès de la Bibliothèque nationale.

En vertu de la Politique sur les communications du gouvernement, vous devez demander à la Bibliothèque nationale du Canada d'assigner à vos documents un numéro international normalisé du livre (ISBN) ou un numéro international normalisé des publications en série (ISSN). Ces numéros uniques fournissent à chaque ouvrage son « identité » propre, unique et reconnue à l'échelle internationale et peuvent être utilisés pour faire la distinction entre des révisions et des copies de la même source d'information. Pour plus amples renseignements, voir <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/ISBN/services-f.html>.

Le catalogage avant publication (CIP) permet de cataloguer les livres avant leur publication et d'assurer une diffusion rapide des données catalographiques aux libraires et aux bibliothèques. Il existe aussi des données catalographiques pour les publications sur Internet. La Bibliothèque nationale du Canada coordonne le programme canadien de catalogage avant publication. Pour plus amples renseignements, voir <http://www.nlc-bnc.ca/6/15/index-f.html>.

Tous les dossiers affichés sur le site Web d'une institution—y compris les dossiers audiovisuels et photographiques—sont assujettis aux exigences de la *Loi sur les Archives nationales*. Vous devez donc les gérer conformément aux lignes directrices sur la conservation et aux autorisations sur l'élimination approuvées émises par les Archives nationales du Canada.

Description et organisation de l'information

Vous devriez organiser l'information sur Internet avec l'objectif, à long terme, d'assurer l'accessibilité, la fiabilité, la visibilité et l'interopérabilité (au sein des institutions, des programmes et des services gouvernementaux) du contenu et de l'information du gouvernement.

Vous pouvez utiliser des métadonnées, qui sont des données structurées au sujet des données, pour identifier, décrire et repérer des ressources électroniques en réseau, et pour aider les clients à

les trouver et les récupérer à l'aide de moteurs de recherche. Il existe plusieurs normes régissant les métadonnées et plusieurs types de métadonnées. Le gouvernement du Canada a choisi le Dublin Core comme norme de métadonnées pour l'information sur Internet. Conformément à la Norme 6.3 de la Normalisation des sites Internet, tout site Web du gouvernement fédéral doit comprendre les cinq éléments de données obligatoires que l'on trouve à <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-03_f.asp>. ⁽⁶⁾

Il n'est pas obligatoire que toutes les pages ou tous les documents publiés sur Internet soient catalogués. Le Secrétariat du Conseil du Trésor envisage la possibilité d'adopter le modèle australien pour déterminer quelles ressources requièrent des métadonnées. Selon ce modèle, les types de pages ou de documents suivants devraient être catalogués :

- Les pages d'accueil (le principal point d'entrée à votre institution ou aux unités d'activités distinctes que le public pourrait percevoir comme autonomes);
- Les sujets ou les services en forte demande par vos clients (vous pouvez déterminer la demande à partir des statistiques d'utilisation, mais cette catégorie peut aussi inclure des ressources spécialisées qui pourraient intéresser le public);
- L'information dont vos clients ont besoin pour comprendre leurs droits à une aide gouvernementale ou leurs obligations;
- Les pages qui fournissent un véritable service en direct au public (comme les formulaires de paiement et les formulaires de demande);
- Les pages dont votre institution a besoin pour faire face à une obligation communautaire, juridique ou en matière de services;
- Les points d'entrée à des services et des index en direct particuliers (par exemple, un point d'entrée à une base de données juridique);
- Les publications officielles importantes (comme les rapports annuels, les plans ministériels stratégiques, et les documents sur les politiques publiques et sur la reddition de comptes au public);
- Les communiqués de presse;
- Les points d'entrée, les index et les menus pour une gamme de sujets, de programmes et de politiques étroitement liés;
- L'information sur les pouvoirs des organismes affectant le public, et sur les manuels et autres documents utilisés pour prendre des décisions touchant le public;
- De l'information descriptive importante et de l'information sur le marketing importante sur les organismes et leurs services, activités et collections.

Pour plus amples renseignements sur les métadonnées, y compris des suggestions pour la préparation et la collecte de métadonnées, voir [Métadonnées](#).

Le Programme des services de dépôt de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada a préparé le Thésaurus des sujets de base du gouvernement du Canada pour aider les institutions fédérales à mettre en application les normes fédérales pour les index idéologiques normalisés. Pour de plus amples renseignements, voir <<http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Thesaurus/index-f.html>>.

Utilisation de l'information

Les institutions du gouvernement fédéral sont invitées à participer à l'élaboration et au partage de normes et de meilleures pratiques pour la création de répertoires de gestion de l'information et des connaissances, ainsi que de processus pour le téléchargement, l'extraction des ressources ou l'accès à des ressources d'information.

Le droit d'auteur, le droit légal de reproduire et de vendre une oeuvre, est essentiellement la propriété d'une oeuvre. Le droit d'auteur sur des œuvres préparées ou publiées par l'entremise, sous la direction ou la surveillance d'un ministère du gouvernement du Canada, appartient au gouvernement fédéral. Pour plus amples renseignements, voir <http://publications.pwgsc.gc.ca/copyright/crownis-f.html>.⁽⁶⁾

En vertu de la loi canadienne régissant le droit d'auteur, les « créateurs » et les « auteurs » d'œuvres bénéficient du droit unique et exclusif de reproduire, d'exécuter et de publier leurs œuvres. Des documents textuels, des photographies, des logiciels, des documents audiovisuels, de la musique, des graphiques, des nouvelles, des histoires, des jeux et même des articles de groupes de discussion, ainsi que le courrier électronique constituent des « œuvres ». De nombreux renseignements disponibles sur Internet sont donc protégés par le droit d'auteur. Pour plus amples renseignements, voir <http://publications.pwgsc.gc.ca/copyright/Internet-f.html>.

Conservation de l'information

Votre plan d'action pour la conservation de l'information sur Internet et de l'information électronique devrait comprendre des plans pour conserver son origine, son authenticité, sa fonctionnalité, son contexte, son archivage, sa présentation et son contenu.

Élimination de l'information

Vous devriez définir des critères et un processus pour l'élimination des ressources d'information par leur destruction ou leur transfert aux Archives nationales du Canada ou à la Bibliothèque nationale du Canada.⁽⁶⁾

Considérations principales

La présente section analyse les considérations importantes relatives à la gestion de l'information sur votre site Web. Elle comprend huit parties :

[Vue du domaine d'information](#)

[Gestion du cycle de vie de l'information](#)

[Répertoire de renseignements](#)

[Interface-utilisateur](#)

[Interface des enregistrements électroniques](#)

[Interface de la gestion des documents](#)

[Répertoire des connaissances](#)

[Possibilités horizontales](#)

Vue du domaine d'information

Aborde le contexte de la gestion de l'information (GI).

- Y a-t-il un diagramme de flux des données (DFD) de haut niveau ou un équivalent représentant le flux de l'information et les magasins de données?
- Avez-vous identifié les propriétaires, les utilisateurs et les gardiens de l'information?
- Quelle information vos clients attendront-ils ou voudront-ils de ce service?
- Quels renseignements vos clients devront-ils fournir pour obtenir l'information ou les services qu'ils désirent?
- Quel système d'information sera requis pour fournir l'information ou les services que les clients désirent?
- Avez-vous clairement établi le déroulement du travail du service? Comment les exigences quant à la GI pour le déroulement du travail actuel (si un service existe) diffèrent-elles de celles du déroulement du travail proposé?
- Le DFD ou son équivalent répond-il aux exigences en matière d'information associées au déroulement du processus?
- Quelles catégories d'information (non structurée, hors format, référence) ce projet utilisera-t-il?
- S'il y a lieu, comment ce projet exploratoire est-il lié aux groupements identifiés dans le programme général du GED?

Gestion du cycle de vie de l'information

Description des moyens auxquels vous aurez recours pour assurer une GI de qualité.

Création

- Comment le projet assurera-t-il l'actualité, l'intégralité, l'exactitude, l'uniformité, la fiabilité, la pertinence et la convivialité de l'information;
- Comment éviterez-vous d'entrer de nouveau de l'information qui existe déjà au sein ou à l'extérieur de votre institution?

Organisation et utilisation

- Comment le projet garantira-t-il l'intégrité de l'information? Par exemple, avez-vous prévu des dispositions pour un accès contrôlé et vérifiable, et des mesures pour empêcher la perte, par inadvertance, ou la destruction non autorisée de l'information?
- Avec quel niveau d'efficacité les utilisateurs à l'intérieur et à l'extérieur de votre institution—compte tenu des contraintes juridiques et de celles de la politique—seront-ils capables de réutiliser l'information? Par exemple, pourront-ils le faire sans la transcrire ou la transformer?
- Quelles normes utiliserez-vous pour le formatage d'éléments de données communs, comme les numéros de téléphone et les dates? Quelles sources utiliserez-vous pour les tableaux de données standards, comme le code et le nom des provinces?
- Ce projet aidera-t-il votre institution à répondre aux exigences de la *Loi sur l'accès à l'information*?
- Quelles normes et protocoles de transmission ce projet utilisera-t-il pour l'échange d'ensembles de données communes avec d'autres institutions?

Archivage

- Avez-vous déterminé quelle information doit être conservée? Les calendriers de

conservation et d'élimination sont-ils conformes à la *Loi sur les Archives nationales du Canada* et la *Loi sur la Bibliothèque nationale* ?

- Quels processus et normes le projet utilisera-t-il pour assurer l'authenticité et l'accessibilité de l'information au fil du temps?
- L'information détenue sera-t-elle détruite, ou une partie sera-t-elle transférée aux Archives nationales du Canada ou à la Bibliothèque nationale du Canada?⁽⁶⁾
- Parmi l'information qui doit être conservée, y en a-t-il qui est considérée comme essentielle? Cette information sera-t-elle traitée conformément à la *Loi sur la protection civile*?

Répertoire de renseignements

Préparer un catalogue qui décrit les renseignements détenus.

- Les renseignements seront-ils identifiés et enregistrés dans un catalogue que les clients pourront facilement obtenir, comprendre et utiliser?
- Y aura-t-il une liste organisée (dictionnaire de données) des éléments de données structurés qui se rapportent à l'application?

Interface-utilisateur

Préciser les principales considérations relatives à la conception de l'interface-utilisateur et les facteurs de réussite.

- Comment l'information sera-t-elle organisée pour répondre aux besoins des clients? Comment sera-t-elle regroupée—par sujet, événements du cycle de vie, secteur géographique, occupation, industrie ou produit, par exemple? Les utilisateurs pourront-ils effectuer une recherche par mots clés?
- Quels facteurs et paramètres utiliserez-vous pendant l'étape pilote pour mesurer la réussite de l'interface Web? Avez-vous établi des valeurs cibles?

Interface des enregistrements électroniques

Déterminer la production d'enregistrements électroniques comme preuve de transactions en direct.

- Les enregistrements électroniques seront-ils produits comme preuve de transactions électroniques individuelles avec les entreprises et les citoyens?
- Comment allez-vous stocker ces enregistrements électroniques pour vous assurer qu'ils sont dignes de foi et qu'ils conservent leur admissibilité juridique et leur force probante?
- Quelles normes de métadonnées utiliserez-vous pour rendre ces enregistrements électroniques le plus largement et le plus facilement accessibles possible?

Interface de la gestion des documents

Proposer des normes et des outils pour la gestion des documents.

- Votre projet utilisera-t-il des normes communes pour le traitement de texte, les outils de productivité et le courriel?
- Avez-vous proposé un système pour la gestion des documents? A-t-il été mis à l'essai au sein du gouvernement? Ce système permet-il de gérer les images et les documents?

Répertoire des connaissances

Proposer la création et la tenue à jour d'un répertoire des connaissances.

- Le projet est-il propice à la création et l'alimentation d'un répertoire de connaissances? Comment informerez-vous les utilisateurs de ce répertoire? Comment les aiderez-vous à trouver facilement l'information pertinente? Comment le répertoire sera-t-il géré?

Possibilités horizontales

Décrire les secteurs où l'utilisation d'approches de GI communes pourrait être avantageuse.

- Sera-t-il possible de créer des applications horizontales pouvant être utilisées par d'autres institutions ou ordres de gouvernement? Par exemple, d'autres institutions peuvent-elles utiliser votre approche pour gérer les accords financiers, fournir des services d'annuaire ou permettre aux utilisateurs de faire des demandes de prêts ou de subventions?
- Ce projet peut-il fournir un modèle commun (comme des pratiques exemplaires) pour des projets semblables dans d'autres institutions?
- Avez-vous remarqué des secteurs où des conseils du Secrétariat du Conseil du Trésor sont nécessaires, par exemple les lignes directrices, les normes et les principes horizontaux?⁽⁹⁾

Métadonnées

La présente section définit la nature des métadonnées et explique comment créer des métadonnées pour l'information en direct.

[Orientation générale](#)

Définition des métadonnées et de leur importance

[Préparation de métabalisés](#)

Écriture de métabalisés

[Norme sur les métadonnées \(Dublin Core\)](#)

Conformité à la Normalisation des sites Internet (NSI) du Conseil du Trésor

[Formulaire pour les métadonnées](#)

Création d'un formulaire contenant les métabalisés obligatoires pour les fournisseurs de contenu

Orientation générale

Les métadonnées sont de l'information au sujet d'information. Les métadonnées identifient et organisent l'information en direct, rendent la recherche et la navigation plus précises, vous aident à gérer le cycle de vie de l'information, favorisent l'interopérabilité et le partage des ressources d'information, et peuvent vous procurer des résultats de recherche uniformes et prévisibles.

Les métadonnées aident les moteurs de recherche—et, par conséquent, vos clients—à trouver votre document, à déterminer sa priorité dans les résultats d'une recherche, à le décrire clairement et à faciliter l'accès à l'information vitale qui le concerne.

En utilisant les bons outils, vos clients peuvent préciser leurs recherches à partir des zones des métadonnées, y compris le nom de l'auteur, le titre de la ressource ou les mots clés. Les métadonnées peuvent surtout faciliter la production d'une liste de résultats de recherche plus courte, plus facile à gérer et plus précise, comparativement à la liste obtenue par une recherche plein texte.

Préparation des métabalisés

Les métabalisés sont des renseignements sur votre document qui sont cachés et intégrés dans le codage de source de la page. On y retrouve les mots clés utilisés pour décrire votre document, une phrase descriptive, le nom de l'auteur, la date d'affichage, la date à laquelle le document devrait être mis à jour et d'autres renseignements pertinents.

La métabalise des *mots clés* fournit des mots clés que les moteurs de recherche peuvent associer à votre page. La tendance actuelle veut que lorsqu'il est question de métabalisés de mots clés, le minimalisme soit la règle d'or. Si vous surchargez votre métabalise avec un grand nombre de mots clés, vous réduirez son impact sur vos classements. Dressez la liste de tous les mots clés que vos principaux clients pourraient utiliser pour faire des recherches sur votre page Web. Utilisez ensuite seulement cinq à sept des mots clés les plus pertinents sur chaque page, et utilisez des mots clés différents pour décrire le contenu des différentes pages Web.⁽⁶⁾

La métabalise est une phrase qui décrit votre page et qui compte habituellement 25 mots au maximum. Elle apparaît sur l'écran de l'utilisateur comme résultat d'une recherche dans certains moteurs de recherche. S'il n'y a pas de métabalise de *description*, le moteur de recherche peut utiliser les 25, 50 ou 100 premiers mots apparaissant sur votre page Web pour décrire votre site.

(C'est une raison de plus pour choisir minutieusement les grands titres de vos pages Web.) Dans la métabalise de *description*, utilisez le plus de mots clés possible, mais assurez-vous que la phrase est cohérente. Vous pourriez écrire une métabalise de *description* pour chaque groupe de mots clés utilisé pour décrire vos pages Web les plus importantes.

Demandez à votre concepteur d'ajouter les descriptions et les mots clés aux pages Web pertinentes. Tous les six mois, ou lorsque vous ajoutez du nouveau matériel à vos pages Web, revoyez votre description et vos mots clés pour voir s'ils sont toujours pertinents. Dans la négative, remplacez-les.

Pour visualiser les métabalises dans Netscape et Explorer, cliquez sur Affichage sur le menu supérieur de la page (à côté de Fichier et Édition) et cliquez sur Page Source (Source dans Explorer). Défilez vers le bas, dans les lignes de codage, et cherchez le mot « META » pour voir la description et les mots clés.

Norme sur les métadonnées (Dublin Core)

Conformément aux exigences de la [Norme 6.3 de la Normalisation des sites Internet](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-03_f.asp) <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-03_f.asp>, toutes les pages Web du gouvernement du Canada doivent contenir des métadonnées pour faciliter l'extraction de l'information et l'accès aux clients. Les métadonnées font partie du codage. Les clients ne les voient pas, mais les moteurs de recherche les utilisent. Voici les métadonnées qu'il faut utiliser dans le codage :

```
<HEAD>
<TITLE> ?? </TITLE>
<META NAME="Title" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Author" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Originator" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Description" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Keywords" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Controlled_Subject_Terms" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Language_of_Resource" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Date_Created" CONTENT=" ?? ">
<META NAME="Date_Modified" CONTENT=" ?? ">
</HEAD>
```

Pour des définitions des balises et du balisage HTML, voir
<http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-03_f.asp>.

Meilleures pratiques

Demeurez en contact avec le spécialiste de la GI de votre institution qui gère l'information sur Internet et avec le ou la libraire du ministère ou un employé du bureau de gestion des dossiers. Tous les fournisseurs de contenu peuvent utiliser le [formulaire](#) suivant pour remplir les balises des métadonnées obligatoires.⁽⁶⁾

Formulaire pour les métadonnées

Voici un exemple de formulaire que vous pouvez donner à tous les fournisseurs de contenu.

Pour afficher une nouvelle page sur Internet, le ou la webmestre a besoin des renseignements suivants :

Titre du document

En anglais : _____

En français : _____

Auteur

En anglais : _____

En français : _____

Expéditeur

En anglais : _____

En français : _____

Date de création

En anglais : _____

En français : _____

Date de révision

En anglais : _____

En français : _____

Date de modification

En anglais : _____

En français : _____

Description de la page (25 mots au maximum)

En anglais : _____

En français : _____

Mots clés (8 au maximum)

En anglais : _____

En français : _____

Index idéologique normalisé (vous pourriez consulter le Thésaurus des sujets de base du gouvernement du Canada, à <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Thesaurus/index-f.html>)

En anglais : _____

En français : _____

Veuillez aussi proposer **la section du site** à laquelle votre page devrait être ajoutée :

Le **texte du lien** devrait-il être le même que le **titre** ? Oui ou non

Dans la négative, que devrait-il être?

En anglais : _____

En français : _____⁽⁶⁾

La **description du lien** devrait-elle être la même que la **description de la page**? Oui ou non

Dans la négative, que devrait-elle être?

En anglais : _____

En français : _____

Visitez le site du Canada pour obtenir un générateur de métabalises

<http://198.103.99.147/publications/metagen_f.html>. ⁽⁶⁾

Lois, politiques et normes

La présente section énumère les lois, les politiques et les normes que vous devez mettre en application lorsque vous fournissez de l'information et des services en direct. Chaque lien donne la loi, la politique et les normes, ainsi que des directives détaillées sur leur mise en application.

[Loi sur l'accès à l'information](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubpol_f.html) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubpol_f.html>

Accès à l'information de toutes les institutions du gouvernement.

[Loi sur la protection des renseignements personnels](http://www.privcom.gc.ca/legislation/02_06_01_f.asp)

<http://www.privcom.gc.ca/legislation/02_06_01_f.asp>

Établissement de la protection des renseignements personnels en direct et d'une politique sur la collecte de renseignements personnels.

[Politique sur la sécurité](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_12A/gsp-psg_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_12A/gsp-psg_f.asp>

Analyse des normes sur la sécurité du personnel, la sécurité matérielle, la sécurité des technologies de l'information, l'ICP et ainsi de suite.

[Loi sur les langues officielles](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/hrpubs/OffLang/siglist_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/hrpubs/OffLang/siglist_f.asp>

Prestation de toute l'information en direct dans les deux langues officielles.

[Utilisation des réseaux électroniques](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/ciopubs/tb_cp/uen_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/ciopubs/tb_cp/uen_f.asp>

Analyse de l'utilisation acceptable des réseaux électroniques.

[Politique sur les communications du gouvernement](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/sipubs/comm/comm_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/sipubs/comm/comm_f.asp>

Traite des consultations, des ententes de collaboration, du droit d'auteur, de l'intégrité de l'information, des relations avec les médias et ainsi de suite.

[Programme de coordination de l'image de marque](http://www.tbs-sct.gc.ca/fip-pcim/index_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/fip-pcim/index_f.asp>.

Ses sites Web abordent les questions telles que les identificateurs du gouvernement fédéral (tels que les symboles), les outils de navigation (tels que le menu commun) et la présentation de l'information (y compris les couleurs et la mise en page)

[Normalisation des sites Internet](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp) <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp>

Création de sites Web conformes aux normes sur l'accessibilité, les accords de collaboration, le cybersquattage, le courriel, les avis importants, la navigation, la présentation et les langues officielles pour l'ensemble du gouvernement.

Évaluation

L'évaluation de la convivialité de votre initiative Web vous permet de voir si vous répondez aux besoins et aux attentes de vos clients. Cette étape est une partie cruciale de la création, du lancement et de la maintenance d'un site Web réussi, car elle vous permet de vérifier la qualité de la planification de votre initiative et de la présentation de l'information et des services à vos clients.

Fondez vos évaluations sur des objectifs compris de tous, sur des attentes de rendement réalisables et sur un plan de mesure réaliste. L'évaluation pourra vous obliger à revoir ce que vous avez fait ainsi que les lignes directrices que vous avez utilisées. Vous pourrez, par exemple, vouloir modifier la conception, le contenu ou d'autres éléments du site afin que la navigation soit à la fois significative et simple et que votre site demeure à jour.

La présente section comprend cinq parties.

[Démarrage – liste de vérification](#)

Comment entreprendre l'évaluation de votre initiative

[Évaluation du site Web](#)

Évaluation des considérations générales du site Web sur la convivialité, les méthodes et les ressources.

[Statistiques](#)

Utilisation de statistiques pour évaluer votre initiative Web.

[Évaluation des graphiques](#)

Examen de l'efficacité de vos graphiques

[Outils d'évaluation](#)

Utilisation des outils et des ressources existantes pour évaluer votre initiative Web.

Démarrage – liste de vérification

La présente section analyse le plan de votre institution pour la mise en œuvre de votre initiative Web. La liste de vérification est divisée en trois sections.

Cadre de l'initiative Web

Comment vérifier si votre initiative Web répond aux besoins et aux exigences du gouvernement du Canada et de votre institution

Liste de contrôle des ressources

Comment vous assurer que votre initiative Web détermine les ressources humaines, financières et en TI

Analyse de la clientèle

Comment déterminer les besoins de vos clients

Cadre de l'initiative Web	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Votre initiative Web s'inscrit-elle dans l'initiative Gouvernement en direct?			
Votre initiative Web reflète-t-elle les priorités institutionnelles?			
Connaissez-vous les influences externes et internes qui s'exercent sur votre institution?			
Votre initiative Web contient-elle un énoncé des valeurs clair qui indique le temps et les ressources nécessaires?			
Avez-vous créé une analyse de rentabilisation concise?			

Pour obtenir les listes de contrôle du Cadre amélioré de la gestion, consulter
<http://www.cio-dpi.gc.ca/emf-cag/ppto-gtpss/plan-proj/plan-proj_f.asp>

Liste de contrôle des ressources	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Avez-vous créé une équipe efficace pour votre site Web?			
Avez-vous désigné des personnes responsables pour les secteurs qui relèvent d'une unité organisationnelle particulière?			
Quelqu'un approuve-t-il la diffusion de l'information?			
Disposez-vous de ressources humaines suffisantes pour la mise en œuvre, l'évaluation et le maintien de votre initiative Web?			

<p>Avez-vous tenu compte de tous les coûts possibles liés au matériel, aux logiciels, aux TI et autres? Ces coûts respectent-ils le budget de votre institution pour l'initiative Web? Quelles sont les limites quant au montant que vous pouvez dépenser pour le site, incluant le soutien?</p>			
--	--	--	--

Analyse de la clientèle	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
<p>Avez-vous clairement déterminé qui sont les clients de votre information ou de vos services en direct?</p>			
<p>Avez-vous compris leurs besoins et leurs attentes? Quels problèmes de vos clients cette initiative résout-elle?</p>			
<p>Connaissez-vous le niveau de service que vous devez offrir? Devez-vous, par exemple, offrir un service vingt-quatre heures par jour, sept jours par semaine?</p>			
<p>Vos clients jouent-ils un rôle clé dans la planification, la mise en oeuvre, l'évaluation et le maintien de votre initiative Web?</p>			

Pour un exemple de liste de contrôle pour mesurer la satisfaction des clients, consulter <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/opepubs/TB_O/2QG2-2F.asp>.

Évaluation du site Web

La présente section donne des détails sur la façon d'évaluer votre site Web.

[Considérations générales](#)

Assurance de la conformité aux lois, aux politiques et aux normes de la NSI, ainsi qu'aux processus de maintenance et de marketing

[Convivialité du site Web](#)

Utilisation de la navigation, de la mise en page, du contenu, de la conception graphique et de l'interactivité pour rendre votre site plus convivial.

[Méthodes de vérification de la convivialité](#)

Examen des méthodes générales de vérification de la convivialité et mise à l'essai de la convivialité et de la conception

Considérations générales

La Normalisation des sites Internet du Conseil du Trésor contient trente-trois normes obligatoires et six lignes directrices, présentées comme des pratiques exemplaires. Les normes auxquelles doivent se conformer tous les sites Internet du gouvernement du Canada d'ici le 31 décembre 2002, ont une incidence importante sur la conception du site et elles devraient être soigneusement examinées. À cela peuvent s'ajouter d'autres exigences propres à votre organisation.

Conformité aux exigences de la politique	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Le site se conforme-t-il à la Normalisation des sites Internet < http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp >?			
Le site respecte-t-il la loi et les politiques sur les langues officielles? La traduction est-elle de bonne qualité?			
Le site respecte-t-il les exigences internes ou ministérielles?			
Les avis importants qui s'adressent aux clients (comme la déclaration de confidentialité, le droit d'auteur et les documents d'une tierce partie) sont-ils tous insérés dans le site?			
A-t-on utilisé le Guide d'auto-évaluation de la conformité à la Normalisation des sites Internet < http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/guide/guide_f.asp > pour vérifier le site? A-t-on utilisé le Service de vérification de l'accessibilité du site Web?			
Votre initiative Web se conforme-t-elle aux lois, politiques et normes régissant l'information en direct?			

Processus de maintenance	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Les procédures actuelles sur la publication, l'archivage et la gestion de l'information sont-ils efficaces?			
Le courrier électronique est-il traité rapidement et par la bonne personne?			
Les coûts des facteurs de production sont-ils raisonnables et serait-il possible d'obtenir une meilleure valeur pour les ressources dépensées?			
Les priorités futures du plan du site sont-elles toujours valides ou devraient-elles être modifiées?			

Les attentes sont-elles régulièrement revues et ajustées?			
A-t-on revu et analysé les messages électroniques des clients, et y a-t-on répondu? Les suggestions ont-elles été mises en oeuvre?			
Avez-vous analysé l'information recueillie au moyen de sondages sur Internet?			
L'essai de la convivialité a-t-il été efficace?			
Le site répond-il aux besoins des clients?			

Marketing	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
La promotion du site Web est-elle suffisante pour lui permettre de réaliser son objectif?			
Les campagnes de promotion récentes ont-elles eu un impact?			
Avez-vous atteint les clients ciblés?			

Accès au site	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Le site est-il facile à trouver avec les moteurs de recherche?			
L'adresse URL est-elle facile à retenir?			
Les clients peuvent-ils avoir accès au site à partir du Site du Canada?			
Les pages sont-elles téléchargées rapidement?			
Les documents sont-ils triés efficacement pour que les moteurs de recherche puissent les trouver et les classer facilement?			

Convivialité du site Web

Ici, lorsque nous parlons d'utilisateurs et de clients, nous utilisons essentiellement des mots différents pour décrire les mêmes personnes. Vos clients sont les personnes auxquelles vos services s'adressent. Vous avez identifié vos clients à l'étape [Analyse de la clientèle](#) de votre initiative Web. Les visiteurs sont les personnes qui visitent votre site sans être nécessairement des clients.

Lorsque nous parlons de la mesure de la « convivialité », nous voulons dire avec quel niveau d'efficacité, d'efficience et de satisfaction des utilisateurs déterminés peuvent atteindre les objectifs précis dans un environnement particulier. La convivialité met en cause la structure et l'organisation de l'interface, la navigabilité, la conception et l'architecture du site, ainsi que son contenu et la façon dont il fonctionne.

La convivialité tient compte de tous les utilisateurs. Elle consiste à offrir des services axés sur les clients, et elle vous oblige à travailler et dialoguer avec des utilisateurs finaux réels. Elle est un facteur essentiel dans l'atteinte et du maintien des objectifs de vos utilisateurs et de votre site.

Lorsque vous voulez vérifier la convivialité de votre site Web, posez-vous les questions suivantes. Souvenez-vous toutefois que de nouveaux problèmes liés à la convivialité continueront de surgir à la suite d'interactions et de rétroactions des utilisateurs.

[Interface](#)

[Structure et navigation](#)

[Contenu](#)

[Conception graphique](#)

[Interactivité](#)

[Sécurité et protection des renseignements personnels](#)

[Recherche](#)

[Aide](#)

Interface

Une interface-utilisateur efficace devrait communiquer certains renseignements aux utilisateurs.

Interface	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Les visiteurs, les utilisateurs et les clients peuvent-ils cerner clairement l'objectif et le thème généraux de votre site?			
Les clients peuvent-ils trouver l'information ou les services qui leur sont destinés directement?			
Les principaux avantages et caractéristiques du site sont-ils clairs?			
Le site fonctionne-t-il? Que peuvent faire les visiteurs quand ils visitent votre site?			
Les utilisateurs peuvent-ils faire des commentaires sur le site?			

La mise en page est-elle logique et intuitive?			
En qualité de parrain du site, êtes-vous clairement identifié? Les visiteurs sauront-ils sur quel site ils se trouvent, peu importe où ils se trouvent sur le site?			

Structure et navigation

Un bon site Web fournit une expérience fluide, en douceur et intuitive en fonctionnant comme les utilisateurs s’y attendent et en étant organisé d’une manière qui est logique aux yeux de l’utilisateur.

Structure et navigation	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Les éléments sur le site sont-ils organisés globalement et initialement et soutiennent-ils le concept principal du site?			
Avez-vous une façon claire et intuitive d’organiser l’interactivité, la conception et les éléments architecturaux de votre site?			
Est-il facile de se déplacer dans votre site sans se perdre?			
Le chiffrage spatial comprend des fonctions de navigation telles que le bouton « Démarrage », les éléments du menu, les hyperliens, les cartes, les barres d’outils et le bouton « Précédente ». Avez-vous utilisé ces fonctions de manière claire et uniforme?			
Les liens et les fonctions permettent-ils le déplacement d’une partie du site à une autre sans devoir franchir trop d’étapes ou cliquer trop souvent?			
La formulation est-elle claire et concise? Avez-vous utilisé les termes adéquatement?			
Les termes sont-ils utilisés avec uniformité dans tout le site?			
Les utilisateurs peuvent-ils passer facilement d’une partie à une autre du site sans être obligés de revenir sur leurs pas?			
Y a-t-il des cartes de site, des menus et des indices visuels qui donnent des indications sur le fonctionnement du site?			
Le site est-il structuré en tenant compte de l’usage qu’en feront les utilisateurs s’en serviront? Par exemple, avez-vous structuré le site pour qu’il soit facile à utiliser pour la recherche ou le paiement de factures?			

Contenu

L'évaluation du contenu peut vous donner la façon de le structurer. Vous voudrez peut-être une optique institutionnelle (basée sur l'offre de renseignements sur vos activités) ou une optique centrée sur la tâche et sur l'utilisateur final (qui permet aux gens de remplir un formulaire, d'effectuer une transaction, de chercher un programme nouveau et ainsi de suite). Vous pourriez aussi combiner les deux approches.

Contenu	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Le contenu convient-il à n'importe lequel de vos groupes de clients? Dans la négative, avez-vous songé à l'enlever?			
Le contenu est-il clair, à jour et précis pour vos clients particuliers?			
Le contenu est-il exhaustif? L'utilisateur saisit-il toute l'idée?			
Votre site a-t-il une « autorité »? En d'autres termes, l'utilisateur sait-il avec qui communiquer pour les questions de contenu?			
Avez-vous rédigé le contenu dans un style approprié pour le Web?			
S'il s'agit d'un site axé sur les transactions, le contenu soutient-il les décisions aux étapes cruciales?			
Avez-vous révisé votre contenu? Disposez-vous d'un processus de maintenance et de gestion? Y a-t-il des processus pour la gestion de tous les types de contenu Web?			

Conception graphique

Lorsque vous évaluez la conception graphique, demandez-vous comment la conception répond aux attentes des utilisateurs, à l'égard de l'aspect et du fonctionnement du site.

Conception graphique	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
L'apparence du site est-elle appropriée pour ce que vous essayez d'atteindre?			
Le texte est-il facile à lire? Les polices de caractère sont-elles appropriées?			
Les éléments graphiques améliorent-ils l'information?			
Les icônes et les graphiques sont-ils clairs? Sont-ils accessibles?			
Les graphiques facilitent-ils la navigation dans le site?			

Les graphiques ralentissent-ils le téléchargement?			
Les éléments de l'image de marque de votre site sont-ils clairs et uniformes?			
L'utilisateur peut-il personnaliser l'interface? Peut-il modifier les paramètres et les préférences d'affichage facilement?			

Interactivité

Évaluez comment vos clients interagissent avec vous et entre eux. Pour mieux satisfaire vos clients, encouragez-les à faire parvenir des commentaires au gestionnaire du site. Mettez en place un mécanisme pour l'analyse des commentaires reçus et pour améliorer le site en conséquence.

Interactivité	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Votre site a-t-il des liens utiles et pertinents? Y a-t-il trop de liens? Pas assez de liens?			
Y a-t-il des directives claires sur l'utilisation des bavardoirs, des forums de questions et réponses, les installations de vidéoconférence et autres?			
Les utilisateurs sont-ils au courant des activités de votre organisation?			
Y a-t-il des directives claires sur la façon de s'abonner à une liste de diffusion ou à un groupe de discussion? Avez-vous expliqué pourquoi il existe de tels abonnements?			
Les utilisateurs sont-ils au courant de la manière d'accéder à la lecture en transit de fichiers sonores ou visuels sur votre site?			
Avez-vous clairement identifié les sondages auprès des utilisateurs et les sondages en direct? Ces aspects sont-ils faciles à comprendre? Avez-vous respecté les préoccupations des utilisateurs quant à la production des renseignements personnels?			

Sécurité et protection des renseignements personnels

L'évaluation de la sécurité et de la protection des renseignements personnels établiront la confiance de l'utilisateur envers vous et votre site.

Sécurité et protection des renseignements personnels	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Le site observe-t-il les lois, les politiques et les normes sur la sécurité et la protection des renseignements personnels? Avez-vous tenu compte de la <i>Loi sur la protection des renseignements personnels</i> , de la Politique sur la sécurité, des normes de la NSI et ainsi de suite?			
Les déclarations de confidentialité sont-ils visibles et claires?			
Y a-t-il de l'information sur la sécurité des transactions?			
Avez-vous réalisé l'évaluation complète des menaces et des risques avant de lancer le site?			
Assurez-vous la sécurité du site et la protection des renseignements personnels en étant sensibilisé, par exemple, aux menaces et aux mesures de prévention?			

Recherche

L'évaluation de votre système de recherche vous permet de vous assurer que vos clients obtiennent de l'information sur des sujets particuliers.

Recherche	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
La structure de l'interface de recherche reflète-t-elle la façon dont les clients recueillent l'information?			
Les utilisateurs ayant des besoins, des conditions et des connaissances différents, fournissez-vous une variété de types et de fonctions de recherche?			
Le logiciel de recherche permet-il aux clients de circonscrire ou d'élargir leur recherche?			
Y a-t-il suffisamment d'aide pour la recherche? Fournissez-vous, par exemple, des assistants de recherche et des recherches-types?			
Les clients peuvent-ils facilement coter l'exactitude des résultats en termes d'ampleur et de pertinence?			
Les résultats de la recherche sont-ils affichés de manière à répondre aux besoins de vos clients?			

Aide

L'évaluation des fonctions d'aide vous permet de vous assurer que vos clients disposent d'un endroit où s'adresser s'ils ont besoin de clarification sur une certaine question.

Aide	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
L'aide est-elle contextuelle?			
Y a-t-il un index d'aide consultable?			
Y a-t-il des démonstrations, des tutoriels ou des conseils pratiques?			
Vos utilisateurs peuvent-ils obtenir de l'aide d'une personne?			
L'aide est-elle toujours accessible quand et où les utilisateurs en ont besoin?			
Le contenu et les questions liés à l'aide sont-ils organisés adéquatement?			
Les clients peuvent-ils facilement trouver de l'information sur les personnes-ressources s'ils ont besoin de plus d'aide, comme les noms, les numéros de téléphone, les adresses électroniques et les adresses postales?			
Y a-t-il des forums ou des FAQ?			

Méthodes de vérification de la convivialité

Ici, lorsque nous parlons d'utilisateurs et de clients, nous utilisons essentiellement des mots différents pour décrire les mêmes personnes. La présente section décrit des façons de vérifier de la convivialité.

Avant d'essayer de rendre votre site plus convivial, vous devez connaître les besoins et les attentes des utilisateurs, tant à l'égard du contenu du site que de sa conception. Évaluez la convivialité de votre site Web pendant tout le processus de planification et après le lancement.

La vérification de la convivialité doit se fonder sur deux choses :

- la façon dont l'intérêt est stimulé pour favoriser un « examen » plus poussé;
- la façon dont le site encourage les utilisateurs à apprendre, à découvrir, à comprendre et à résoudre des problèmes par eux-mêmes, et à expérimenter, à évaluer et à essayer des méthodes empiriques.

La vérification de la convivialité encourage l'apprentissage indépendant. Elle est basée sur des scénarios, orientée vers des objectifs et fondée sur le dialogue. Elle permet de vérifier l'utilisation du contexte, l'existence et l'emplacement des problèmes de convivialité dans le site, le déroulement des tâches, la facilité ou la difficulté que présente la résolution de ces problèmes et leur incidence sur l'expérience en direct du client.

La présente section décrit plusieurs méthodes et tests pour vérifier la convivialité :

- [Vérification générale de la convivialité](#)
- [Vérification du processus de conception](#)
- [Méthode du triage de fiches](#)

[Validation fil de fer](#)
[Groupes de consultation, scénario et vérification systématique](#)
[Outils d'évaluation](#)

Vérification générale de la convivialité

Voici une liste des étapes qui vous aideront à créer un site Web convivial :

1. obtenir des commentaires des utilisateurs et des concepteurs (ce qui exige une parfaite connaissance et une consultation de vos clients);
2. concevoir des éléments graphiques, de la terminologie et des cadres à partir des commentaires de vos utilisateurs;
3. élaborer des prototypes [peu détaillés](#);
4. essayer ces prototypes peu détaillés et réagir aux résultats de la vérification;
5. créer un prototype en direct et procéder à une [vérification moyennement détaillée](#);
6. [vérifier le prototype en direct](#) et réagir aux résultats de la vérification;
7. lancer la version bêta du site Web;
8. effectuer un sondage auprès des clients pour vérifier leur satisfaction et s'en servir comme modèle pour l'évaluation continue.

Suivre les étapes suivantes pour procéder à la vérification de la convivialité :

1. choisir des variables;
2. choisir des méthodes appropriées;
3. choisir l'échantillon pour la vérification et en déterminer la taille;
4. effectuer la vérification;
5. analyser les résultats;
6. utiliser les résultats pour réviser le site Web;
7. apprendre de ces résultats.

Vérification de base de la convivialité

Dans une vérification de base de la convivialité, vous devez connaître les éléments suivants :

- Le but du site Web est-il clair?
- Le site Web est-il conçu pour atteindre ce but?
- Quels sont les obstacles qui rendent le site moins convivial?

Variables de vérification possibles

Faites la vérification de la convivialité de votre site à partir de l'une ou l'autre de ces variables :

- intuitivité;
- exhaustivité, lisibilité et pertinence du contenu;
- apparence;
- mise en page et navigation;
- processus de pensée;
- processus transactionnels;
- buts qualitatifs et quantitatifs du site;
- choix des supports et formats;

- stratégies de recherche et chemins vers l'information;
- temps requis pour trouver l'information;
- emplacement des fichiers graphiques (les bons graphiques apparaissent-ils aux bons endroits?);
- liens vers d'autres ressources (aiguillent-ils vers les meilleurs endroits?);
- énoncés de contexte faciles à utiliser, comme l'information introductive utile sur les menus qui mènent à des pages de contenu;
- précision et fonctionnement des programmes tels que CGI et Java;
- temps de réponse pour le téléchargement des graphiques, comparé à la patience des utilisateurs;
- convivialité d'une variété de plates-formes et vitesses de connexion utilisées par vos clients.

Vérification du processus de conception

La vérification du processus de conception est divisée en trois sections, chacune d'elle exigeant un équilibre dans la façon d'incorporer les commentaires des utilisateurs finaux.

Vérification peu détaillée

La vérification peu détaillée a lieu au début du processus de conception. Elle n'exige ni codage ni un site Web fonctionnel. Elle exige toutefois des dessins sur papier, des modèles fil de fer ou même des fiches. Songez à la façon dont les utilisateurs aborderont le site et à la façon dont vous concevrez les éléments suivants du site Web :

- l'architecture du site,
- le cheminement des tâches,
- les cartes de route et de sondage,
- les étiquettes, les liens et les boutons (nomenclature),
- l'organisation de l'information (taxonomie), et
- l'emplacement des éléments visuels pour améliorer l'expérience de l'utilisateur (aspects de la conception).

La vérification peu détaillée permet des économies de temps et d'argent, parce qu'elle vous aide à déceler plus rapidement et plus facilement les problèmes liés à la convivialité. La vérification peu détaillée vous permet de découvrir et de réparer facilement les problèmes les plus superficiels, comme ceux liés à l'étiquetage, au libellé, à la taxonomie, à l'apparence de base, à l'emplacement et à la taille des boutons, et ainsi de suite.

Un autre niveau de problèmes met en cause la façon dont les utilisateurs perçoivent le site. Par exemple, le site pourrait être basé sur un concept de calendrier alors que l'utilisateur s'attend à y trouver des feuilles de calcul, ce qui rend l'utilisation du site plus difficile pour le client. Ces problèmes sont les plus difficiles à résoudre, car ils peuvent exiger des modifications importantes de la conception. Toutefois, si vous recevez beaucoup de commentaires de vos clients, vous pouvez vous attaquer à ces problèmes pendant la vérification peu détaillée.

Vérification moyennement détaillée

Cette vérification se fait avant d'ajouter la fonctionnalité dorsale. Une fois que vous avez pris une décision quant aux éléments clés tels que l'architecture du site, la navigation, la nomenclature et

la taxonomie, vous pouvez vous intéresser à d'autres questions de convivialité pendant que vous êtes encore en mesure de changer complètement ou de réorganiser votre stratégie de conception.

Vous devriez procéder à la vérification de la page Web après avoir entré l'information pour contrôler la qualité du produit final. Voyez l'aspect de la page et comment elle fonctionne sur le site en développement avant de l'entrer sur votre site public officiel. Assurez-vous de placer les grands titres, les titres, le texte, les liens et les graphiques pour obtenir le maximum de visibilité et d'effet. Assurez-vous que les liens sont placés au bon endroit et voyez si les autres caractéristiques fonctionnent adéquatement. Demandez à des collègues de vous aider à faire l'essai de la page Web et de ses caractéristiques. Vous devriez faire appel à un groupe de consultation pour la vérification des nouvelles pages Web. Éliminez tous les bogues avant d'aller en direct.

Vérification en direct (vérification alpha)

Effectuez cette vérification lorsque la fonctionnalité frontale et la plus grande partie de la fonctionnalité dorsale de votre site Web sont terminées. À cette étape, confirmez de nouveau la stratégie de conception, décelez les problèmes de convivialité en direct et procédez à une modélisation implicite par opposition à une modélisation explicite. Les vérifications en direct vous permettent :

- de mettre au point la conception;
- de procéder à une analyse exhaustive du déroulement des tâches dans un environnement en direct;
- d'apporter des modifications mineures avant le lancement du site;
- de procéder à des vérifications d'urgence;
- de développer la prochaine itération d'idées pour le site.

Modélisation de l'utilisateur : Posez des questions à un groupe d'utilisateurs au sujet de leur utilisation du site, et de leur intérêts envers le site. Tenez compte des aspects tels que la fréquence, la technologie et l'information comportementale.

Exercices : Demandez à chaque utilisateur d'effectuer des exercices prédéterminés pour chacune des options de conception. Basez chaque exercice sur les besoins des utilisateurs et sur leur intérêt envers le site Web (en principe, vous devriez simuler une expérience typique pour un certain utilisateur). Encouragez les utilisateurs à exprimer leurs impressions et leurs réactions à voix haute pendant qu'ils exécutent ces exercices. Enregistrez les tendances et les problèmes de navigation que l'utilisateur rencontre, ainsi que toute communication non verbale, comme une hésitation ou de l'enthousiasme.

Examen : Discutez des problèmes que les utilisateurs ont rencontrés et de la difficulté qu'ils ont eu à terminer l'exercice.

Discussion ultérieure : Discutez avec les utilisateurs de leurs impressions générales du site, de ce qu'ils aiment et de ce qu'ils n'aiment pas, des améliorations requises pour que les fonctions et les caractéristiques fonctionnent adéquatement, et de toute autre suggestion d'améliorations et de modifications.

Les essais en direct vous permettent de résoudre les problèmes de conception de deuxième niveau, comme les liens inactifs et les fonctions défectueuses. À moins que les problèmes ne soient majeurs, vous pouvez habituellement les résoudre sans modifier le site Web en profondeur.

Méthode du triage de fiches

Le triage de fiches est une méthode utilisée pour la mise en application de la convivialité dans les premières phases de la conception. Pour cette méthode, vous aurez besoin de fiches d'index qui donnent la description du contenu et d'utilisateurs de chacun de vos groupes de clients.

Après avoir rempli chaque fiche avec les idées et les descriptions de contenu appropriées, remettez les fiches aux utilisateurs et demandez-leur de les organiser selon des catégories qu'ils créeront.

Le triage des fiches vous permettra de créer une architecture d'information centrée sur l'utilisateur. En utilisant l'information que les utilisateurs vous fournissent, vous pouvez placer les fonctions de votre site Web à des endroits utiles. Cette information peut aussi vous aider à choisir et à organiser le contenu et l'étiquetage des catégories.

Validation fil de fer

La validation fil de fer permet de créer des modèles HTML simples ou des modèles sur papier d'un site Web proposé. Sa fonction principale est l'identification du plan de navigation et la vérification de la mise en page de l'information et du plan de conception. Vous pouvez l'utiliser pour améliorer la taxonomie, la nomenclature, et l'emplacement du contenu et des aides à la navigation à l'intérieur du site.

Pour conserver une conception simple, utilisez peu d'aides visuelles dans la validation fil de fer. Lorsque vous recueillez des commentaires des utilisateurs sur la conception visuelle, au fur et à mesure qu'elle évolue, vous pouvez créer des prototypes de conception visuelle distincts en utilisant un texte dont le sens est inintelligible qui occupera la place du contenu réel. Recueillez les commentaires sur le contenu séparément des commentaires sur les aspects visuels. Ainsi, vous recevrez des commentaires de plus grande qualité et plus précis des utilisateurs sur les deux aspects du site.

Dans la validation fil de fer, vous déterminerez l'emplacement et le genre de contenu qui sera sur votre site bien avant de posséder le contenu réel. Avec le temps, lorsque vous acquerez du contenu pour le site, remplacez les descriptions du contenu dans le modèle « fil de fer ». Déterminez à qui appartient le contenu, et incluez ces renseignements dans le modèle. Utilisez des éléments de texte ou en HTML pour simuler des graphiques ou d'autres éléments visuels.

Un modèle fil de fer permet à vos utilisateurs d'interagir avec un modèle de démonstration du site Web à l'étape de conception du projet. Les utilisateurs peuvent commencer à imaginer ce que sera l'utilisation du site et ainsi vous fournir des commentaires critiques tôt dans le processus de conception. Mieux vaut se mettre d'accord sur la navigation et l'architecture de haut niveau du site avant de procéder à des activités majeures de conception.

La validation fil de fer vous permet aussi de déterminer où les éléments visuels peuvent être placés pour faciliter l'utilisation du site. Déterminez le besoin d'ajouter des indices visuels de disponibilité dans la conception. Vous pouvez transmettre cette information au concepteur.

L'un des avantages les plus importants de l'approche « fil de fer » est le fait qu'elle permet de créer des prototypes de la conception du site et de les vérifier très rapidement. Vous pouvez facilement créer des prototypes variés de la même conception, afin que les utilisateurs puissent les comparer. Si les ressources sont limitées, pratiquement n'importe quel membre de l'équipe ayant des connaissances minimales en langage HTML peut mettre à jour et modifier la conception « fil de fer ».

La séparation des éléments visuels de l'architecture et du contenu du site pendant la phase initiale de la conception vous permet de recueillir des commentaires importants sur les éléments visuels sans éloigner les utilisateurs du contenu réel ou de la navigation. Ceci vous permet d'améliorer la conception visuelle de haut niveau et l'architecture du site séparément.

Créez un prototype d'un ensemble de pages—au moins une page d'accueil et une page de deuxième niveau—pour une conception particulière. Lorsque vous vérifiez ces versions initiales des éléments visuels, attirez l'attention des utilisateurs sur les aspects spécifiquement visuels du site. La conception devrait essayer de reproduire une « personnalité visuelle ». Demandez donc aux utilisateurs si le site est un site de fantaisie ou un site technique, par exemple. Déterminez ce que les utilisateurs regardent en premier. Est-ce là ce que vous voulez qu'ils regardent en premier? Quel est l'élément le plus important sur cette page?

Vérification par le groupe de consultation, vérification du scénario et vérification systématique

Vérification par le groupe de consultation

La vérification qu'effectue le groupe de consultation est une sorte de vérification technique non structurée qui vous aide à évaluer les besoins des utilisateurs et leurs impressions, à la fois avant la conception de l'interface et longtemps après la mise en oeuvre. Le groupe de consultation typique est habituellement composé de six à neuf personnes et d'un modérateur qui s'assure que le groupe ne s'éloigne pas des questions et des préoccupations liées aux caractéristiques d'une interface-utilisateur.

Les groupes de consultation sont faciles à organiser et ils sont utiles pour évaluer les mesures subjectives. Toutefois, leur succès dépend grandement de la qualité du modérateur et ils ne sont que partiellement efficaces pour la vérification de la convivialité d'un site Web.

Vérification du scénario

Dans la vérification du scénario, les utilisateurs exécutent une vérification normalisée en utilisant le site Web. De tous les types de vérification, la vérification du scénario est celle qui convient le mieux pour obtenir de l'information détaillée sur les attributs de la convivialité. Cette vérification peut vous aider à déterminer si le site est facile à comprendre, à connaître et à utiliser—caractéristiques secondaires de la convivialité. La vérification du scénario peut aussi offrir de l'information sur la pertinence, la précision, l'interopérabilité, le comportement temporel, le comportement des ressources, la souplesse et l'adaptabilité.

Il existe deux façons de procéder à une vérification du scénario : la vérification pratique et la vérification en laboratoire. Ces deux types de vérification diffèrent en ce qui concerne les tâches, les environnements, les exigences relatives aux systèmes de vérification, les genres d'utilisateurs, les instruments, les compétences en matière de vérification et les contraintes monétaires et temporelles.

Vérification sur le terrain

La vérification sur le terrain s'effectue dans le lieu de travail normal de l'utilisateur, où il est observé par un ou des évaluateurs. Vous pouvez recourir à la vérification sur le terrain pour analyser les problèmes liés au transfert des données entre votre site Web et l'ordinateur de l'utilisateur, entre autres. Les évaluateurs ont recours à diverses techniques pour observer un utilisateur. Ils peuvent noter le comportement de l'utilisateur et les temps d'interaction sur une liste de contrôle, effectuer des interviews avant et après la vérification, utiliser les protocoles de pensée à voix haute ou enregistrer l'information sur des fiches.

Vérification en laboratoire

Dans une vérification en laboratoire, le milieu de vérification comprend un certain nombre d'utilisateurs isolés qui exécutent une tâche donnée dans un laboratoire d'essai. Ces vérifications vous permettent de recueillir des données de nombreuses manières. Les laboratoires bien équipés disposent de miroirs d'observation, d'installations d'enregistrement audiovisuel, et de différents programmes d'enregistrement. L'utilité d'une vérification en laboratoire pour l'évaluation d'un site dépend de la mesure dans laquelle les tâches accomplies et les paramètres utilisés fournissent des renseignements pertinents sur les besoins réels des utilisateurs.

Les vérifications en laboratoire coûtent environ quatre fois plus cher que les vérifications sur le terrain. Le principal facteur dans ces calculs est le coût très élevé de la maintenance d'un laboratoire et des appareils techniques qu'il contient.

Vérification systématique

La vérification systématique est une vérification qui analyse le comportement d'un site Web dans des conditions spécifiques lorsque des résultats précis sont attendus. Seuls les concepteurs et les représentants des utilisateurs peuvent effectuer des vérifications systématiques. Les trois objectifs qui suivent sont d'une importance particulière pour la vérification orientée sur l'utilisateur.

Vérification orientée sur les tâches

La vérification orientée sur les tâches détermine si un site Web peut exécuter des tâches prédéterminées. Essentiellement, ce genre de vérification évalue la fonctionnalité. Le milieu de vérification est habituellement le lieu de travail de l'évaluateur. En principe, le site n'a aucun rapport avec l'interprétation des résultats. La vérification orientée sur les tâches peut être effectuée à n'importe quelle étape du cycle de vie de la conception. La vérification orientée sur les tâches peut montrer si un site Web répond vraiment aux attentes de l'utilisateur.

Vérification orientée sur le menu

La vérification orientée sur le menu analyse chaque caractéristique ou fonction du site Web de manière successive. Le site Web est examiné dans ses moindres détails; l'utilisateur suit chaque chemin possible de l'exécution du programme, tenant compte de chaque fonction dans l'ordre où elle apparaît dans le menu. La vérification orientée sur le menu peut être exécutée à n'importe quelle étape du cycle de vie de la conception. Vous pouvez y recourir pour vous assurer que vous n'oubliez pas d'inclure des éléments importants sur votre site Web.

Évaluation du rendement

Cette évaluation analyse le rendement de votre site Web. La notion de rendement peut être appliquée à des fonctions individuelles, à des modules du système ou au système entier. Du point de vue strictement technique, l'évaluation mesure le rendement du système qui ne peut être affecté par des variables résultant de l'intervention humaine. Vous pouvez l'utiliser pour déterminer si votre site Web répond ou non aux exigences minimales des utilisateurs quant à la fonctionnalité.

Lorsque vous procédez à l'une ou l'autre des vérifications ci-dessus, suivez les [étapes pour procéder à la vérification de la convivialité](#).

Statistiques

La présente section utilise le terme « visiteur » au lieu du terme « client » par souci d'uniformité avec la terminologie utilisée lorsqu'il est question des statistiques du site Web.

Les statistiques sont un outil important lorsque vous évaluez votre initiative Web. Normalement, la personne responsable du serveur fournit les statistiques. Les statistiques peuvent être difficiles à interpréter car elles sont souvent longues et de nature technique. Obtenez les statistiques sur l'accès au site et son utilisation de votre webmestre pour savoir qui visite votre site et comment ces visiteurs y ont accès.

Le nombre de demandes d'accès, une statistique communément employée en rapport avec les sites Web, est habituellement trompeur car il ne représente pas le nombre de visiteurs. C'est pourquoi vous devriez vous concentrer sur le nombre de pages qui ont été vues. En sachant que la plupart des visiteurs voient de cinq à dix pages au cours d'une visite, vous pouvez évaluer le nombre réel de visiteurs.

Comparez chaque rapport de trafic hebdomadaire ou mensuel au précédent. Une analyse comparative devrait soulever des questions importantes, lesquelles orienteront les améliorations futures. Par exemple, pouvez-vous expliquer les augmentations ou les diminutions du nombre de visiteurs sur votre site Web?

Si vous êtes sérieux au sujet de la maintenance, de la promotion et du marketing du site, vous devez utiliser un outil permettant de recueillir des statistiques sur le site. Vous devez également disposer d'un outil fiable de mesure du trafic pour déterminer le nombre total de demandes d'accès, le nombre de visiteurs sur votre site, le chemin qu'ils ont suivi pour l'atteindre et d'autres renseignements importants sur les visiteurs.

Surveillance des statistiques

Lorsque vous analyserez vos statistiques, vous rencontrerez sans doute les termes ci-dessous.

Visiteur : Un visiteur est une personne unique qui visite votre site. Il se peut que cette personne consulte de nombreuses pages de votre site, mais elle comptera seulement comme une personne.

Demande d'accès ou demande de page : Cette expression correspond au nombre de fois qu'une personne a accès à une page particulière sur votre site Web. Ainsi, chaque fois que vous cliquez sur un de vos liens, votre nombre de demandes d'accès augmentera de un.

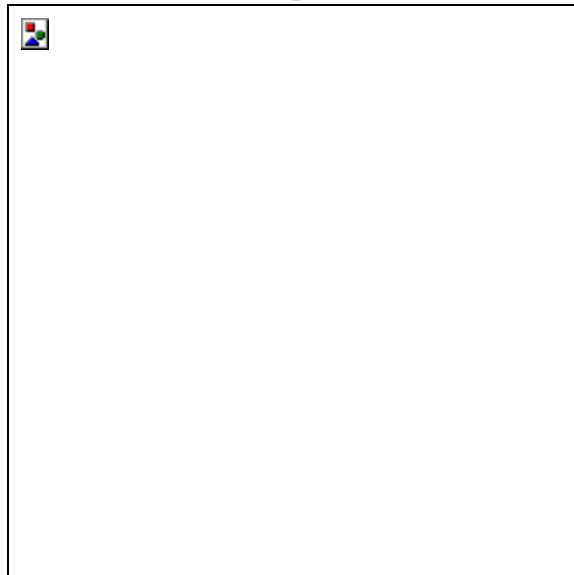
Domaine de l'aiguilleur : Il s'agit de l'adresse URL à partir de laquelle un visiteur se rend à votre site. Il peut s'agir d'un moteur de recherche, d'un répertoire ou tout simplement d'un autre site qui possède un lien menant à votre site. L'utilisation des renseignements sur l'aiguilleur vous permet de déterminer comment vos visiteurs peuvent vous trouver et quels sites génèrent le plus de trafic pour vous. C'est aussi un moyen utile de découvrir si votre site est répertorié et jouit d'une cote élevée sur un moteur de recherche particulier. Dès que les visiteurs commencent à se rendre sur votre site au moyen d'un moteur de recherche particulier, vous savez que votre site est répertorié et qu'il jouit d'une cote élevée. Si vous constatez que votre site ne reçoit pas suffisamment de visiteurs de certains moteurs de recherche, même après qu'il ait été en direct deux ou trois mois, ceci signifie qu'il n'est sans doute pas répertorié dans leurs bases de données ou qu'il n'y jouit pas d'une cote élevée.

Statistiques par page surveillée : Ces statistiques vous indiqueront le nombre de demandes d'accès pour chacune de vos pages, et elles vous aideront à déterminer les pages les plus et les moins populaires. Utilisez vos pages populaires pour attirer des visiteurs à votre site. Faites une offre spéciale à vos visiteurs ou utilisez des liens intéressants pour les encourager à visiter le reste de votre site. Modifiez les pages qui ne sont pas populaires.

Ce sont là certaines des statistiques importantes dont vous devez tenir compte. Parmi les autres statistiques, on retrouve les statistiques horaires, l'information sur les navigateurs et les plateformes des visiteurs, les statistiques par endroit, ainsi que les statistiques hebdomadaires et mensuelles. Vous devez relever ces renseignements utiles régulièrement pour voir si le nombre de demandes d'accès et de visiteurs augmente, diminue ou demeure stagnant.

Vérifiez si le nombre de pages demandées sur votre site Web est beaucoup plus élevé que le nombre de visiteurs sur votre site. Si tel est le cas, cela signifie que vos visiteurs s'intéressent à ce que votre site leur offre et qu'ils se déplacent dans votre site. Si les deux chiffres sont sensiblement les mêmes, ou si le nombre de pages demandées est seulement le double du nombre de visiteurs, il se peut alors que les visiteurs ne voient qu'une ou deux pages de votre site avant de le quitter.

Évaluation des statistiques ⁽⁶⁾



Statistiques (rapport sur le trafic)	Répond aux attentes	Problèmes à résoudre	Sans objet
Vos statistiques indiquent-elles le nombre de pages vues par heure, par jour?			
Vos statistiques montrent-elles quelles pages ont été le plus et le moins visitées?			
Savez-vous qui sont vos visiteurs?			
Pouvez-vous dire quel chemin les visiteurs suivent pour se rendre à votre site?			

Évaluation des graphiques

La présente section vous fournit des conseils sur l'utilisation des graphiques.

Lorsque vous concevez et utilisez adéquatement les graphiques, vous pouvez rendre vos pages Web plus faciles et plus plaisantes à visiter. Les formats les plus communs pour les graphiques sur Internet sont GIF et JPEG. Le format GIF est souvent utilisé pour les images simples, composées de couleurs primaires, alors que JPEG convient mieux aux photographies et aux images plus détaillées et plus complexes. Peu importe le format que vous utilisez, vous devriez toujours tenir compte des points ci-dessous.

Couleurs : Les couleurs pour les graphiques des sites Web doivent se conformer à la [Norme 6.5 de la Normalisation des sites Internet](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-05_f.asp) <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-05_f.asp>.

Daltonisme : Comment les utilisateurs daltoniens voient-ils le graphique ou la page?

Nécessité : Le graphique est-il essentiel pour la compréhension du texte?

Travail requis pour la production d'un graphique de qualité : Le graphique doit-il être manipulé, reconstitué ou redimensionné?

Dimensions : Les graphiques ne devraient pas dépasser 590 sur 472 pixels. La plupart des moniteurs des ordinateurs personnels courants affichent 640 sur 480 pixels, mais les icônes par défaut et les barres d'état prennent beaucoup de place. En pouces, les graphiques ne devraient pas mesurer plus de 6 pouces de hauteur sur 5,5 pouces de largeur.

Graphique transparent : Le graphique devrait-il être transparent? Les graphiques transparents se fondent dans l'arrière-plan gris des navigateurs, et il n'y a ainsi aucun espace blanc dans l'image et autour de l'image. Du point esthétique, il est habituellement préférable d'avoir des graphiques transparents. Toutefois, il n'est pas nécessaire que les graphiques insérés dans le texte d'un document soient transparents. Certaines applications permettent à l'utilisateur de rendre les graphiques transparents.

Graphique entrelacé : Le graphique devrait-il être entrelacé? Les graphiques entrelacés sont construits graduellement sur l'écran en cinq étapes au lieu de l'être en une seule fois, ce qui permet à l'utilisateur d'avoir une « visualisation-test » du produit final. Les navigateurs plus récents et la plupart des outils auteurs prennent en charge les graphiques entrelacés. Utilisez les graphiques entrelacés avec parcimonie; réserver cette technique aux grands graphiques qui, autrement, seraient longs à télécharger.

Temps de téléchargement pour l'utilisateur : Comme les graphiques peuvent augmenter la dimension des fichiers de téléchargement, il est préférable de réduire au minimum la dimension et le nombre de graphiques utilisés dans une page. Utilisez des techniques pour réduire le temps de téléchargement, comme les graphiques non entrelacés, une densité de couleurs réduite et les algorithmes de compression.

Nom du graphique : Quel nom utiliserez-vous pour le fichier de votre graphique?

Équivalent textuel : Pour tout graphique, vous devez inclure un équivalent textuel pour les personnes ayant une déficience visuelle. Voir le [critère 1.1 de la Norme sur l'accessibilité](#) dans le

Guide d'auto-évaluation de la conformité à la Normalisation des sites Internet <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-upe/guide/1/1-1/1-101_f.asp>.

Alignement du texte avec le graphique : Y a-t-il un texte à la droite du graphique qui devrait être aligné avec le haut, le milieu ou le bas du graphique?

Options pour la présentation des graphiques :

- **Utiliser un graphique en direct.** Affichez le graphique dans le fichier HTML téléchargé.
- **Présenter le graphique comme un lien vers un autre fichier.** Mettre un lien sur la page HTML pour aller au graphique, surtout si le graphique est grand ou qu'il n'est pas nécessaire pour la compréhension du texte. Si le graphique est très grand, vous pouvez indiquer la taille du fichier entre parenthèses, à côté du lien.
- **Utiliser une image miniature.** Réduire le graphique à une image miniature, ce qui permet à l'utilisateur d'avoir un aperçu de l'image. Le graphique sous forme d'image miniature peut servir de lien vers l'image pleine grandeur.
- **Inclure le graphique dans un format autre que GIF.** Si le graphique est déjà préparé dans un format autre que GIF, vous pouvez créer un lien sur la page HTML et indiquer sa taille entre parenthèses, à côté du lien. Toutefois, comme l'utilisateur ne peut afficher le graphique qu'en le téléchargeant, cette option n'est pas recommandée.
- **Ne pas inclure le graphique.** Si le graphique est grand, de mauvaise qualité ou non essentiel, ne pas l'inclure dans le document.

Maintenance

La présente section traite de la maintenance de votre initiative Web. Souvent, on néglige l'aspect de la maintenance, mais celle-ci est primordiale pour conserver l'intégrité et le niveau de votre information ou service.

Lorsqu'elles lancent une initiative Web, les institutions veulent habituellement encourager les clients à utiliser activement le site. Pour atteindre ce but, vous devez concevoir un site Web attrayant, ciblé et convivial, et vous engager à fournir les niveaux de service appropriés. Comme c'est le cas avec n'importe quel service, les clients ne reviendront pas si les services ne sont pas stables et fiables.

La présente section comprend trois parties :

[Maintenance du site Web](#)

Examen de la maintenance générale du contenu du site Web, des hyperliens et des outils d'interactivité

[Maintenance générale du réseau](#)

Prise en considération des questions générales, du matériel et du logiciel, du temps d'arrêt du réseau et des messages d'erreur appropriés.

[Considérations futures](#)

Examen des tendances en matière de technologie et du potentiel que présente Internet pour votre institution

Maintenance du site Web

La présente section traite de la maintenance de votre site Web.

La maintenance de votre site Web vous oblige à vous tenir au courant des renseignements nouveaux, des liens nouveaux et des besoins de vos clients. Vos clients peuvent contribuer à la maintenance de votre site Web en vous informant des problèmes techniques et non techniques.

Considérations générales

Considération de la maintenance comme faisant partie intégrante du développement d'un site Web et de la mise à jour de votre site Web.

Contenu

Maintenance du contenu existant, du contenu nouveau, du contenu ancien et du contenu de référence.

Hyperliens

Assurance que les hyperliens sur votre site Web fonctionnent toujours.

Maintenance des outils d'interactivité

Maintenance des outils tels que les bavardoirs, les groupes de discussion et les sites de cybercommerce.

Considérations générales

La présente section traite de la nature de l'édition électronique et des activités de base que vous devriez prendre en considération lors de la mise à jour de votre site Web.

La publication d'un site Web n'est pas un projet ponctuel, ce support étant interactif. L'amélioration continue est non seulement possible, elle est attendue. En tant qu'éditeur d'un site Web, vous devez vous tenir au fait de l'information la plus récente, des nouveaux sites Web vers lesquels vous pouvez établir des liens, des données sur les schèmes d'utilisation et les préférences des clients, ainsi que des commentaires directs des clients. De l'information statique et périmée incite rapidement les gens à ne plus consulter votre page Web et peut créer une mauvaise impression de votre institution.

Dès que vous mettez quelque chose sur Internet, vous devez être prêt à le mettre à jour régulièrement et à vérifier les liens pour vous assurer que qu'ils sont à jour et utiles. Les adresses des sites Web changent fréquemment, et l'information peut rapidement devenir périmée. Lors de la maintenance de votre site Web, vous devriez :

- Envisager l'exécution de sondages périodiques sur votre site que vous utiliserez pour évaluer les points de vue des clients sur la précision, la fiabilité, l'accessibilité, la convivialité et la qualité du contenu de votre site, et pour obtenir des idées en vue de l'améliorer.
- Vous assurer que votre service ou votre information est pertinent en mettant en place un mécanisme de rétroaction des clients (par exemple vous pouvez donner votre adresse électronique et inviter les clients à vous faire part de leurs commentaires).
- Analyser les données sur l'utilisation que votre webmestre peut vous fournir. Par exemple, déterminer quel pourcentage des demandes d'accès sur votre page proviennent d'autres sites gouvernementaux ou de sources extérieures, ou de régions ou d'organisations particulières.

Déterminer aussi la durée du séjour des visiteurs sur votre page.

- Surveiller les utilisateurs d'Internet et les groupes de discussions se rapportant aux domaines d'activités de votre institution.
- Surveiller la couverture que les grands médias imprimés et électroniques accordent au site Web de votre institution.⁽⁶⁾

Contenu

La présente section traite des façons de maintenir le contenu de votre site Web. Le contenu comprend tout ce que vos clients peuvent obtenir sur votre site Web au moyen de leurs navigateurs et tous les processus logiciels qui soutiennent cette offre directement ou indirectement.

Le principal objectif de votre site devrait être d'avoir un contenu qui reflète les optiques, les priorités et les préoccupations de vos clients, Le contenu peut prendre la forme de nouvelles, de faits, d'organigrammes, d'illustrations, de photos, de transactions et de n'importe quoi d'autre qui communique quelque chose d'utile à quelqu'un.

La présente section comprend quatre parties :

[Ajout de contenu nouveau](#)

Examen des enjeux avant d'ajouter du contenu nouveau sur votre site Web

[Mise à jour de contenu existant](#)

Examen des enjeux avant de modifier du contenu sur votre site Web

[Archivage de contenu](#)

Évaluation, intégration et enlèvement de contenu

[Développement de contenu de « référence » commun](#)

Développement et maintenance de sections de contenu de référence, comme les sections Quoi de neuf, Aide et FAQ

Ajout de contenu nouveau

Prenez en considération les questions suivantes lors que vous ajoutez du contenu nouveau à un site Web.

- Y a-t-il des politiques à l'échelle de l'institution ou du gouvernement qui affectent le contenu?
- Y a-t-il un groupe de clients qui a besoin de votre information?
- Le contenu ajoute-t-il de la valeur au site et supporte-t-il vos priorités institutionnelles?
- L'information est-elle précise, lisible, fiable, à jour et crédible?
- Devriez-vous faire davantage de recherche sur la matière, d'analyse de la clientèle et d'analyse spécialisée avant de placer le contenu sur le site Web?
- Pouvez-vous relier l'information à un autre site Web, comme un autre site institutionnel fiable?
- Le contenu est-il écrit pour le Web? (Voir [Écrire pour le Web.](#))

- Le contenu peut-il être affiché en format HTML?
- Le contenu est-il rédigé avec un objectif clair qu'un client pourra facilement discerner?
- Avez-vous une idée précise de la façon dont ce contenu s'intégrera dans l'architecture existante du site Web?

Mise à jour du contenu existant

Dès que vous placez du contenu sur votre site Web, vous devez être préparé à en faire régulièrement la mise à jour et la maintenance. Vous devriez régulièrement revoir et relire le contenu de votre site Web.

Posez-vous les questions suivantes avant de mettre à jour le contenu sur votre site Web.

- L'information est-elle précise, fiable, complète, crédible et utile pour vos clients?
- Combien de temps et d'argent pouvez-vous consacrer à la conservation d'un contenu à jour et utile?
- Quelle information doit être mise à jour à un moment précis?
- Existe-t-il des mesures qui permettent de garantir des mises à jour régulières et des améliorations continues?
- Disposez-vous de procédures pour la mise à jour du contenu de manière à ce qu'elle tienne compte des commentaires des clients et des statistiques du journal d'utilisation?
- Pouvez-vous relier ce contenu à un autre site Web, comme un autre site institutionnel fiable?
- Comment allez-vous mesurer le succès de votre contenu nouveau (par le nombre de demandes d'accès ou les statistiques sur le site, par exemple)?
- Avez-vous un plan de secours pour la mise à jour du contenu? Par exemple, est-ce qu'une personne mettra le contenu à jour si vous êtes malade ou en congé?
- À quelle fréquence mettrez-vous le contenu à jour?

Archivage du contenu

La présente section fournit des directives sur l'archivage du contenu tout en tenant compte de sa pertinence et de son exactitude.

Si le contenu est d'une utilité quelconque pour vos clients, songez à le laisser sur le site. Modifiez votre site Web de manière à ce que les clients puissent trouver facilement l'ancien contenu à l'aide de liens. Cette façon de procéder pourra aider votre site à acquérir une réputation de service en direct au contenu imposant.

Les clients peuvent tirer avantage d'un contenu ancien parce que celui-ci peut :

- présenter un intérêt historique (par exemple, des analyses statistiques des années précédentes);
- fournir des renseignements de base et une texture plus riche pour votre site Web;
- être intrinsèquement intéressant et valoir la peine d'être lu même s'il n'est pas nouveau (par exemple, un essai bien écrit ou des communiqués de presse antérieurs).

Intégrez le contenu en :

- reliant les articles nouveaux au contenu archivé, car les personnes qui liront le contenu nouveau pourraient vouloir connaître le contexte que leur fournit cet ancien contenu;
- conservant des liens actifs dans les fichiers archivés, et en enlevant ou remplaçant les liens périmés;

- mettant des liens vers l'information récente sur les anciennes pages afin que les clients puissent prendre connaissance des développements récents;
- enlevant le contenu désuet ou trompeur et en le remplaçant par des données ou des liens actuels.

Minimiser le contenu archivé dans les listes de recherche

À moins que vous ne preniez des mesures pour accroître la priorité du contenu nouveau, les pointeurs vers le contenu archivé peuvent commencer à dominer les résultats des recherches après quelques années. La solution la plus simple, c'est de faire en sorte que le moteur de recherche donne une pondération plus basse aux pages anciennes. La pondération devrait être calculée par rapport à la date de création et non à la date de modification. Celle-ci sera souvent une date très récente si vous avez maintenu adéquatement le contenu ancien.

Enlever les pages de contenu

Avant d'enlever des pages de contenu, souvenez-vous de ce qui suit :

- D'autres sites peuvent établir des liens vers cette page. L'enlever entraînera donc la rupture d'un lien et la perte de possibilités lorsque vos clients délaisseront votre site.
- Les clients peuvent avoir mis la page en signet parce qu'ils veulent aller directement à une partie pertinente de votre site au lieu de commencer chaque fois à la page d'accueil.
- Les moteurs de recherche sont lents à mettre à jour leurs bases de données; ils détourneront les clients du droit chemin si vous enlevez des pages.

Développement d'un contenu de « référence » commun

La présente section analyse le contenu de référence commun. Le contenu de référence est un contenu additionnel créé séparément à partir de l'information et des services principaux d'un site.

Quoi de neuf

Vous devriez mettre à jour régulièrement la section Quoi de neuf en y entrant de l'information intéressante pour vos clients. La mise à jour de ce contenu est vitale car certains clients peuvent se rendre d'abord dans cette section et ne jamais y revenir si l'information est périmée.

Mettez la date de chaque entrée dans la section Quoi de neuf afin que les clients puissent évaluer la pertinence et l'exactitude de l'information. Décidez aussi combien de temps une entrée restera dans la section Quoi de neuf. L'information est-elle vraiment « nouvelle » si elle date de trois mois?

Foire aux questions (FAQ)

La section FAQ devrait contenir des questions réelles et des réponses détaillées. Elle devrait fournir à vos clients des directives adéquates et ne pas les laisser perplexes. Lorsque vous faites la maintenance de cette section, essayez de ne pas y ajouter chaque question reçue de vos clients, parce qu'ils auront alors de la difficulté à trouver la question qui les intéresse (donnez la priorité aux questions les plus fréquemment posées).

Dans la mesure du possible, groupez les questions par catégories pour aider les clients à trouver la bonne question. Envisagez la mise en place d'un moteur de recherche pour vos FAQ.

Calendrier

La section Calendrier donne les dates des événements importants de votre institution qui pourraient intéresser vos clients. La mise à jour régulière de cette section augmentera l'intérêt des clients pour votre institution.

Vérifiez l'exactitude et la pertinence de l'information affichée. Fournissez le nom d'un coordonnateur, un numéro de téléphone et une adresse pour chaque événement afin que les clients puissent obtenir davantage d'information si cela les intéresse.

Carte du site

La section Carte du site fournit une représentation visuelle de votre site. Au début, les clients pourront y voir la méthode la plus rapide pour trouver certains renseignements et services. Les cartes de site sont particulièrement utiles pour les grands sites, où les clients savent peut-être ce qu'ils cherchent mais n'arrivent pas à le trouver.

Mettez à jour cette section lorsque vous ajoutez des sections importantes à votre site Web.

Aide

La section Aide peut contenir :

- la FAQ (foire aux questions);
- des trucs sur la recherche d'information ou sur la navigation dans le site;
- des cartes du site;
- une liste des acronymes utilisés dans le site;
- un glossaire;
- une bibliographie;
- des spécifications sur le site (comme le genre de contenu offert et de l'information sur l'accessibilité);
- d'autres informations utiles.

Lorsque vous ajoutez du contenu à votre site Web, mettez à jour les sections telles que les glossaires, la bibliographie et les acronymes.

Pour un exemple d'une section d'aide, consulter <http://www.cio-dpi.gc.ca/cioscripts/help/help-aide_e.asp?who=/clf-nsi/>.

Information sur les personnes-ressources

La section Information sur les personnes-ressources, parfois appelé la section Contactez-nous, devrait fournir l'adresse postale, l'adresse électronique, les numéros de téléphone et de télécopieur, et toute autre information sur les personnes responsables des aspects techniques et non techniques de votre site Mettez à jour cette section chaque fois que les responsabilités changent—par exemple, quand un nouveau webmestre entre en fonction.

Hyperliens

Cette section vous aide à maintenir les hyperliens. Ceux-ci sont une référence qui mène d'un certain point dans un document à un certain point dans un autre document. Il s'agit alors d'un lien externe. Les hyperliens peuvent aussi relier deux endroits dans le même document. Il s'agit alors d'un lien interne. Le Web est un support de liaisons : l'hypertexte est le lien qui unit l'ensemble et permet aux clients de découvrir de l'information nouvelle et utile.

Analyse des hyperliens existants

Lorsque vous revoyez le contenu ou une section consacrée aux liens (par exemple, une page de « sites connexes »), tenez compte des aspects suivants :

- L'hyperlien est-il rompu (ce qui signifie que la page ou la section correspondant à l'hyperlien n'existe plus)?
- L'hyperlien renvoie-t-il au bon texte?
- Le lien externe est-il non pertinent ou périmé, à votre point de vue ou à celui de vos clients?
- L'emplacement de l'hyperlien devrait-il être modifié pour mieux s'insérer dans le contexte global de la page? Par exemple, l'hyperlien devrait-il être placé à un endroit plus logique?
- Le texte accompagnant l'hyperlien a-t-il un sens, ou s'agit-il d'une phrase comme « Allez à la page suivante » ou « cliquez ici »?
- Y a-t-il suffisamment de contexte pour que les clients sachent où ils se retrouveront s'ils suivent l'hyperlien?
- Les hyperliens sous forme d'images fournissent-ils un équivalent textuel approprié et qui a du sens?

Ajout de nouveaux hyperliens

Lorsque vous ajoutez des hyperliens, que ceux-ci relient des endroits à l'intérieur des documents ou entre des documents, posez-vous les questions suivantes :

- Est-il nécessaire d'ajouter le lien externe, par exemple, parce qu'il aidera vos clients?
- Pouvez-vous fournir un contexte détaillé pour le lien dans votre contenu?
- Pouvez-vous vous fier au webmestre du lien externe? Le webmestre mettra-t-il régulièrement à jour le site et vous informera-t-il de toute modification apportée à l'URL?
- Y a-t-il des liens institutionnels qui peuvent remplacer le contenu existant dans votre site Web?
- Y a-t-il des endroits logiques vers lesquels vous devez fournir des hyperliens internes?
- Le lien améliore-t-il la navigation à l'intérieur du document?

Songez à insérer une section « Ressources additionnelles » à la fin de la section ou du document, ou comme section séparée, qui contiendrait des hyperliens menant à des sources d'information bien expliquées.

Validation des hyperliens

Suivez les directives offertes à <http://validator.w3.org/checklink> pour vérifier si les liens qui se trouvent sur une page sont rompus. Veuillez noter que ce site n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue du site.

Maintenance des outils d'interactivité

La présente section vous aide à maintenir [des outils d'interactivité](#) comme les bavardoirs, les groupes de discussion et les babillards. Leur maintenance régulière, en plus de contribuer au fonctionnement du site, vous assurera qu'ils sont utilisés adéquatement et que la sécurité des clients et de leurs renseignements personnels est toujours protégée. Par exemple, les personnes responsables de la maintenance des outils d'interactivité devraient connaître les virus qui peuvent être transmis par inadvertance de l'ordinateur d'un client au réseau.

Lorsque vous tenez des registres, conservez un fichier journal contenant des renseignements détaillés sur l'utilisation des outils d'interactivité et sur tout problème technique qui se produit.

Bavardoirs

Surveillez les bavardoirs pour canaliser les sujets de conversation et en expulser les indésirables. Établissez des règles de base dès le début et voyez à ce quelles soient observées. Pour maintenir l'ordre, les opérateurs des réseaux de bavardoirs devraient être capables d'exécuter des tâches de base sur les réseaux, comme débrancher et rebrancher les serveurs. Ils devraient aussi être capables de débrancher un client du réseau par la force, c'est-à-dire pouvoir interrompre la connexion entre un client et le serveur.

Groupes de discussion (forums de discussion)

Il faut aussi assurer la maintenance des groupes de discussion. Un modérateur devrait lire tous les messages avant de permettre leur affichage dans le groupe de discussion. Ainsi, le modérateur peut empêcher que du courriel et tout autre contenu indésirable, comme le courriel en vrac, ne s'infiltrer dans la discussion. La modération ralentit la discussion—les messages ne sont pas affichés dès qu'ils sont soumis; ils sont mis en attente jusqu'à ce que le modérateur puisse les lire et les approuver.

Vous pouvez configurer le système de votre forum de discussion de manière à obliger un client à donner son nom d'utilisateur avant de lui permettre d'afficher un message. Toute personne devrait être libre de lire le matériel affiché, mais le client devrait être obligé de s'enregistrer avant de soumettre un message. Ainsi, si une personne affiche du courriel, vous pouvez tout simplement l'expulser du forum. Si elle continue de s'enregistrer de nouveau pour obtenir l'accès au forum, vous pouvez bloquer tout enregistrement provenant de cette adresse électronique.

Maintenance générale du réseau

La présente section porte sur la maintenance générale du réseau nécessaire pour fournir un service en direct fiable.

Considérations générales

Surveillance et assurance de la fiabilité générale du réseau et de la sécurité de votre information et de votre service en direct.

Disponibilité du site

Déterminer quant le client veut que le site soit disponible.

Matériel et logiciel

Maintenance de l'efficacité du matériel et du logiciel des ressources de votre initiative Web

Temps d'indisponibilité du réseau

Planification du temps d'indisponibilité du réseau et création de messages d'erreur utiles et informatifs pour vos clients.

Considérations générales

Le matériel, les logiciels et les données stockées sur vos unités de disque sont d'une importance vitale pour les services de votre institution. Les personnes responsables de la maintenance du réseau devraient être au courant des menaces et des faiblesses, comme les virus et les pirates informatiques, qui peuvent affecter vos ressources institutionnelles. Les préoccupations quant à la sécurité et la protection des renseignements personnels se concrétisent davantage lors de la maintenance du réseau.

Surveillez les aspects suivants :

- les visites du site non autorisées et les téléchargements non autorisés, comme le téléchargement de virus non attendus;
- les modifications importantes apportées à la configuration du réseau par les employés;
- les attaques du réseau, comme les clients qui essaient de pénétrer le système de contrôle du réseau et qui menacent l'intégrité du réseau en portant atteinte à la vie privée ou en volant des dossiers;
- les employés qui font une utilisation malveillante des logiciels et du matériel du réseau ou qui y apportent des modifications;
- les dangers pour l'information, comme la suppression, le vol et la corruption des données;
- les nouvelles au sujet de menaces possibles aux ressources du réseau;
- les statistiques du site Web pour les sites Web institutionnels, lesquelles peuvent être utilisées aux fins de l'évaluation
- Assurez-vous des points suivants :
- observation continue des lois, des politiques et des normes sur la protection des renseignements personnels, la sécurité et les réseaux;
- production régulière d'une copie de sauvegarde des données du réseau;
- balayages efficaces pour s'assurer qu'il n'y a pas de virus sur les ressources du réseau, ainsi que sur tous les supports provenant de sources externes, y compris les logiciels sous licence ou protégés par droit d'auteur et les ressources en matériel et logiciel;

- prise de mesures exhaustives pour se prémunir contre d'éventuels virus ou attaques de pirates informatiques;
- mise en place de coupe-feu exceptionnels sur les serveurs des passerelles, afin de protéger les ressources du réseau contre les menaces extérieures;
- largeur de bande adéquate pour l'accès aux ressources;
- nouveaux logiciels et nouveau matériel exempts de failles qui pourraient menacer la sécurité du réseau.

Disponibilité du site (priorité au client)

Lorsque vous choisissez un niveau d'accès approprié pour votre site, tenez compte des caractéristiques de votre clientèle et de la capacité de votre institution d'offrir un service fiable.

Vos clients peuvent avoir besoin que votre site soit disponible :

- pendant les heures de travail, peut-être même en début de soirée;
- tard le soir ou les fins de semaine;
- par intermittence et en tout temps, ou
- constamment, chaque jour.

Matériel et logiciel

L'entretien du matériel de télécommunications est indispensable à la sécurité. Il aide à prévenir les défaillances qui pourraient compromettre la sécurité. L'entretien du matériel doit être confié à du personnel d'exploitation informé et expérimenté et à du personnel d'entretien qualifié. Consignez et examinez les travaux d'entretien pour vous assurer qu'ils sont exécutés selon les spécifications du fabricant.

Protégez le matériel informatique en mettant en oeuvre des mesures basées sur une évaluation des risques et des menaces qui tient compte de la sécurité du matériel, du logiciel et des opérations. Exécutez l'entretien de routine du matériel pour vous assurer de l'intégrité des contrôles de sécurité. Vérifiez périodiquement le courant et les mises à la terre pour vous assurer qu'ils sont conformes aux spécifications. Assurez-vous de toujours avoir une source de courant de rechange adéquate.

Créez des journaux d'enregistrement des erreurs pour les pannes d'équipement. Structurez-les de manière à ce qu'ils décrivent, étape par étape, ce qui a mené à la panne. Prenez note du numéro de série de chaque article et gardez-le dans un endroit sûr. Il serait bon, aussi, que vous apposiez sur chaque article une étiquette portant le numéro d'identification de votre institution. Enregistrez tout ce qui a été fait à chaque pièce d'équipement, avec votre liste d'inventaire, afin de pouvoir noter brièvement quel genre de maintenance a été effectué. ⁽⁸⁾

Temps d'indisponibilité du réseau

La présente section analyse les situations inévitables au cours desquelles le réseau n'est pas disponible et le client ne peut avoir accès à l'information en ligne. Les systèmes ont besoin de temps d'indisponibilité pour les mises à jour et la maintenance préventive.

Établissez le calendrier de ces activités de maintenance et informez-en les clients suffisamment à l'avance, ou affichez un calendrier du temps d'indisponibilité normal. Les clients sauront alors que votre réseau n'est pas en panne et qu'il s'agit tout simplement d'une bonne pratique de gestion de votre part.

Messages d'erreur

Songez à préparer des messages d'erreur qui fournissent la raison du temps d'indisponibilité, la durée de l'indisponibilité et le moment du retour à l'exploitation normale. Le site correspondant au lien suivant mène à des [messages d'erreur communs](#) dans les deux langues officielles. Un autre site, celui de Jakob Nielsen, fournit des [lignes directrices sur la rédaction de messages d'erreur](#), mais ce site n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue du site.

Voir aussi [Ressources pour la maintenance](#).

Considérations futures

La présente section met l'accent sur les enjeux à long terme dont vous devriez tenir compte après la mise en oeuvre *fructueuse* de votre initiative Web.

Se tenir au courant des tendances en technologie

Tenez-vous au courant des technologies et des applications liées à Internet. Une équipe de site Web devrait :

- utiliser le Web pour recueillir de l'information et voir ce qui se fait ailleurs;
- lire les journaux et les magazines qui traitent des développements au niveau d'Internet;
- évaluer les nouvelles technologies applicables aux objectifs de votre service;
- participer à des conférences et des ateliers professionnels.

Sachez comment ces technologies ont évolué, mais avant de les adopter, assurez-vous de revoir vos objectifs institutionnels. Les services offerts sur Internet n'ont pas tous besoin des technologies les plus récentes et les plus perfectionnées qui soient. Par contre, certaines technologies permettent d'atteindre plus facilement certains objectifs. Vous devez être bien informé pour connaître la différence.

Voici une liste de questions que vous devez vous poser lorsque vous songez à l'avenir.

- Existe-t-il un potentiel pour une initiative Web dans un secteur de programme nouveau ou existant?
- Quel genre de services seraient offerts plus efficacement sur le Web?
- Quel impact une initiative Web nouvelle ou améliorée a-t-elle sur le personnel et les clients?

- Une initiative Web nouvelle ou améliorée fournira-t-elle un service plus efficace aux clients actuels?
- Faudrait-il réviser les politiques et les procédures pour s'assurer que les clients obtiennent le service en direct qu'ils recherchent?
- Y a-t-il des lois, des politiques et des normes ou des lignes directrices nouvelles à observer?
- Faudrait-il créer des lois, des politiques et des normes nouvelles pour faciliter la création d'une initiative Web? Par exemple, avez-vous besoin de davantage d'aide pour planifier, mettre en oeuvre et évaluer une initiative Web?

Mesures à long terme

- Demeurez aux aguets pour déceler rapidement tout incident de [cybersquattage](#) et savoir quand vous devez enregistrer de nouveau des noms de domaine.
- Vérifiez périodiquement auprès des moteurs de recherche et des répertoires pour vous assurer que vous apparaissez toujours sur leurs listes.
- Servez-vous des sondages, des entrevues, des groupes de discussion et de l'information de suivi pour évaluer le succès et la popularité de votre site. Lorsque vous effectuez des sondages sur Internet, assurez-vous que les mesures de protection des renseignements personnels sont adéquates.

Ressources du *Guide Internet*

La présente section comprend des liens vers des sites offrant une information précieuse qui peut vous aider à lancer, à évaluer et à maintenir votre site Web. Ces ressources sont regroupées selon les différentes sections du *Guide Internet*.

Comment démarrer

Apprenez-en davantage sur la planification de votre initiative Web, de l'initiative Gouvernement en direct (GED) aux outils d'interactivité.

Le Cadre amélioré de gestion fournit des principes, des pratiques exemplaires, des méthodes, des outils, des modèles, des guides et des normes pour la planification d'un site Web. Apprenez-en davantage sur le [site Web du Cadre amélioré de gestion](#) < http://www.cio-dpi.gc.ca/emf-cag/index_f.asp >.

Gouvernement en direct

Les sites suivants fournissent des renseignements détaillés sur la vision du gouvernement du Canada à l'égard de la prestation des services au moyen de la technologie de l'information.

- Le site Web du GED décrit l'initiative du GED et fournit des communiqués de presse, des discours et des publications qui expliquent et mettent à jour le plan du GED <http://www.ged-gol.gc.ca/index_f.asp>.

- Le Secrétariat du Conseil du Trésor fournit des communiqués de presse et des discours sélectionnés liés au GED à <http://www.tbs-sct.gc.ca/audience/media_f.asp>.
- « Un Canada branché » est une initiative liée au GED. Visitez la Salle des nouvelles, où vous trouverez des communiqués, les activités à venir et des discours. Rendez-vous à <<http://www.connect.gc.ca/fr/1200-f.asp>>.
- Le site du Bureau du Conseil privé fournit un lien direct aux discours, aux notes d'allocation et aux annonces du greffier du Conseil privé <<http://www.pco-bcp.gc.ca/default.asp?Language=F&page=home>>.
- *Orientations stratégiques de la gestion de l'information et de la technologie de l'information : Pour servir la population canadienne du XXI^e siècle* <http://www.tbs-sct.gc.ca/Pubs_pol/ciopubs/TB_OIMP/sdimit_f.asp> décrit une série de priorités qui permettront d'optimiser les retombées des importants investissements du gouvernement en GI/TI en vue de créer un modèle de gouvernement plus intégré et qui favorise la collaboration.
- Transports Canada possède une liste des questions fréquemment posées sur l'initiative du GED et les réponses à <http://www.tc.gc.ca/ged/ged_cest_quoi.htm>.

Analyse de l'environnement : innovation en TI

Les ressources suivantes vous fournissent les nouvelles les plus récentes en matière de TI et sur Internet, dont pourrait profiter votre institution :

- Association canadienne de la technologie de l'information (ACTI) <<http://www.itac.ca/>>
- CNET News <<http://www.news.com.com/>>
- ITworld.com <<http://www.itworld.com/>>
- ITworldcanada.com <<http://www.itworldcanada.com/>>
- CIO magazine <<http://www.cio.com/CIO/>>
- The Internet and IT Network News <<http://www.internet.com/sections/news.html>>
- Cyberpresse : Réseau d'Internet <<http://www.cyberpresse.ca/reseau/internet/>>
- Nouvelles de Radio-Canada <<http://radio-canada.ca/nouvelles/>>
- Multimédium <<http://www2.canoe.com/techno/>>

Ressources financières et humaines

Les liens suivants vous aideront à trouver et choisir des ressources financières et humaines pour votre initiative Web.

- La NGC est la norme approuvée pour la rédaction et la classification des descriptions de travail au gouvernement fédéral. Vous pouvez en apprendre davantage sur le [site Web de la NGC](http://www.tbs-sct.gc.ca/classification/Index_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/classification/Index_f.asp>.
- Ressources naturelles Canada conserve une [Banque de données sur les descriptions de travail NGC](http://www.nrcan.gc.ca/css/hrsb/ucs/ucs-f.htm) <<http://www.nrcan.gc.ca/css/hrsb/ucs/ucs-f.htm>>.
- Sur le site Web de la [Direction de l'acquisition de services professionnels](http://www.tpsgc.gc.ca/sipss/pspd/executiveproject/home-f.htm) <<http://www.tpsgc.gc.ca/sipss/pspd/executiveproject/home-f.htm>>, vous pouvez en apprendre davantage sur les arrangements en matière d'approvisionnement.
- Le [Programme d'accès communautaire](http://cap.ic.gc.ca/francais/8500.shtml) fournit des directives sur la planification, la configuration et le maintien des ressources connexes en direct <<http://cap.ic.gc.ca/francais/8500.shtml>>.

Analyse de la clientèle

Les ressources suivantes peuvent vous aider à comprendre votre clientèle et ses besoins.

- Le [Service de qualité - Guides](http://www.tbs-sct.gc.ca/Pubs_pol/opepubs/TB_O/siglist_f.asp) <http://www.tbs-sct.gc.ca/Pubs_pol/opepubs/TB_O/siglist_f.asp> publié par le Secrétariat du Conseil du Trésor établit un contexte pour l'adoption d'une stratégie de gestion pour la prestation de services de qualité. La série comprend un guide intitulé *Qui est le client?*

Outils d'interactivité

Les sites suivants fournissent de l'information sur les outils d'interactivité :

- Serveur de liste de la Bibliothèque nationale du Canada <<http://www.collectionscanada.ca/9/1/p1-220-f.html>>
- Agriculture et Agroalimentaire Canada (exemples de listes de diffusion du courrier électronique) <http://www.agr.ca/site_f.phtml>
- Centre canadien de gestion (exemple de forum) <http://www.ccmd-ccg.gc.ca/discussion_f.html>
- Le Réseau du leadership (Politique d'utilisation du Réseau virtuel) <<http://genet.leadership.gc.ca/genet/virtualnetworks/policy.asp?lang=f>>
- Synergis (exemple de logiciel de discussion) <<http://synergis-f.ic.gc.ca/eshare/server?action=4>>

L'hyperlien suivant donne accès au site d'un organisme qui n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue du site.

- Aide sur les bavardoirs <<http://www.irchelp.org/>>

Commerce électronique : Gestion et mise en oeuvre

Commerce électronique

Lorsque vient le temps de mettre en oeuvre et de gérer le commerce électronique, la gamme des décisions que vous devez prendre dépend de l'ampleur du projet. Parmi les considérations clés se trouve la mise à jour du plan d'activités pour y inclure des initiatives de cybercommerce, l'évaluation des dangers et des risques pour déterminer les exigences en matière de sécurité, et l'examen des préoccupations de nature juridique. Vous trouverez des lignes directrices de base sur les questions liées à la gestion et à la mise en oeuvre du commerce électronique à l'adresse suivante :

<http://strategis.ic.gc.ca/sc_x/frndoc/using_ecom.html>.

Obtention des bons outils techniques

Pour obtenir de l'information sur l'acquisition d'outils pour le commerce électronique, voyez <<http://e-com.ic.gc.ca/francais/index.html>>.

Le site Web Strategis contient des liens vers des entreprises qui offrent des outils pour le commerce électronique à <http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inict-tic.nsf/vwGeneratedInterF/h_it06169f.html>.

Pour obtenir plus de renseignements, consultez le site de Statistique Canada à <http://www.statcan.ca/cgi-bin/wwworder_f.pl>.

Questions juridiques et questions de sécurité

Surmonter les obstacles juridiques et en matière de sécurité vous aide à acquérir la confiance de vos clients. Les clients doivent être à l'aise lorsqu'ils font des affaires en utilisant les services du GED. Vous devez donc mettre en oeuvre des programmes pour assurer la sécurité et la confidentialité des renseignements du public. Le gouvernement canadien reconnaît l'importance de ces enjeux et il vous fournit des lignes directrices sur les lois que vous devez observer et sur les mesures de sécurité que vous devrez prendre à <<http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/inecic-ceac.nsf/home-accueil/home-accueil>>.

Autres liens

Industrie Canada fournit une liste de liens utiles à <<http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/inecic-ceac.nsf/Intro>>.

Le discours du greffier du Conseil privé sur le commerce électronique et le gouvernement se trouve à

<http://www.pco-bcp.gc.ca/default.asp?Language=F&Page=clerksspeechesmessages&Sub=clerksspeeches&Doc=20010330_egovernment_f.htm>

L'*Info-Guide - Affaires électroniques* vous oriente vers les divers programmes, services et règlements gouvernementaux qui traitent des affaires électroniques, et vous aide à mettre en oeuvre le commerce électronique.

http://www.rcsec.org/francais/search/display.cfm?code=2842&Coll=FE_FEDSBIS_F.

Mise en oeuvre

Découvrez comment vous pouvez mettre en oeuvre votre initiative Web avec efficacité et efficience grâce aux ressources suivantes.

Construction du site

Le site de la Normalisation des sites Internet (NSI) est une ressource importante pour les personnes qui veulent créer, améliorer ou réorganiser des sites Web au gouvernement du Canada. Il comprend des normes sur l'accessibilité, les accords de collaboration, le cybersquattage, le courriel, les avis importants, la navigation, la présentation et les langues officielles que tous les sites Web du gouvernement du Canada doivent observer, ainsi que des pratiques exemplaires et des lignes directrices facultatives http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/index_f.asp. Pour des liens additionnels sur la NSI, aller à http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/links/links-liens_f.asp.

Le Programme de coordination de l'image de marque est une ressource clé pour les personnes qui mettent en oeuvre un projet de site Web. Son site Web aborde les questions telles que les identificateurs du gouvernement fédéral (tels que les symboles), les outils de navigation (tels que le menu commun) et la présentation de l'information (y compris la couleur et la mise en page) http://www.tbs-sct.gc.ca/si-si/fip-pcim/7.1/10_f.html.

Contenu

Santé Canada a publié un guide intitulé *Écrire pour le Web* à <http://www.hc-sc.gc.ca/hppb/votre-visa-web/feuilles/explore.html>.

Le site Avantage net possède une section sur le contenu des pages Web à <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00223f.html#content>.

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

Vous pouvez trouver de l'information sur la rédaction pour le Web sur le site de Jacob Nielson Web à <http://www.useit.com/papers/webwriting/>.

Conception

Le site Avantage net fournit de l'information sur la conception à <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00223f.html>.

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

Le site Web Monkey offre des conseils aux concepteurs à <http://hotwired.lycos.com/webmonkey/>, ainsi qu'un didacticiel sur l'architecture de l'information à http://hotwired.lycos.com/webmonkey/design/site_building/tutorials/tutorial1.html.

Le site Web de Jakob Nielson fournit de l'information sur les considérations quant à la conception d'un site convivial à <www.useit.com>.

Considérations quant aux formats

La Bibliothèque nationale du Canada fournit un glossaire des normes, des protocoles et des formats liés à la bibliothèque numérique à <<http://www.collectionscanada.ca/9/1/p1-253-f.html>>, et de l'information sur les formats de fichiers graphiques et de fichiers sonores à <<http://www.collectionscanada.ca/9/1/p1-223-f.html>>.

Le Secrétariat du conseil du Trésor fournit de l'information sur l'offre de documents en médias substitués à <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/ciopubs/TB_CP/formats_f.asp>.

Marketing

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada fournit des conseils, une orientation stratégique, des services de planification et consultation, ainsi que des services de relations avec les fournisseurs pour aider les institutions à promouvoir leurs programmes interministériels. Pour de plus amples renseignements, voir <<http://www.pwgsc-tpsgc.gc.ca/ccsb/client/projetindex-e.html>>.

Le site Avantage net fournit de l'information sur le marketing Internet à <<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00183f.html>>.

Vous pouvez trouver un document intitulé *Votre stratégie de marketing* à <<http://www.rcsec.org/alberta/tbl.cfm?fn=markstrategy>>.

Pour consulter les fiches de renseignements de Santé Canada sur les moteurs de recherche, aller à <<http://www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-web-ready/factsheets/searchengine.html>>.

Le site Avantage net offre un guide pour les outils de recherche sur Internet <<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00217f.html>>.

L'hyperlien suivant donne accès au site d'un organisme qui n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue du site.

Un résumé des moteurs de recherche populaires et de leurs caractéristiques se trouve à <<http://daphne.palomar.edu/TGSEARCH/>>.

Gestion de l'information

Pour obtenir de l'information au sujet de la politique de gestion des renseignements détenus par le gouvernement, consulter <http://www.tbs-sct.gc.ca/Pubs_pol/ciopubs/TB_GIH/siglist_f.asp>.

Le Centre des ressources de la gestion de l'information (GI) aide les institutions à gérer l'information dans le cadre de leurs efforts visant à améliorer l'offre de services aux Canadiens et Canadiennes. Il fournit de l'information pertinente et des outils utiles pour aider les institutions à

satisfaire aux exigences en matière de GI de l'initiative GED. Pour plus d'information, voir <http://www.cio-dpi.gc.ca/im-gi/index_f.asp>.

Vous pouvez lire un document intitulé *Approche à la gestion de l'information sur Internet et les intranets pour assurer l'accès à long terme et la reddition de comptes*, à <http://www.imforumgi.gc.ca/iapproach2_f.html>.

La Bibliothèque nationale du Canada possède un document appelé *La conservation de l'information numérique : ses divers aspects et la situation actuelle (Flash Réseau numéro 60)* à <<http://www.collectionscanada.ca/9/1/p1-259-f.html>>.

Pour de l'information sur l'*Initiative canadienne sur les bibliothèques numériques*, aller à <<http://www.collectionscanada.ca/cidl/preserv-conserv/preserv-f.htm>>.

Les Archives nationales du Canada possèdent un document intitulé *Gestion de l'information consignée de l'administration fédérale*, à <http://www.collectionscanada.ca/06/0612_f.html>. Pour obtenir un rapport sur la GI au gouvernement du Canada, aller à <http://cio-dpi.gc.ca/ip-pi/im-gi/imreport/imreport-rapportgi02_f.asp>.

Pour obtenir un document sur les orientations stratégiques en matière de GI, aller à <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/ciopubs/tb_oimp/sdimit1_f.asp>.

Métadonnées

La norme 6.3 de la section sur la navigation et la présentation de la NSI se trouve à <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-03_f.asp>.

Pour de l'information sur la NSI et les métadonnées, aller à <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-06-03_f.asp>. Pour de l'information sur le cadre de mise en place des métadonnées, aller à <http://www.cio-dpi.gc.ca/im-gi/References/meta_f.asp>.

Le Guide des usagers sur les Métadonnées se trouve sur le site du Canada, à <http://198.103.99.147/publications/userman_f.html>.

Pour obtenir un générateur de métadonnées, voir le site du Canada à <http://198.103.99.147/publications/metagen_f.html>.

Sécurité et protection des renseignements personnels

Ressources sur la sécurité

[Sécurité – Politique et publications](#)

[Services de la Sous-direction de la sécurité technique \(SDST\) de la GRC](#)

[Centre de la sécurité des télécommunications \(Service de sécurité des technologies de l'information\)](#)

[Sensibilisation et formation](#)

[Outils et techniques de sécurité dans Internet](#)

Criminalité informatique

Sécurité – Politique et publications

La Politique sur la sécurité, les avis de mise en oeuvre de la politique sur la sécurité et d'autres publications se trouvent à

<http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_12A/gsp-psg_f.asp>.

Services de la Sous -direction de la sécurité technique (SDST) de la GRC

Examens de suivi de la sécurité des TI

Les sections de la sécurité des technologies de l'information de la GRC ont pour fonction première de conseiller les institutions fédérales sur des questions de sécurité relatives aux systèmes informatiques appartenant à l'État ou exploités pour le compte de l'État. Ces conseils sont souvent donnés dans le cadre des examens de suivi ou de consultation effectués en conformité avec la Politique sur la sécurité du gouvernement du Canada et la Norme de sécurité technique dans le domaine de la technologie de l'information. Cette politique et ces normes garantissent la confidentialité et l'intégrité de l'information et la disponibilité des services.

Consultations sur la sécurité des TI

La Sous-direction de la sécurité technique (SDST) de la GRC fournit des services de consultation sur la sécurité des TI pour aider les institutions gouvernementales à examiner leur situation quant à la sécurité. Elle conseille les institutions sur la mise en application des normes et des lignes directrices sur les TI. La SDST aide aussi les institutions à effectuer des évaluations des menaces et des risques (EMR) en leur fournissant une formation spécialisée, des publications, de l'information et des services de facilitation.

Publications

Fournit de très bons bulletins d'information sur la sécurité.

Liens

Pour les liens de la SDST menant à de l'information sur la sécurité et les virus, aller à

< http://www.rcmp-grc.gc.ca/tsb/links/index_f.htm >.

Centre de la sécurité des télécommunications (Services de sécurité des technologies de l'information)

Le Centre de la sécurité des télécommunications (CST) fournit les services de sécurité des TI suivants :

- Services de consultants : trouvent les meilleures solutions aux besoins en matière de sécurité des TI avec l'aide d'ingénieurs, de mathématiciens, d'informaticiens et de technologues.
- Services de cryptographie : analysent et approuvent les algorithmes cryptographiques visant la protection de tout renseignement désigné et l'autorisation et l'authentification électroniques des applications traitées par les systèmes de technologie de l'information du GC.
- Services d'ingénierie : fournissent des services d'analyse et d'évaluation d'ingénierie à diverses étapes des projets.

- Programmes avec l'industrie canadienne : aident les utilisateurs gouvernementaux à trouver des solutions à la sécurité des TI..
- Programme de présélection des produits STI : aide les institutions à trouver des produits sécuritaires pour Internet.
- Évaluation des menaces et des risques (EMR) ; Fournit des questionnaires et des listes de contrôle, et effectue des analyses techniques en profondeur de vos systèmes de TI et des applications que vous exécutez sur ces systèmes.
- Documentation: fournit des manuels sur des sujets pratiques tels que l'exploitation et la maintenance du matériel de sécurité de la TI, le recours aux services du CST et l'accès aux programmes de sécurité de la TI du CST.

Pour plus de renseignements, aller à
< http://www.cse-cst.gc.ca/fr/about_cse/about_cse.html>.

Sensibilisation et formation

Vous pouvez en apprendre davantage sur la sécurité des TI en suivant des cours offerts par le CST. Il offre, entre autres, les cours « Introduction à la sécurité des technologies de l'information » et « Rédaction des profils de protection et cibles de sécurité liés aux Critères communs ». Pour complément d'information, aller à
< <http://www.cse-cst.gc.ca/fr/education/cours/cours.html>>.

Vous pouvez vous renseigner sur la Stratégie canadienne pour l'utilisation sécuritaire, judicieuse et responsable d'Internet à
<http://www.rcmp-grc.gc.ca/html/safe_wise_internet_f.htm>.

L'Infrastructure à clé publique est une combinaison de logiciels, de services et de technologies de chiffrement qui vous permettent de protéger la sécurité de vos communications et de vos transactions commerciales sur Internet. Pour plus d'information, aller à < http://www.cio-dpi.gc.ca/pki-icp/index_f.asp >.

Pour de l'information sur le Secteur des opérations gouvernementales, aller à
<http://www.tbs-sct.gc.ca/gos-sog/index_f.asp>.

Outils et techniques de sécurité dans Internet

Pour de l'information sur le chiffrement, les signatures, les certificats numériques, les portefeuilles électroniques, le courrier électronique sécurisé, le protocole SSL, le paiement sécurisé, les pare-feu, les passerelles applicatives, les systèmes antivirus et d'autres outils de sécurité sur Internet, aller à <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ee00216f.html#gestion>

Le gouvernement du Canada possède une page Foire aux questions sur les coupe-feu à <
http://www.cse-cst.gc.ca/fr/knowledge_centre/FAQ.html>.

L'hyperlien suivant donne accès au site d'un organisme qui n'est pas assujéti à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue du site.

Apprenez-en davantage sur la sécurité en consultant le site des ressources sur la sécurité du World Wide Web Consortium à <<http://www.w3.org/Security/>>.

Criminalité informatique

Lire l'information de la GRC sur la prévention de la criminalité informatique à <http://www.rcmp-grc.gc.ca/scams/ccprev_f.htm>.

Vous pouvez obtenir de l'information sur les virus sur le site Web du Programme d'accès communautaire à

<<http://cap.ic.gc.ca/francais/8881.shtml>>.

Sites Web extérieurs qui traitent de la criminalité sur Internet

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

- Les sites Web du magazine *CIO* à <<http://www.cio.com/forums/government/security.html>> et <<http://www.cio.com/research/security/>>
- Le site Web du Federal Bureau of Investigation à <<http://www.fbi.gov/publications/pguide/pguide.htm>>.

Protection des renseignements personnels

Pour les politiques et les lignes directrices sur la protection des renseignements personnels, consulter <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/TBM_128/siglist_f.asp>.

Le site du Commissariat à la protection de la vie privée à <http://www.privcom.gc.ca/index_f.asp> est une bonne source d'information sur les questions liées à la protection de la vie privée touchant tous les Canadiens. Le site donne aussi un bon exemple de politique sur protection des renseignements personnels et des politiques que vous pouvez suivre à <<http://www.privcom.gc.ca/>>.

Pour une lecture sur la Stratégie canadienne en matière de protection des renseignements personnels sur Internet, aller à <<http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/inecic-ceac.nsf/home-accueil/home-accueil>>.

Pour de l'information sur la protection des renseignements personnels, voir <<http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/inecic-ceac.nsf/home-accueil/home-accueil>>. Industrie Canada offre les points saillants des dispositions sur la protection de la vie privée et les principes régissant la protection des renseignements personnels à <<http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/inecic-ceac.nsf/home-accueil/home-accueil>>. Pour en savoir davantage sur la protection des renseignements personnels selon l'optique du client, aller à <http://www.privcom.gc.ca/information/02_05_d_08_f.asp>.

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

- Le Centre for Democracy and Technology (É.-U.) fournit un guide détaillé sur la protection des renseignements personnels à <<http://www.cdt.org/privacy/>>
- Vous pouvez en apprendre davantage sur le l'Electronic Privacy Information Centre à <<http://epic.org/>>

Témoins

Pour de plus amples renseignements sur les témoins, veuillez consulter les lignes directrices concernant les témoins.

http://www.cio-dpi.gc.ca/pgol-pged/cookies-temoins/intro_f.asp

Outils d'évaluation

Guide d'auto-évaluation de la conformité à la Normalisation des sites Internet

<http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/guide/guide_f.asp>

Le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a préparé le *Guide d'auto-évaluation de la conformité à la Normalisation des sites Internet* qui vous aide à déterminer jusqu'à quel point vos sites Web se conforment à la Normalisation des sites Internet. Ce guide est offert dans les formats HTML, PDF et révisable.

Service de mise à l'essai de l'accessibilité du Web (WATS)

<http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/inter/inter-01-06_f.asp>

Vous pouvez observer des personnes qui utilisent des technologies habilitantes, comme des lecteurs d'écran et un logiciel parlant, et faire l'expérience de vos conceptions Web dans des conditions réelles. Un expert en conception de sites Web accessibles sera là pour vous conseiller sur la façon de rendre vos conceptions conformes à la politique sur la Normalisation des sites Internet et aux directives du [World Wide Web Consortium's](#) sur l'accessibilité universelle.

Vous pouvez faire l'**Essai du navigateur** <http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-nsi/standards/1-1/browser-navig/browser-navig_f.asp> pour vous assurer que votre site Web fonctionne bien, tant avec Netscape qu'avec Internet Explorer.

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

Outils de validation du **World Wide Web Consortium** (W3C) <<http://validator.w3.org/>>

Le W3C a été créé pour amener le World Wide Web à son plein potentiel en développant des protocoles communs qui favorisent son évolution et qui en assurent l'interopérabilité. Le W3C compte plus de 500 [organismes membres](#) à travers le monde et il a obtenu une reconnaissance internationale pour ses contributions à la croissance du Web. Voici les liens vers deux de ses outils de validation :

- Valideur des feuilles de style en cascade (CSS) à <<http://jigsaw.w3.org/css-validator/>>
- Le Link Checker (qui vérifie les liens périmés) à <<http://validator.w3.org/checklink>>

Bobby 3.2 <<http://www.cast.org/bobby/>>

Ce site aide à cerner et à réparer les obstacles importants à l'accès des personnes handicapées.

Outils d'évaluation

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

Le site Web de Jakob Nielsen fournit des renseignements sur tous les aspects de la convivialité et sur les méthodes de vérification. Aller à <<http://www.useit.com/>>.

Vous pouvez trouver une liste des tests de vérification de la convivialité liés à toutes les étapes de la conception d'un site Web, des étapes préliminaires aux étapes de la vérification, à <<http://www.best.com/~jthom/usability/toc.htm>>.

Autres ressources pour l'évaluation

Le site Web de Santé Canada « Prêts pour la course à l'Internet » fournit des listes de vérification pour les principales étapes d'une initiative Web générale. C'est un outil utile pour vous aider à rester organisé et à respecter vos priorités à toutes les étapes de votre initiative Web. Aller à <<http://www.hc-sc.gc.ca/hppb/votre-visa-web/listes/index.html>>.

La Bibliothèque nationale du Canada possède un document intitulé *Évaluation de l'utilisation d'un site Web : Analyse d'un fichier journal* à <<http://www.collectionscanada.ca/9/1/p1-256-f.html>>.

La Bibliothèque nationale du Canada a un document intitulé *Le Web et la convivialité : Un aperçu général* à <<http://www.collectionscanada.ca/9/1/p1-260-f.html>>.

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

Vous pouvez trouver un document intitulé *How to Choose, Implement and Maintain Your Web Site Search Tools* à <<http://www.searchtools.com/>>.

Search Engine Watch offre des conseils et de l'information sur la recherche dans le Web, analyse l'industrie des moteurs de recherche et aide les propriétaires de sites à améliorer leur visibilité sur les moteurs de recherche. Aller à <<http://searchenginewatch.com/>>.

Vous trouverez un site traitant des références sur la convivialité d'un site à <<http://www.usability.com/>>.

Vous trouverez une liste des outils de vérification des sites Web à <<http://www.softwareqatest.com/qatweb1.html>>.

Maintenance

La maintenance de votre réseau et de votre ordinateur sont traités plus en profondeur à <<http://cap.ic.gc.ca/francais/8800.shtml>>.

Vous trouverez de l'information additionnelle sur la maintenance des réseaux à <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/dcgpubs/tb_h4/01guid_f.asp> et <http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/gospubs/tbm_12a/23recon_f.asp>.

Les hyperliens suivants donnent accès aux sites d'organismes qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur les langues officielles*. L'information qui s'y trouve est donc dans la langue des sites.

Pour de l'information de Microsoft sur la maintenance, la gestion du contenu et la recherche de pannes, aller à
<<http://www.microsoft.com/library/shared/deeptree/bot/bot.asp?dtcnfg=/technet/treeview/deeptreeconfig.xml>>