

**Services de publication scientifique et technique
et librairie de la CGC/SST
2005**

Septembre 2005

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----------|
| 1. CONTEXTE | 3 |
| 2. OBJECTIFS | 3 |
| 3. CLIENTS INTERROGÉS | 3 |
| 4. RENSEIGNEMENTS SUR LE QUESTIONNAIRE | 3 |
| 5. PLAN D'AMÉLIORATION..... | 3 |
| 6. TAUX DE RÉPONSE..... | 4 |
| 7. ÉVALUATION GÉNÉRALE ET POINTS SAILLANTS | 5 |
| 7.7. Résultat | 6 |
| 8. DONNÉES SUR LES RÉPONDANTS..... | 7 |
| 8.1. Employeur..... | 7 |
| 8.2. Activités principales..... | 8 |
| 9. CONNAISSANCE DES RÉPONDANTS (produits et services)..... | 9 |
| 9.1. Niveau de connaissance | 9 |
| 9.2. Pertinence (niveau d'importance)..... | 9 |
| 10. ACCÈS ET INSTALLATIONS | 10 |
| 10.1. Personne-ressource | 10 |
| 10.2. Moyens d'acheminement..... | 10 |
| 11. SATISFACTION DES CLIENTS (produits et services)..... | 11 |
| 11.1. Accessibilité..... | 11 |
| 11.2. Qualité..... | 11 |
| 11.3. Opportunité | 12 |
| 11.4. Coût..... | 12 |
| 12. SATISFACTION DES CLIENTS (personnel)..... | 13 |
| 12.1. Compétence..... | 13 |
| 12.2. Courtoisie..... | 13 |
| 12.3. Effort supplémentaire..... | 13 |
| 12.4. Horaire de service | 13 |
| 13. INFORMATION (sur la description des produits et services)..... | 14 |
| 13.1. Accessibilité..... | 14 |
| 13.2. Utilité (niveau d'importance)..... | 14 |
| 14. RÉTROACTION/COMMENTAIRES | 15 |

1. CONTEXTE

- 1.1. Le sondage sur la satisfaction des clients des Services de publication scientifique et technique s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de l'initiative d'amélioration des services approuvée en mai 1999 par le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT). Le sondage a été préparé à l'interne par les Services de publication scientifique et technique à l'aide d'un modèle, soit l'Outil de mesures communes de l'Institut des services axés sur les citoyens (ISAC).

2. OBJECTIFS

- Évaluer les publications de la CGC;
- Améliorer la connaissance des clients sur nos produits et services;
- Établir des données-repère sur le niveau de satisfaction des clients;
- Connaître les impressions des clients à savoir si nous avons répondu à leurs besoins;
- Respecter les exigences de la norme ISO 9001: 2000.

3. CLIENTS INTERROGÉS

- 3.1. Le public cible était celui de la collectivité géoscientifique, soit des clients externes et des clients internes (programmes du SST et intervenants) échantillonnés à partir de la liste des ventes de la librairie de la CGC/SST.
- 3.2. La liste des clients de la librairie de la CGC du SST comportait donc 883 adresses de courriel distinctes. Le taux de réponse au sondage était de 13 p. 100 de la population ciblée, soit 116 réponses.

4. RENSEIGNEMENTS SUR LE QUESTIONNAIRE

- 4.1. Nous avons affiché sur le Web, du 19 mai au 17 juin 2005, un sondage interactif. Le sondage comprenait 39 questions visant à recueillir des renseignements sur cinq aspects du service.
 - Section 1 : information sur le client
 - Section 2 : produits
 - Section 3 : services (employés du SST uniquement)
 - Section 4 : personnel
 - Section 5 : rétroaction et observation sur les publications du SST
- 4.2. L'aspect services, à la section 3, s'adresse uniquement aux clients internes (employés du Secteur des sciences de la Terre).
- 4.3. Les indicateurs clés du sondage suivent le modèle de l'Outil de mesures communes et reposent sur une échelle de cinq points. Nous avons évalué les attributs mesurables, comme la qualité, l'opportunité, le coût, l'accessibilité, la compétence et la courtoisie, qui illustrent l'aspect quantitatif des données.
- 4.4. Quant à l'aspect qualitatif, les données ont été recueillies à la section 5 du sondage afin d'évaluer les séries de publication de la CGC par les rétroactions et observations des clients.
- 4.5. L'une des particularités du sondage était le recours à des liens dynamiques guidant le répondant vers les questions spécifiques d'après les réponses précédentes. De plus, le questionnaire a été conçu de manière à ce que les répondants puissent coter leur niveau de satisfaction pour chaque produit et service reçu à l'aide de listes à paramétrage personnalisé. Nous avons ainsi pu recueillir des renseignements très détaillés pointant sur chaque aspect de notre organisation. Normalement, répondre au sondage ne nécessitait moins de 15 minutes.

5. PLAN D'AMÉLIORATION

En se fondant sur les résultats du sondage sur la satisfaction des clients et les observations de nos clients, les Services de publication scientifique et technique prépareront un plan d'amélioration en fonction de ce qui suit :

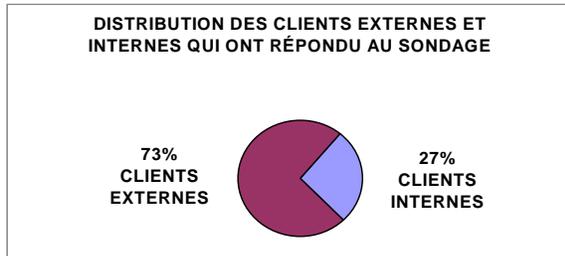
- axé sur les priorités;
- précisant les responsabilités et les échéanciers;
- gérant les attentes irréalistes des clients;
- faisant connaître le sondage auprès des clients et le plan d'amélioration;
- créant une amélioration continue par l'établissement d'objectifs.

6. TAUX DE RÉPONSE

6.1. Au total, **116** personnes ont répondu au sondage. Il s'agissait pour 85 d'entre eux de clients externes, tandis que 31 autres venaient du Secteur des sciences de la Terre de Ressources naturelles Canada (clients internes).

6.2. Seuls les clients internes ont été invités à répondre aux questions liées à la prestation des services. Pour toutes les autres questions, les réponses ont été données par les deux groupes de clients (internes et externes).

Figure 1



Clients externes : **85**

Clients internes : **31**

TOTAL : 116 RÉPONDANTS

6.3. Des 116 répondants, **65** (56 p. 100) ont mentionné avoir fait l'acquisition d'au moins un produit l'an dernier.

Figure 2

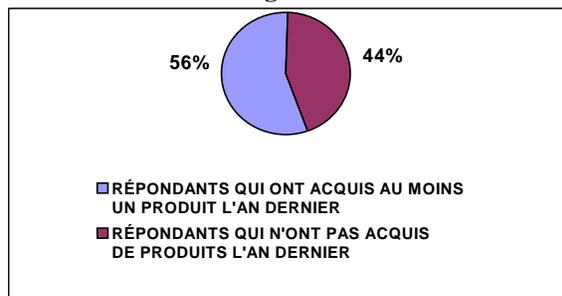
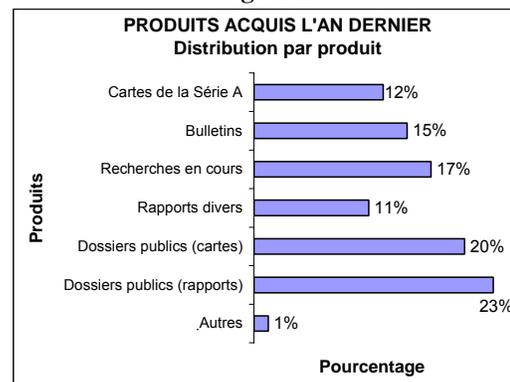


Figure 3



6.4. Des 31 clients internes qui ont répondu au sondage, **23** (74 p. 100) ont mentionné avoir reçu au moins un service au cours de l'année écoulée.

Figure 4

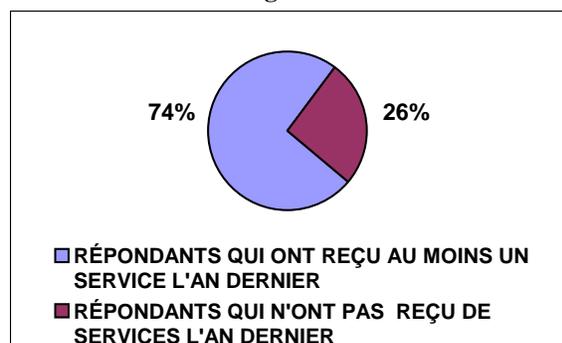
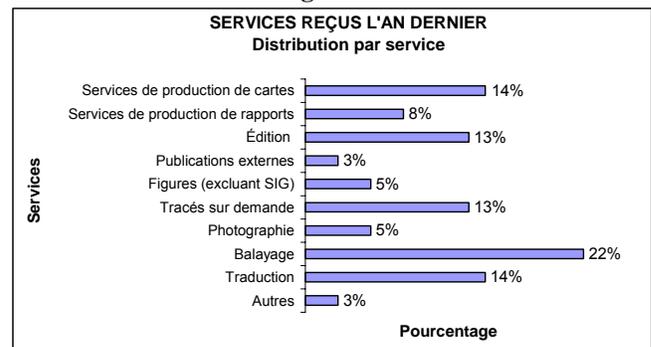


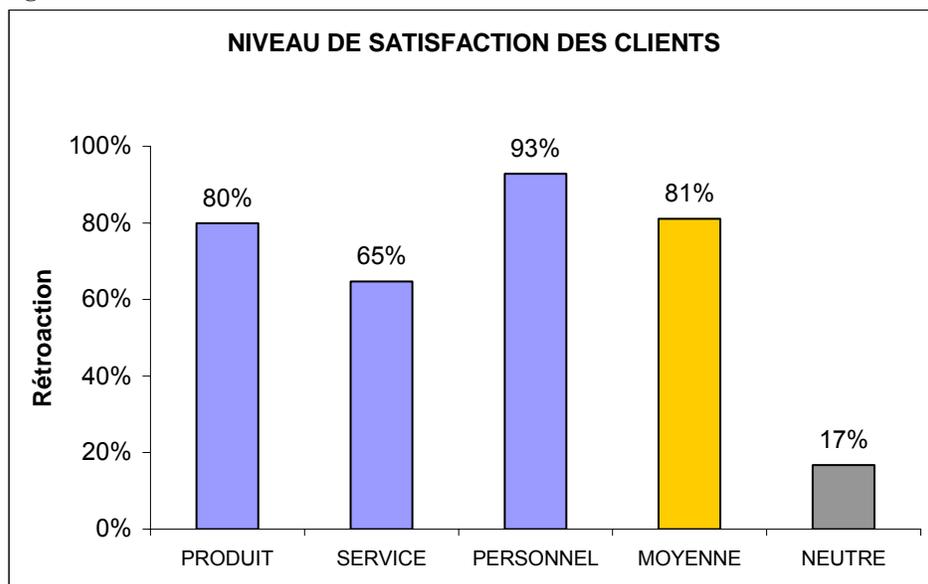
Figure 5



7. ÉVALUATION GÉNÉRALE ET POINTS SAILLANTS

- 7.1. Les répondants qui ont reçu des produits et des services étaient automatiquement dirigés vers les questions visant à coter leur niveau de satisfaction concernant divers aspects de notre organisation. Toutefois, dans un fort pourcentage de cas, les répondants ont passé ces questions comme étant sans objet (S.O.). Voici en pourcentage la ventilation des répondants ayant indiqué S.O. :
- 41 p. 100 des 65 répondants potentiels aux questions liées aux produits;
 - 63 p. 100 des 23 répondants potentiels aux questions liées aux services;
 - 79 p. 100 des 78 répondants potentiels aux questions liées au personnel;
- 7.1.1. Par conséquent, 38 répondants ont donné une cote de satisfaction concernant les produits, 9 concernant les services et 18 concernant le personnel. Ces chiffres ont permis d'évaluer la satisfaction des clients telle que précisée aux sections 11 et 12 du présent rapport. Les figures 6, 7 et 8 qui suivent sont des moyennes prises aux sections 11 et 12.
- 7.1.2. Le pourcentage relevé de S.O. illustre que l'intérêt du répondant à répondre à ce genre de question est secondaire (de faible importance). On peut en tirer la conclusion que les répondants sont satisfaits du service offert, mais qu'ils ont simplement sauté ces questions. Il faudra examiner cet aspect lors de la préparation des questions des sondages futurs.
- 7.2. Les répondants ont manifesté plus d'intérêt lorsqu'il s'agissait de donner des observations et de répondre aux questions sur les séries de publications de la CGC et sur la production de publications scientifiques. Nous avons obtenu 89 observations.
- 7.3. Le niveau général de satisfaction des clients (produits, services et personnel) donne une moyenne de **81 p. 100**. Le personnel a reçu la cote la plus élevée (93 p. 100) et les services, la plus basse (65 p. 100).
- 7.4. Le niveau de satisfaction des clients à l'égard des produits et des services (donc, en excluant la satisfaction à l'égard du personnel) est de **72,5 p. 100**, dont 52 p. 100 de très satisfaits. En moyenne, 17 p. 100 des répondants ont attribué la cote 3 (neutre).

Figure 6



7.5. Tel qu'on le constate à la figure 7, les clients étaient plus satisfaits des produits que des services (80 p. 100 comparativement à 65 p. 100). En ce qui a trait aux coûts, la cote était environ la même, tant pour les produits que pour les services. Les aspects accessibilité et opportunité des services (rapidité) ont reçu les cotes les plus faibles.

Figure 7

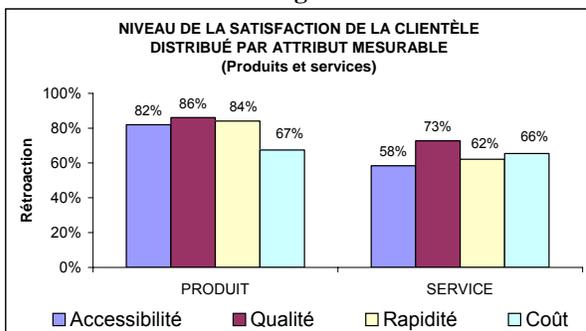
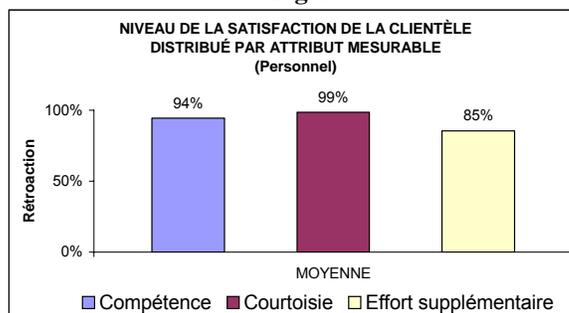


Figure 8



7.6. Les cotes concernant la compétence et la courtoisie du personnel étaient très élevées (94 p. 100 et 99 p. 100). À l'énoncé « Le personnel a fait un effort supplémentaire pour s'assurer que j'obtienne ce dont j'avais besoin », 85 p. 100 des répondants se sont dits d'accord.

7.7. Résultat

7.7.1. Produits : nous constatons à la figure 9 que 21 p. 100 des répondants n'ont reçu de notre organisation qu'une partie des produits dont ils avaient besoin (total, 65 répondants potentiels).

7.7.2. Services : si nous comparons la figure 10 à la figure 7, nous constatons que 91 p. 100 des clients externes ont reçu ce dont ils avaient besoin, même si leur niveau de satisfaction n'était que de 65 p. 100 pendant le processus de publication (total, 23 répondants potentiels).

Figure 9 (Produits)

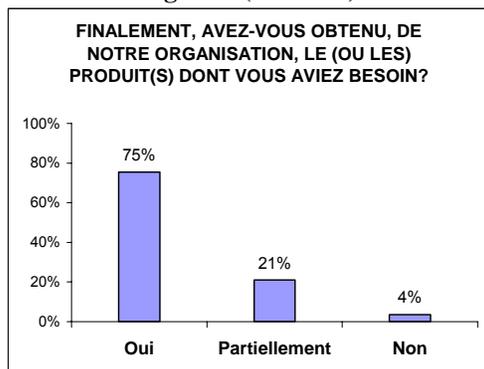
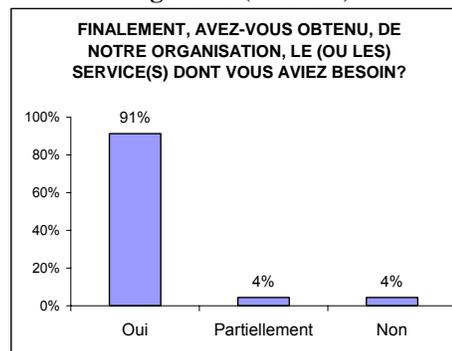


Figure 10 (Services)



7.8. Les séries de publication scientifique de la CGC, selon 73 p. 100 des répondants, est ce qui répond le mieux à leurs besoins pour publier de l'information scientifique.

7.9. Au total, 51 p. 100 des répondants ont mentionné savoir que le site Web de la librairie de la CGC est leur principale source d'information, tandis que 36 p. 100 ont mentionné la circulaire d'information de la CGC.

7.10. Au départ, 46 p. 100 ne savaient pas avec qui communiquer pour obtenir tel produit. Le résultat est 61 p. 100 à l'égard des services.

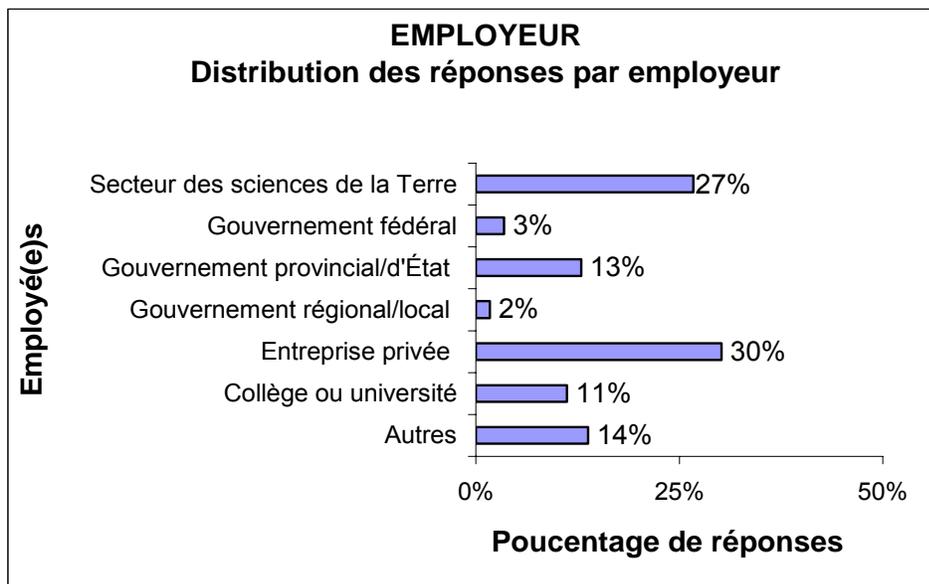
7.11. Parmi les répondants, 86 p. 100 connaissaient nos produits, 70 p. 100 ont coté nos produits comme étant pertinents et 46 p. 100, très pertinents (17 p. 100 étaient neutres), et 82 p. 100 étaient satisfaits de l'accessibilité des produits et 62 p. 100, très satisfaits (12 p. 100 étaient neutres).

- 7.12. Mentionnons que 91 p. 100 des clients internes connaissent nos services, 47 p. 100 les ont cotés comme pertinents, 26 p. 100 comme très pertinents (26 p. 100 étaient neutres) et 59 p. 100 étaient satisfaits de l'accessibilité des services (26 p. 100 étaient neutres).
- 7.13. Le nouveau site de téléchargement numérique GÉOPUB est connu de 61 p. 100 des répondants; 73 p. 100 des répondants ont mentionné qu'ils utiliseront à l'avenir ce site Web.
- 7.14. Seulement 50 p. 100 des répondants ont mentionné pouvoir trouver l'information décrivant leurs produits.
- 7.15. Les rapports et les cartes des dossiers publics étaient les produits les plus populaires (figure 3), tandis que les rapports divers étaient les moins populaires.
- 7.16. Les clients internes ont souligné utiliser tous les services. La demande est moindre pour les publications externes et les photographies (figure 5).
- 7.17. Les observations des clients figurent à la fin du présent rapport. Voici certains des thèmes :
 - Disponibilité, accessibilité des données numériques (téléchargement gratuit, GÉOPUB);
 - Réduire le délai nécessaire au processus de publication;
 - Ajouter une nouvelle série de publications entre les cartes des dossiers publics et de la série A;
 - Les dossiers publics sont une bonne façon de publier dans un court délai et à moindre coût des données volumineuses.

8. DONNÉES SUR LES RÉPONDANTS

8.1. Employeur

Figure 11

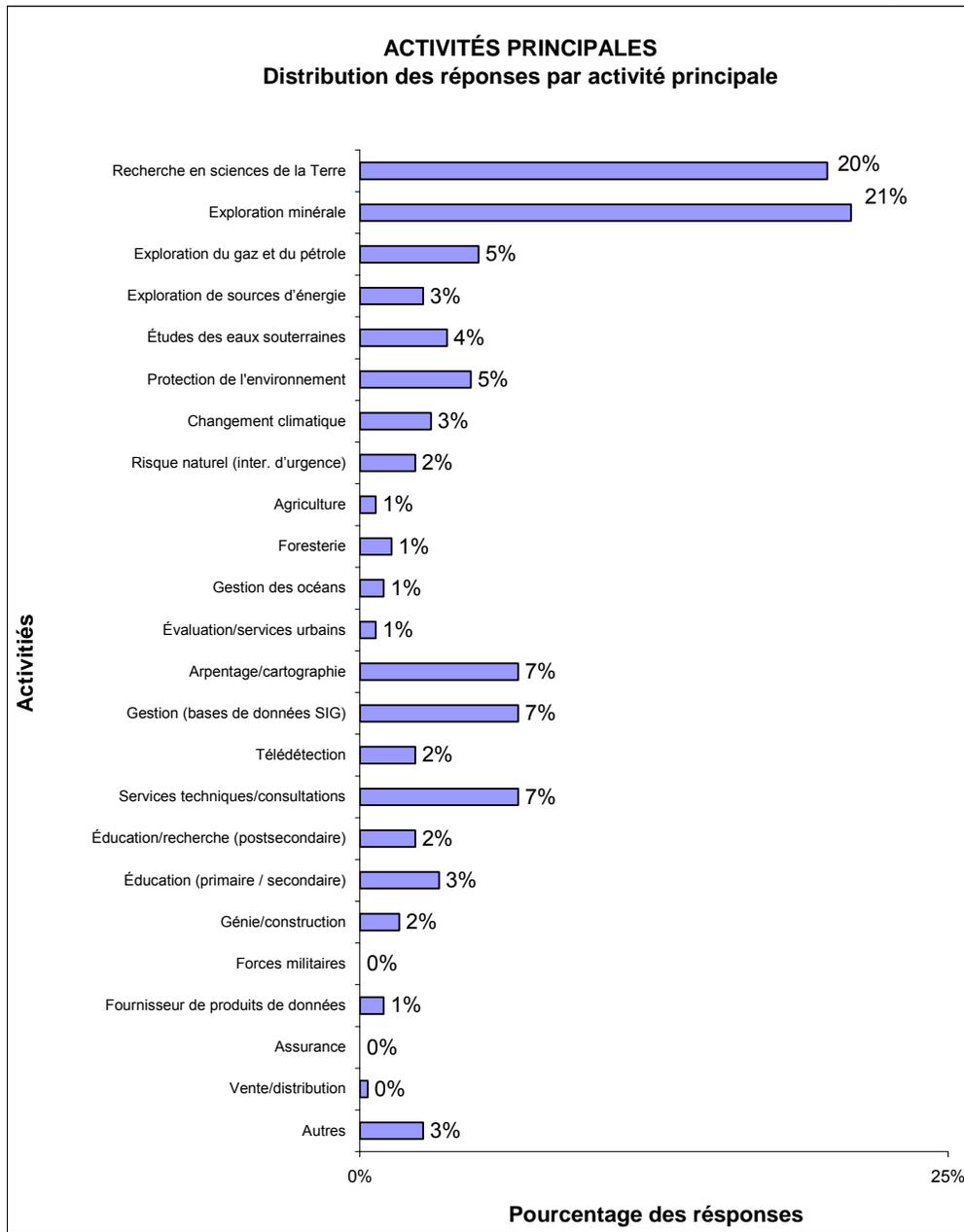


Autres employeurs mentionnés :

- Consultant de l'unité MDRU, industrie, de l'UBC, chercheur universitaire
- Ancien employé des levés provinciaux
- Organisation autochtone
- British Geological Survey
- Enseignant au secondaire, TCDSB
- Société publique d'exploration minière
- Personne retraitée
- Travailleur autonome

8.2. Activités principales

Figure 12



Autres choix d'activités mentionnés :

- Connaissance de l'industrie... renseignements d'exploration applicables et
- Installation des dépôts pour conservation et gestion
- Métallurgie et restauration des eaux minières
- Laboratoire d'analyse
- Évaluation de l'état des bassins hydrographiques des sols, géomorphologie fluviale
- Cartothèque - Université de Sherbrooke
- Pompier de carrière
- Gestion des situations d'urgence
- Administration des droits miniers
- Fournit de l'information géologique/minière et location à condition, métaux et non-métaux

9. CONNAISSANCE DES RÉPONDANTS (produits et services)

9.1. Niveau de connaissance

Figure 13 (Produits)

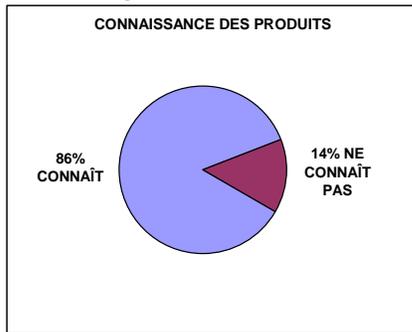


Figure 14 (Produits)

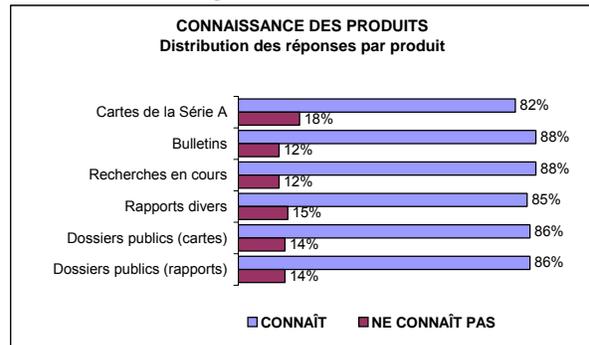


Figure 15 (Services)

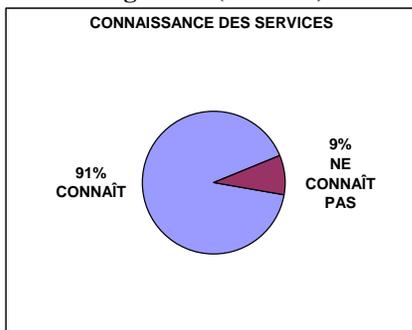
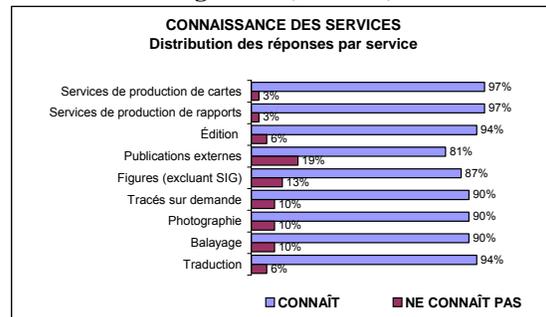


Figure 16 (Services)



9.2. Pertinence (niveau d'importance)

Figure 17 (Produits)

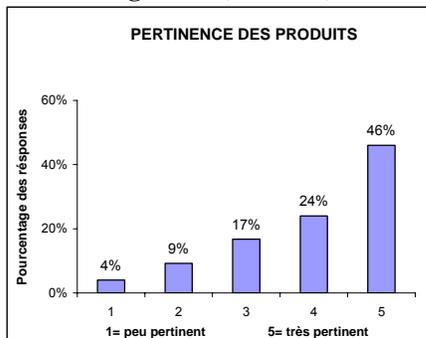


Figure 18 (Produits)

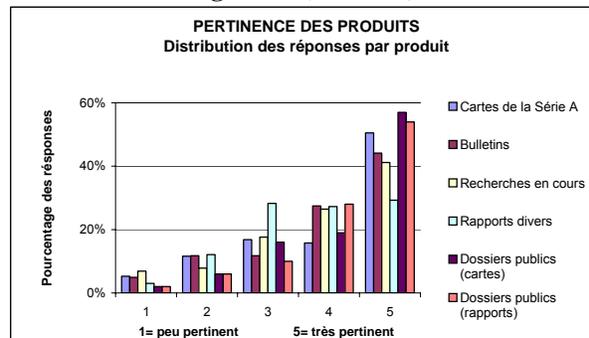


Figure 19 (Services)

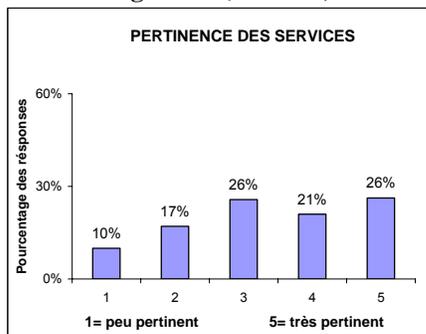
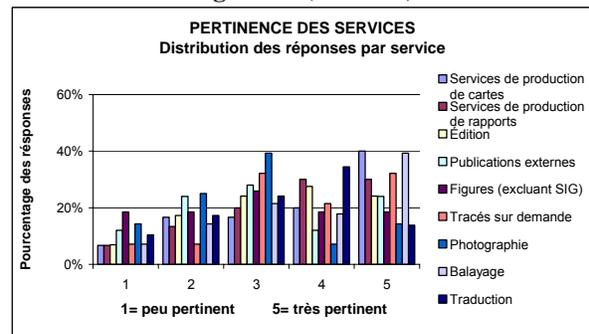


Figure 20 (Services)



10. ACCÈS ET INSTALLATIONS

10.1. Personne-ressource

Figure 21 (Produits)



Figure 22 (Produits)

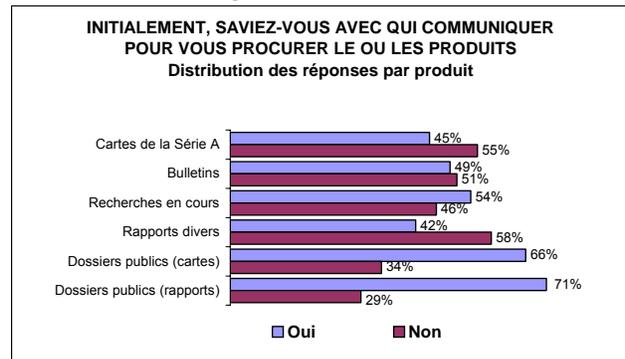


Figure 23 (Services)

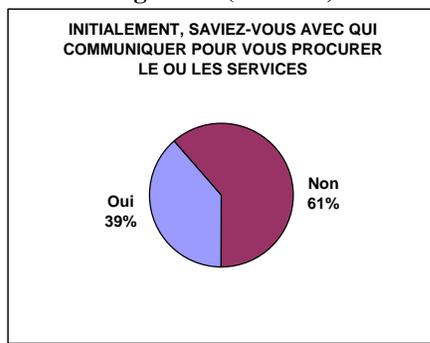
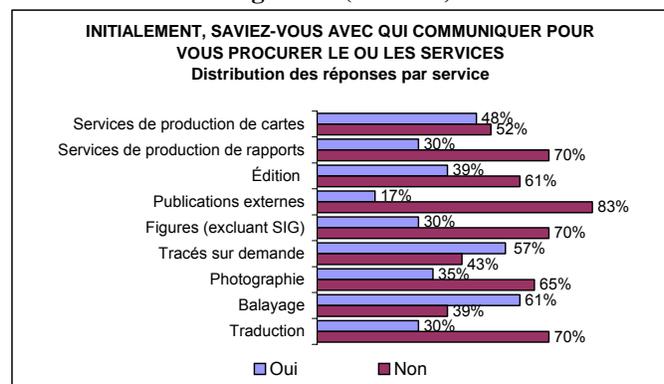


Figure 24 (Services)



10.2. Moyens d'acheminement

Figure 25 (Produits)

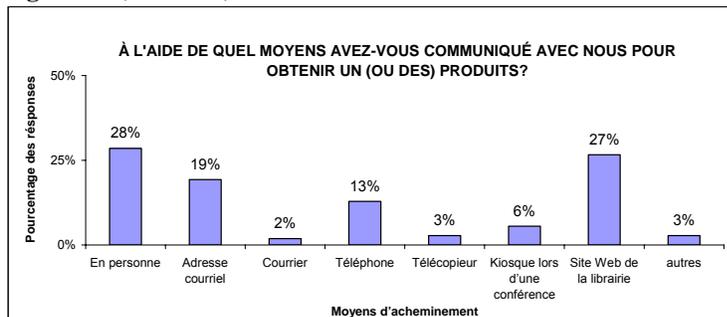


Figure 26 (Produits)

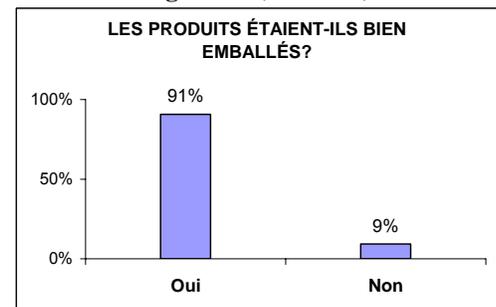


Figure 27 (Services)

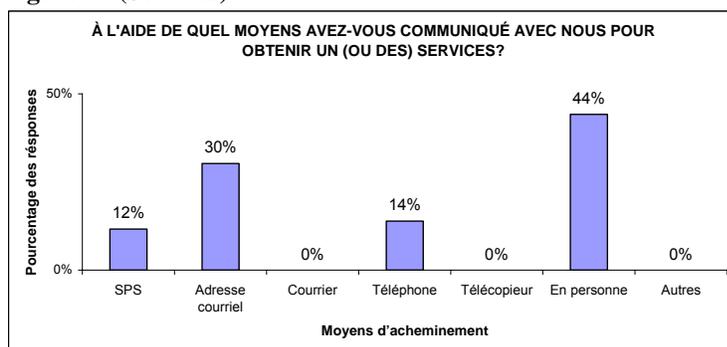
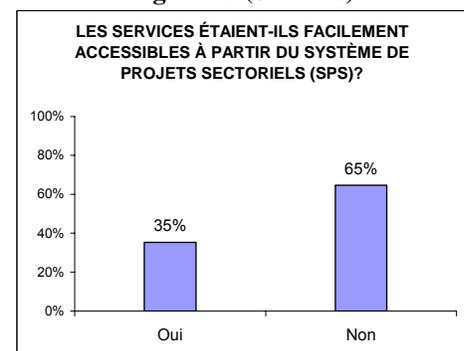


Figure 28 (Services)



11. SATISFACTION DES CLIENTS (produits et services)

11.1. Accessibilité

Figure 29 (Produits)

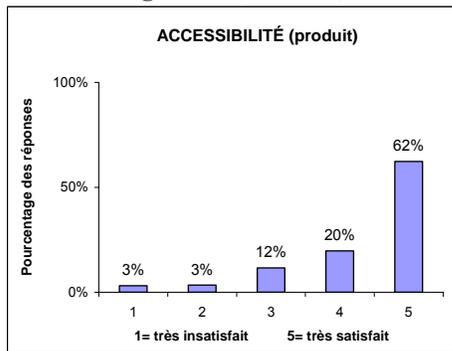


Figure 30 (Produits)

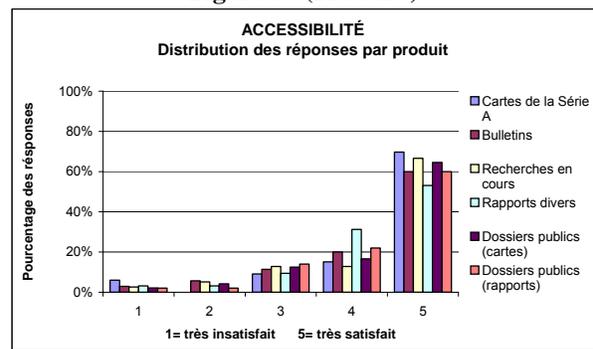


Figure 31 (Services)

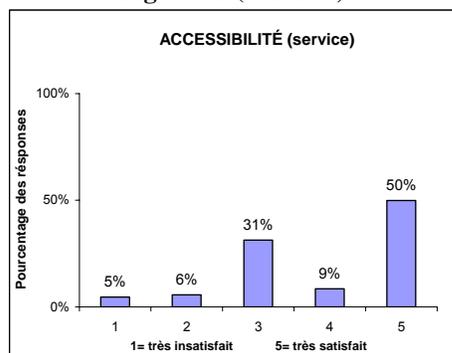
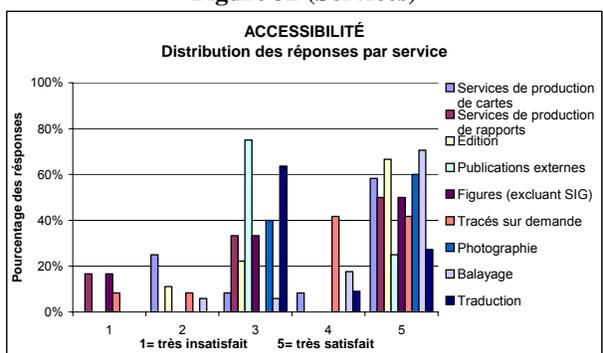


Figure 32 (Services)



11.2. Qualité

Figure 33 (Produits)

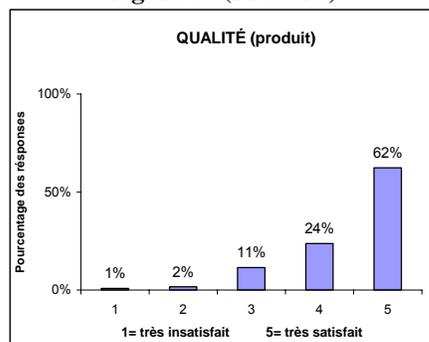


Figure 34 (Produits)

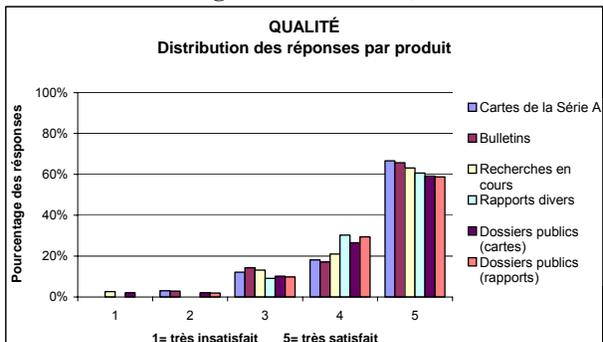


Figure 35 (Services)

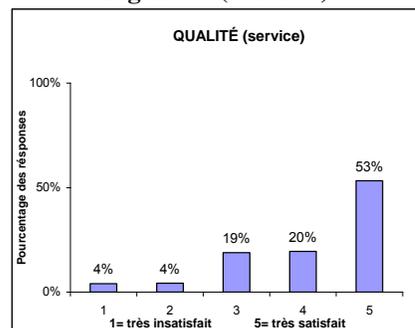
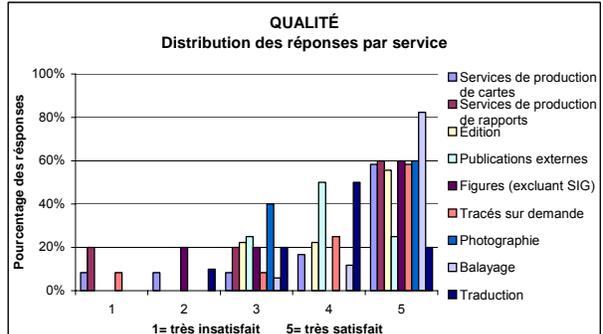


Figure 36 (Services)



11.3. Opportunité

Figure 37 (Produits)

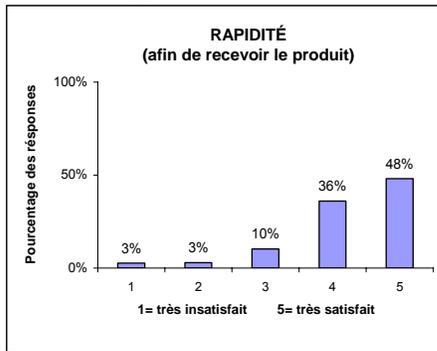


Figure 38 (Produits)

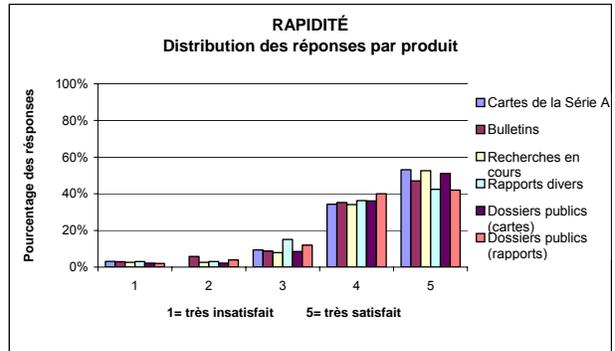


Figure 39 (Services)

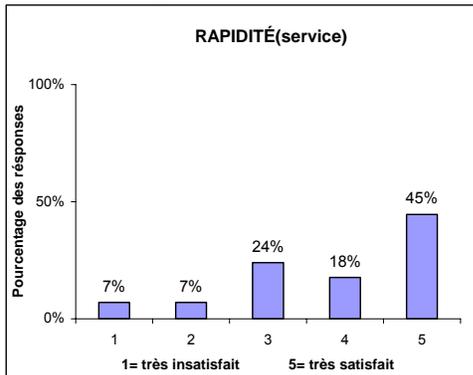
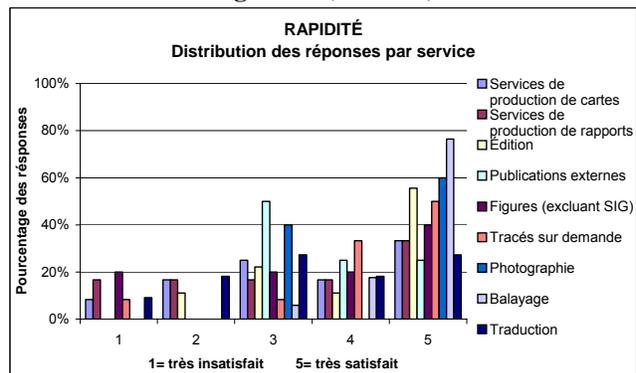


Figure 40 (Services)



11.4. Coût

Figure 41 (Produits)

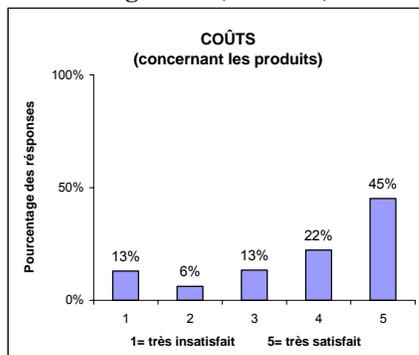


Figure 42 (Produits)

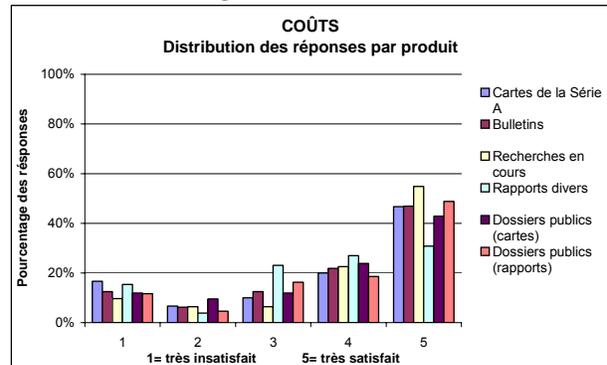


Figure 43 (Services)

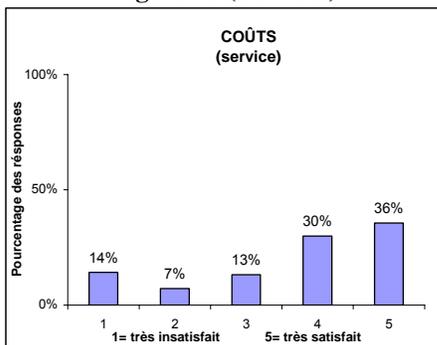
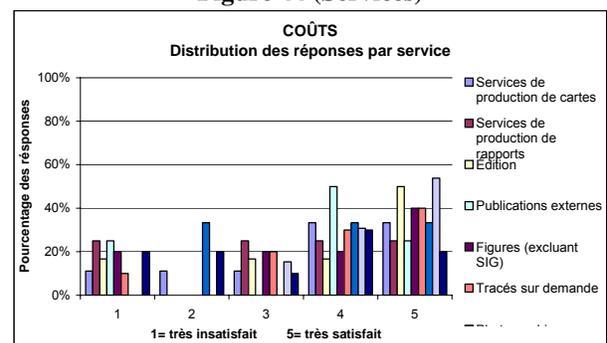


Figure 44 (Services)



12. SATISFACTION DES CLIENTS (personnel)

12.1. Compétence

Figure 45

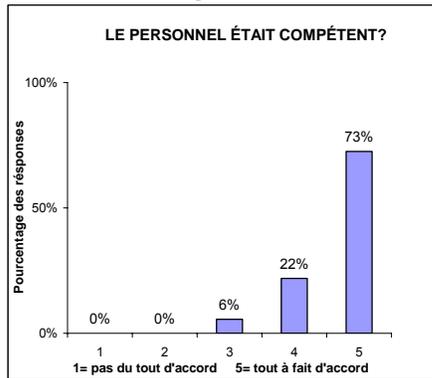
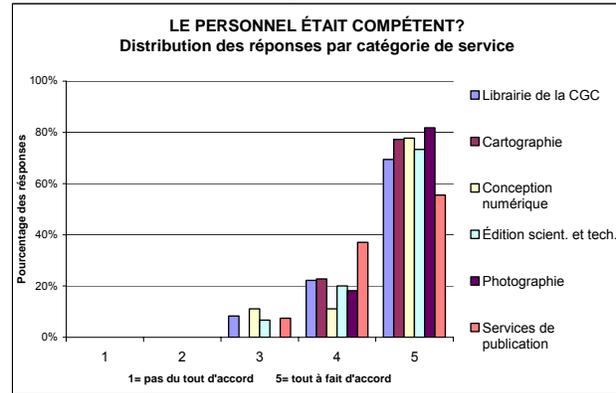


Figure 46



12.2. Courtoisie

Figure 47

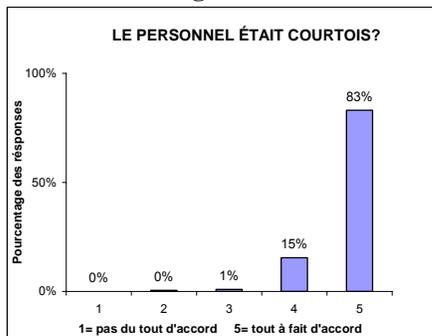
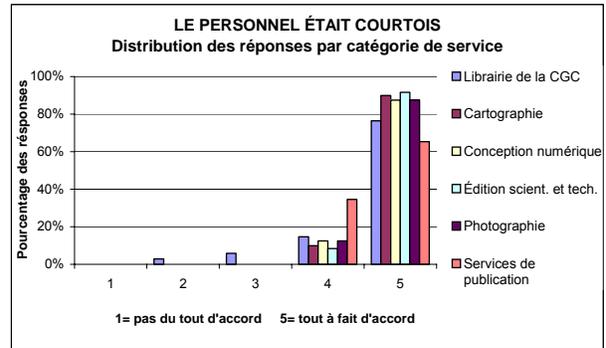


Figure 48



12.3. Effort supplémentaire

Figure 49

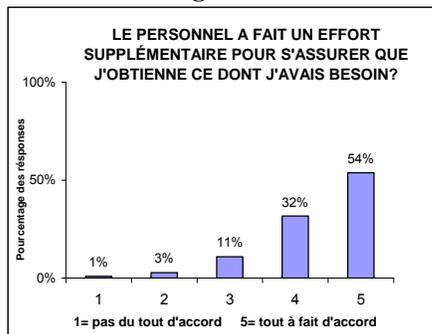
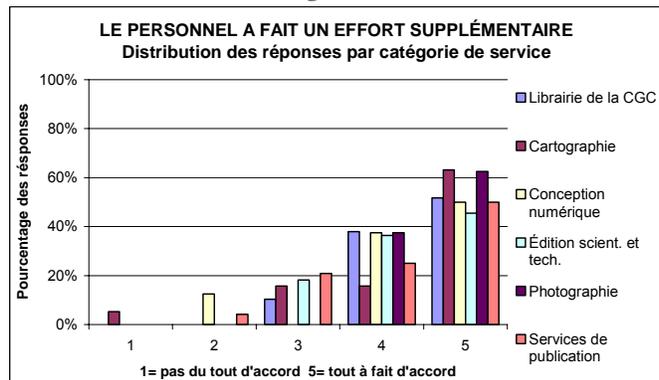
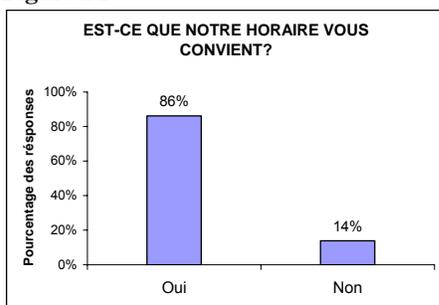


Figure 50



12.4. Horaire de service

Figure 51



13. INFORMATION (sur la description des produits et services)

13.1. Accessibilité

Figure 52 (Produits)

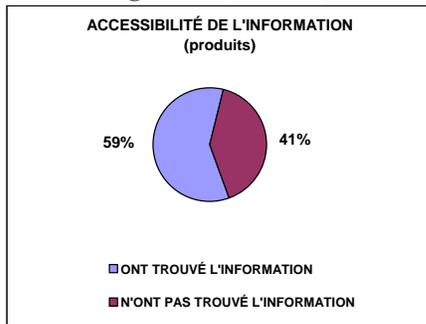


Figure 53 (Produits)

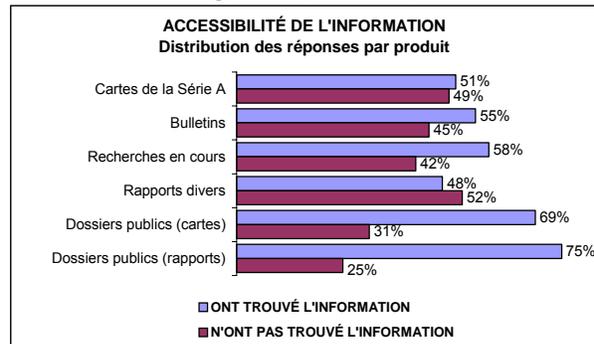


Figure 54 (Services)

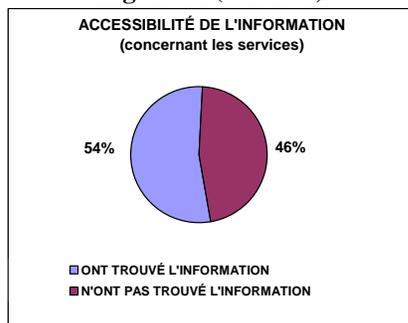
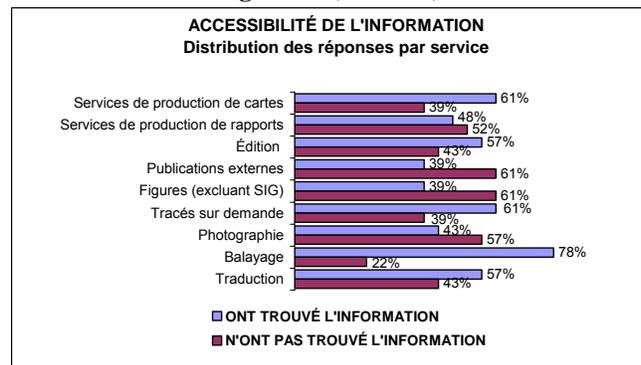


Figure 55 (Services)



13.2. Utilité (niveau d'importance)

Figure 56 (Produits)

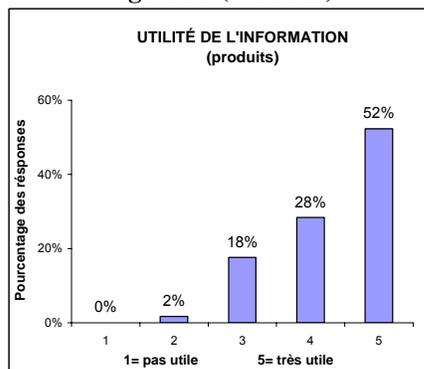


Figure 57 (Produits)

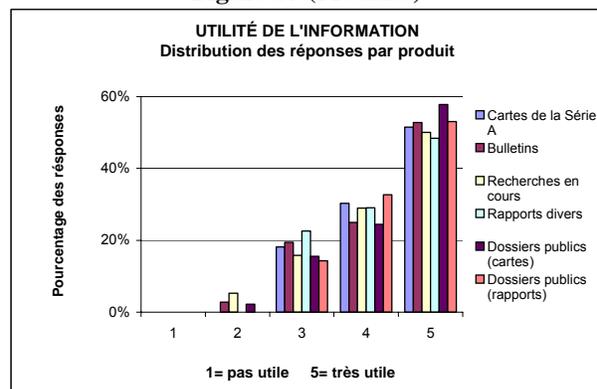


Figure 58 (Services)

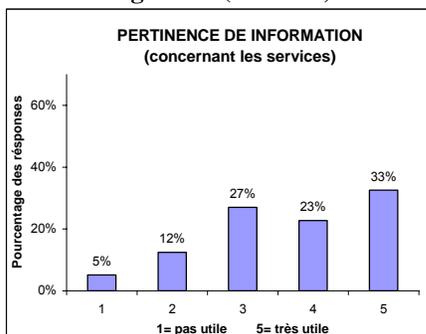
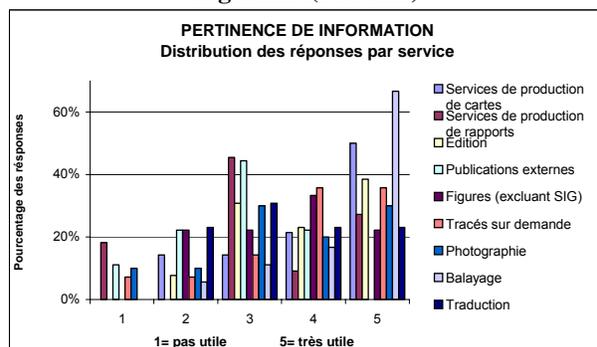


Figure 59 (Services)



14. RÉTROACTION/COMMENTAIRES

AU TOTAL, NOUS AVONS REÇU 89 COMMENTAIRES/RÉTROACTIONS.

Figure 60

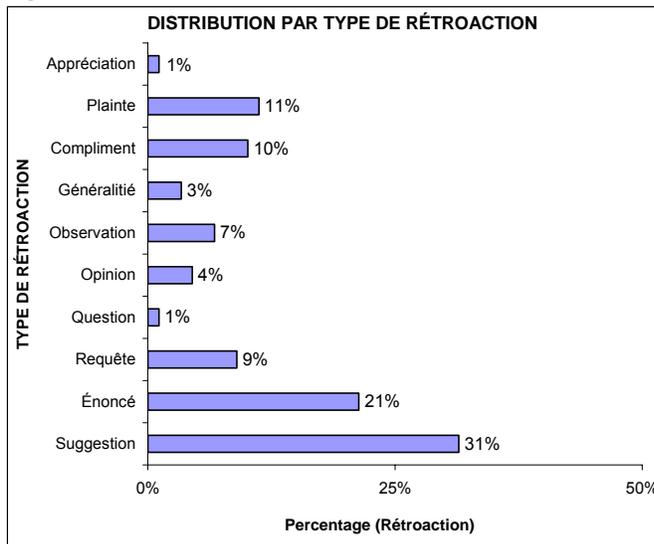


Figure 61

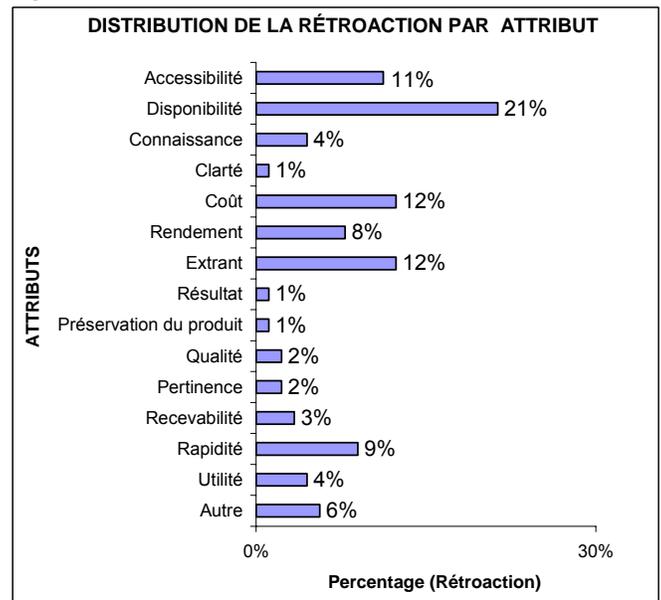


Figure 62

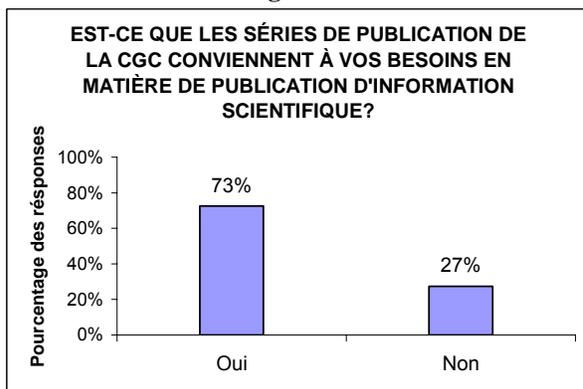
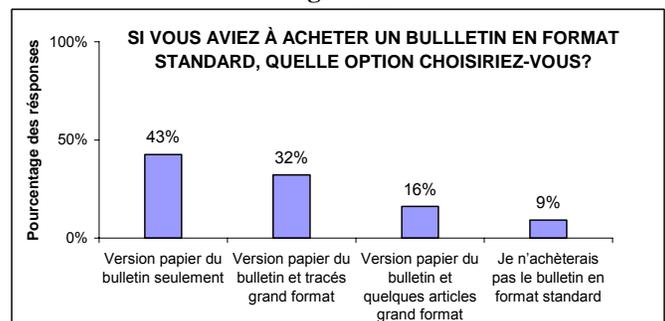


Figure 63



REMARQUE : Toutes les observations qui suivent figurent dans la langue des répondants.

QUESTION: Que suggérez-vous comme autre série, plus pertinente, pour représenter les données scientifiques ou comme amélioration à apporter aux séries existantes?

- 1) Stop the so called "cost recovery" mode of operation. Small companies like ourselves often find we cannot afford the cost of certain satellite items. So we are blocked from that venue.
- 2) The SPS system and costing of GSC publications is inadequate for the production of GSC Bulletin-type publications. Costing is locked into the FY system but the submission of the Bulletin operates in a 'real' world time frame which means submission commonly will be late. The two systems are not compatible.
- 3) Looking for support material to deliver Earth Science course for students in Canadian Geography
- 4) GSC is one source of scientific information
- 5) Much of the research will sit not be reused. A larger portion of what the GSC does should relate to what is happening in the Canadian Geology scene - be it the diamond rush base metals gold coal oil - and focus a larger % of project dollars where

- 6) In the old formats yes but in the up-coming digital forms not always.
- 7) Good for some but not all. Like partnerships.
- 8) We use the Open File series to quickly release data to the mineral and hydrocarbon exploration industry although the data are typically finalized. We are happy to continue using this series to release aeromagnetic data as long as it is understood a
- 9) Current Research has become almost invisible and Bulletins are generally too costly for programs. Placing a stronger emphasis on links to CR and OF from Program web sites might help but I am not sure what would make for the most effective strategy.
- 10) Though now retired and an emeritus scientist I was a research Scientist. When it came to promotion GSC publications did not count as much as external peer-reviewed Journal publications so I never published a lot through the GSC. What were very useful were the Open File series to get voluminous data and information out; Current Research for getting a short important note out fast in the public domain; and Bulletins for getting final extensive reports out that were too big for external Journal publication.
- 11) I need old out of print GSC bulletins
- 12) less costly bulletins (SPS)
- 13) For me this is not just a yes/no question.
- 14) None at this time
- 15) Quicker data releases are essential - too much data is sitting in file cabinets...
- 16) more on-line downloadable documents should be made available
- 17) old annual report style but digital
- 18) Current research is too short to explain complex geological problems need a in-depth report or final report to discuss final results also need to be able to access digital versions of older reports
- 19) introduire quelques sujet sur exploration e exploitation de diamant.
- 20) should be a clearer distinction between preliminary map publications (original intention for open file maps?) and publication of finalized maps should be mandatory A series release or bulletin
- 21) Add e-series
- 22) Il faudrait établir un type de publication similaire au "Paper" que nous avons avant.
- 23) Need a paper series between bulletin and open file so that open file can return to a real "preliminary" status
- 24) Entre dossiers publics et Bulletins; preliminary dataset release
- 25) Improve the peer-review process to outside journal standards to address uneven scientific quality.
- 26) Faster turn around time for current info

QUESTION: Avez-vous des suggestions pour rendre plus efficace la méthode de publication des bulletins?

- 27) Stop thinking that you are publishers and sellers. You are doing a really bad and not doubt costly job at it. Government's responsibility undertake that which 1) will benefit the nation as a whole and 2) cannot at the time be reasonably expected to be provided by the private sector. Your responsibility should be to insure the quality of research and timely availability of same. Don't waste another sheet of paper on open reports the author is doing everything on computer - put it on-line as is at the earliest possible and encourage feedback (open review). As for final products content is the important thing not form that may have been state of the art 50 years ago. Again Everything on line. I have a client who barely two years ago would not use the internet for fear viruses would almost certainly steel/destroy her company's data (she's paranoid). CCRA's embracing of e-everything (with a good touch also of making the old options more inconvenient) has left her wondering her ever found the time to do things the old way (still paranoid -it's into the site get or fill out the form and get off asap). Stop fostering inefficiency. As for maps freely publish the data and develop as set of standards for accuracy of graphic publication/presentation by private sector initiative. As an example of tools available I have a great GIS package called Manifold that cost \$245.00US. Under \$100.00 more for a colour printer. That's pocket change to your local nimby group (assuming they can find a gis geek). Add a decent plotter for few thousand and even a small consulting firm will be able to produce what you provide now; and do it faster with more potential flexibility and little if any more cost. I'm an active user of government on-line technical material. That my two cents worth.
- 28) Does the CD-ROM also include a digital version of the report or just the oversized items?
- 29) no paper version - just CD-ROM or DVD
- 30) CD only (PDF .xls .arc etc.)
- 31) as downloadable PDFs on your web site
- 32) I would prefer to download immediately and print at our location. We can print large maps. Free is better.
- 33) I would purchase digital only version if this were available in Question 34.
- 34) Although still like reading hard copy versions of reports and maps digital versions(.pdf?); release maps data etc. as geotiffs (map face only)
- 35) Je ne comprend pas pourquoi la vérification des Cartes de Série-A prend autant de temps spécialement lorsqu'elles sont faites par du personnel de ESS-Info.
- 36) yes release all your data primarily as digital products. such an archaic format as a bulletin and concentrate on getting the info out FASTER! By the time GSC gets around to publishing anything it's usually so old that no one is particular
- 37) The whole thing paper copy and oversized items on a cd rom or for download on the internet
- 38) go back to paper or at least something where accompanying maps can be downloaded in common office environment
- 39) add straight cdrom or on-line downloads
- 40) as pdf files downloaded through the web site
- 41) Available for free (or nominal cost) downloads
- 42) I think making it available and not charging for it makes it more accesible globally if you have a web delivery system set up. After all you are trying to encourage Geosciences and Mineral activities - not a revenue generating business - if that was the
- 43) Co-publication with specialized society relevant to the subject.
- 44) Paper copies and copies of all oversized figures printed at the highest quality are essential for long-term archival purposes and for distribution to university and industrial libraries.
- 45) Il faudrait accélérer le processus de révision à l'interne. Il est présentement beaucoup trop lent. Certains chercheurs(euses) optent pour un autre type de publication en raison des long délais associés à la publication d'un bulletin de la CGC.

QUESTION: Pensez-vous utiliser le nouveau site de téléchargement à l'avenir?

Figure 64

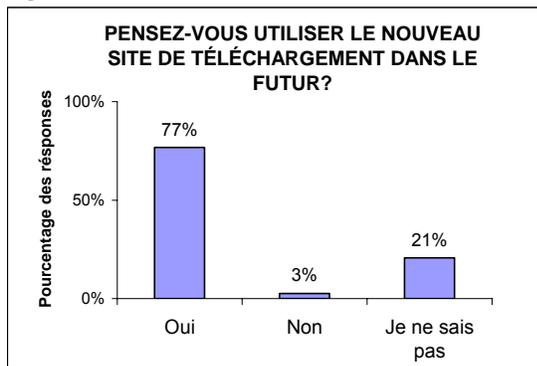
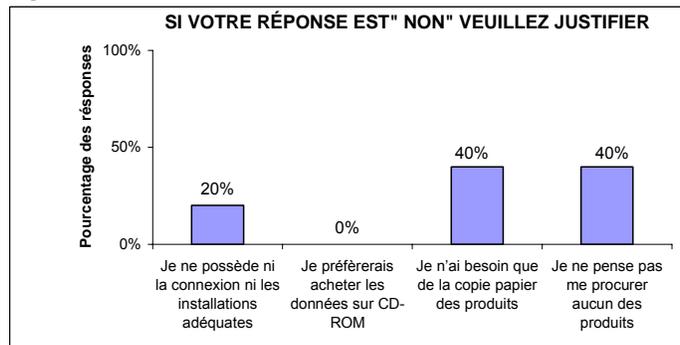
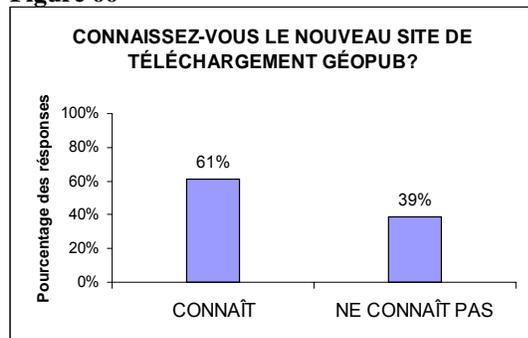


Figure 65



Veillez noter que seulement 3% des répondants ont répondu non (ref: figure 64).

Figure 66



46) I am having trouble with the ftp connection timing out

47) you need to have them accessible from the main NRCan website not buried down 8 layers. And not go through geoscan when the order number is known.

QUESTION: Laquelle ou lesquelles de ces sources d'information sur les produits connaissez-vous?

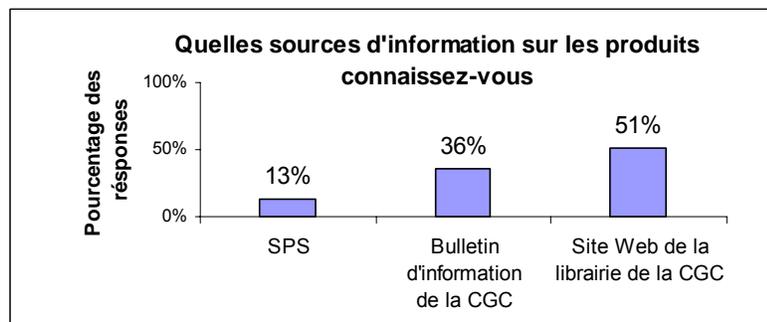


Figure 67

48) May be accessing SPS pages but do not recognize the name.

49) SPS is useless

50) personal contacts

51) Working relationship with Cartographic Section and ESS Publication

52) GEOScan database

QUESTION: Nous aimerions recevoir vos commentaires et rétroaction en ce qui a trait à nos produits et/ou services.

53) Overall I am very satisfied with the products of scientific research published by the Department

54) I have a lot of calls from people outside the govt who can't access our products from the existing website. This really has to change.

55) Geoscan is very user-UNfriendly and so is the Mirage database. It is very difficult to call up the products you are looking for unless you already know the product number and therefore don't need the database. There seems to be a lack of commitment to customer service in the production stream particularly with poor communication between editorial staff in Ottawa and the scientists. There is a lack of capacity in production especially in the regional offices.

- 56) Instead of promoting people based on the number of peer-reviewed publications which still appears to be the perception on which decisions of they type are made you should reward and promote people based on the amount of data that they release to the pub
- 57) L'information n'est pas toujours facile à trouver sur le site web de SST.
- 58) Essential to have better management of producing sections such that publications are mmore timely and that the data behind the publications gets out.
- 59) STOP selling products! there is no economic justification for selling geological reports and maps - you can't recover any project costs and it only costs you more to maintain a selling organization. Give your data/reports/maps away as digital products and
- 60) The GSC seems to be 10 years behind industry and the Canadian Geoscience scene. Projects are so academic and there is a lot of arrogance with many GSC Geoscientists and they act like they know it all when entering a new area where others have been activ
- 61) The GSC website has progressed well in the last year. Keep up the great service. I really like the ability to download material off the internet - it is more time and cost efficient for all involved - especially when free. The GSC website is very good and one of the better ones out there now however the DIAND NORMIN website is currently in my opinion the best site for accessing data - I think it is an excellent idea that if you want a cd copy you pay for it but if you can download it it is free; almost everything is downloadable - some files are a bit too large to do so - however they have broken up these reports so you can download it in smaller sections.
- 62) The new digital download service is a very useful initiative and should be encouraged
- 63) Excellent products & services. A valuable Canadian information source. Keep up the good work!
- 64) I think within the budget constraints .. you are provding well.
- 65) I have always found the bookstore staff helpful on the relatively few occassions I use the bookstore
- 66) You guys are fantastic. Keep up the great work.
- 67) I have very high regard for cartography and photography services and also editing and translation.
- 68) The digital download of data is extemely convenient especially for in house clients.
- 69) Merci beaucoup très bon service surtout si on réussit à uniformiser le tout à travers le Canada.
- 70) Iam a hobby novice rock hound just looking for information
- 71) I am interested in what similar agencies provide. That is how I used your site. Thank you.
- 72) The constant pressure of cost-effectiveness must be weighed against the long-term (5-10 years and longer) value of GSC publications. Obviously the cheapest approach is to publish nothing but there can then be no benefit for the costs of research and support. The proportion of total costs spent on publication and distribution are out of balance (they are too small) in comparison to salaries research costs and support services. If we do not spend enough on quality control (scientific and technical) dissemination and distribution then we are wasting efforts made at the research end.
- 73) i received two very large maps rolled up in a cardboard tube but the postal system managed to bend the tube in several places with the result that the maps took on permanent wrinkles and "stretch marks". A sturdier tube is required.
- 74) Je suis Angolais quelles sons les methodes de payment et comment rejoindre vos produits.
- 75) I may not be completely informed about the Sector Project System. I thought the results of the projects were published through 2 and 3 in query 38?
- 76) this survey is too detailed for an occasional user like me -- I'm just searching for a few back issues (from the 1960's to 80's) of GSC bulletin
- 77) As an emeritus scientist I tend to use the library services rather than aquire publications
- 78) Digital acquisition in PDF format is vobry convenient. I use the library for obtaining hard copy when necessary.
- 79) I haven't fully taken advantage of your products in recent years but I anticipate that in the near future I will.

- 80) Some of questions e.g. Question 7 are obtuse. Very little idea what the intent of it is.
- 81) the cost of operating the gsc does not vary very much with the quantity of product shipped. paper costs are low as are CD blanks/prints. satellite costs are huge but they are fixed and if you try to pay for the satellite at \$3000/image you will get a sm
- 82) Although I rarely find anything of specific interest (much of your products are of general interest) I do like to be informed of your new releases on a regular basis. I have bought some data from provincial surveys. I envy your data prices (free to a few
- 83) I stumbled upon the web-site by chance. On thing that I would recommend is an list of the publications that one could view as at times I know the general vicinity in British Columbia but not authors. My name searches (by lake for example) often come up with no results. If I could actually see what publications could be downloaded that would be of help. Thank you
- 84) I believe the downloads at download sites should be free for all aspects of data collection salaries and production have been previously paid for by tax payers.
- 85) It would be good to have all out of print bulletins maps etc scanned and available as .pdf documents I think you may have that process underway already.
- 86) Publishing digitally is the way to go!!!! After 20+ years in engineering my office is overfull with paper copies of reports I rarely refer to anymore. Having them digitally is environemtnally friendly and saves space in my office. Alos easier to find on
- 87) The move to free downloadable documents on the web is great. Keep it up and expand it. Check out what the USGS has done; you can download "classic" reports from the past (e.g. 1920s to present). On-demand printing (with various options for oversize fi
- 88) It would be of greatist utility if the organization would provide project funding so that we could use the publishing services.
- 89) I often use the USGS website because there is so much information that is free to download. There is abundant groundwater information on the USGS site. But I would read more information if is was free and easy to download and relevant to my field- ground.