

MISSION ACCOMPLIE

Les sites Web renouvelés des missions donnent un aperçu informatif, cohérent et intéressant du Canada. Par Martha McLean

Les nouveaux sites offrent aux internautes les avantages suivants :

- ▶ ils sont conçus en fonction de l'utilisateur, il est facile d'y naviguer et les renseignements qu'ils comprennent sont bien organisés et présentés;
- ▶ ils contiennent de nouvelles bannières qui ciblent des publics clés canadiens et non canadiens.

Dès le début d'Internet au MAECI, nos missions à l'étranger ont reconnu l'intérêt de rendre des renseignements et des services accessibles par voie électronique, et elles ont commencé à élaborer des sites Web.

Même si ces sites étaient utilisés aux fins prévues et répondaient aux besoins des publics cibles, la présence internationale du Canada dans le Web était un véritable méli-mélo de conceptions, de messages, de logos et d'approches, si bien que certains internautes se demandaient s'ils avaient en effet trouvé le gouvernement du Canada.

À la suite d'un vaste examen ministériel d'Internet, mené en 2006, RSS Communications électroniques (maintenant GLB) s'est mis à l'œuvre pour rétablir l'ordre dans ce réseau prometteur regroupant quelque 100 sites de mission, à l'extérieur des États-Unis et du Mexique. Ces sites proposent des renseignements et des services dans plus de 25 langues à un auditoire principalement international.

Grâce à ces sites Web, les non-Canadiens peuvent découvrir la riche diversité culturelle de notre pays ainsi que les possibilités d'affaires qui y sont offertes et son système d'éducation d'envergure mondiale. Ils peuvent aussi prendre connaissance des valeurs et des intérêts de sa population. Parallèlement, à l'échelle nationale, ces sites illustrent une dimension du travail efficace accompli par le gouvernement au profit des Canadiens.

Comment avons-nous fait pour venir à bout de l'énorme projet de renouvellement des sites Web tout en continuant de gérer le réseau déjà en ligne? Nous avons réussi grâce à notre vision ambitieuse et à notre esprit d'engagement. Notre objectif était d'améliorer l'efficacité et la convivialité de l'expérience virtuelle de manière à ce que le gouvernement du Canada puisse diffuser comme il se doit ses messages clés et ses publicités à l'étranger.

Après avoir passé des mois à examiner le contenu, analyser les statistiques, essayer différentes conceptions, définir le processus et élaborer le plan de projet, avec le concours de nos missions, nous avons lancé le premier site renouvelé en juillet 2007. Le dernier site sera achevé en décembre.

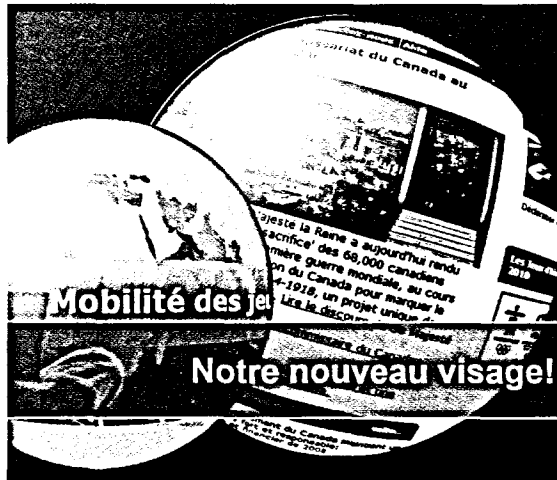
Nous poursuivrons l'évaluation et la mise au point de ce réseau en évolution. Nous continuerons aussi à améliorer le contenu et à élaborer de nouvelles campagnes. Ce faisant, nous recenserons et analyserons les besoins de nos utilisateurs, et nous solliciterons encore davantage la participation de nos partenaires.

Pour notre équipe, ce projet a été à la fois stimulant, exigeant, frustrant, monotone et enrichissant. La collaboration, la patience et l'appui de nos collègues des missions ont largement contribué au succès du projet. Je tiens également à souligner le remarquable dévouement de chaque membre de notre équipe. Nous sommes très fiers de notre travail, et cette importante initiative est une véritable réussite.

Il aurait été difficile pour GLB d'accomplir un tel exploit sans l'aide et l'expertise de BCI, CMR, AIAD/W et des nombreuses autres directions ayant participé à cette transformation.

Il s'agit du début d'une période intéressante pour vous! Quelles sont vos activités actuelles? Quel message voulez-vous transmettre à vos publics au pays et à l'étranger? Nous pouvons vous indiquer qui visite nos sites et vous aider à communiquer votre message. Vous recevrez bientôt d'autres renseignements sur les nouvelles possibilités qu'offre ce moyen de communication, alors restez branché!

Martha McLean est directrice adjointe des Communications électroniques à GLB.



Pour le MAECI, nos missions et nos partenaires d'autres ministères, les nouveaux sites :

- ▶ permettent une gestion plus efficace;
- ▶ facilitent la rotation des campagnes de promotion soulignant les programmes, les priorités, les politiques et les événements canadiens;
- ▶ aident à mieux cibler les publics et à bien communiquer les principaux messages;
- ▶ sont conformes aux directives et aux normes d'accès du gouvernement du Canada.