

***Rapport de l'Étude portant sur la satisfaction de la  
clientèle à l'égard des services téléphoniques du  
CCC***

**Version finale**

**7 octobre 2009**



<b>Contexte et objectifs</b>	4
<b>Méthodologie</b>	
Modèle de mesure de la satisfaction et outil	4
Utilisation de l'OQM dans le cadre de l'étude du MJQ	7
Population visée et collecte de données	8
<b>Principaux résultats</b>	
Évaluation de la satisfaction globale	9
Conséquences de l'expérience de service reçu sur les comportements	12
Analyse des dimensions de la qualité perçue du service reçu et leur impact sur la satisfaction globale	14
Analyse de l'importance des dimensions de la qualité	15
Présentation des pistes d'amélioration	17
<b>Résultats complémentaires</b>	
Les démarches entourant l'appel au CCC	21
Les éléments propres à la prestation électronique de services	25
<b>Conclusion</b>	27
<b>Annexes</b>	28
<b>Questionnaire administré</b>	36

## Contexte et objectifs

La Direction du personnel et de l'administration du ministère de la Justice du Québec a mandaté l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) pour réaliser l'*Étude portant sur la satisfaction de la clientèle à l'égard des services téléphoniques du Centre de communication avec la clientèle (CCC)*. Afin d'assurer la qualité de ses services et de permettre d'effectuer une démarche centrée sur l'amélioration de la prestation offerte, la connaissance des attentes des citoyens est primordiale pour le MJQ. En plus des attentes des citoyens, le ministère doit connaître les aspects du service qui rencontrent ces attentes et ceux qui nécessitent des améliorations. Le plan stratégique 2007-2010 du ministère témoigne de cette préoccupation, exprimée sous l'enjeu « Une organisation performante », et prévoit la réalisation de sondages comme indicateurs pour l'objectif « Mesurer le degré de satisfaction de la clientèle à l'égard des services du Ministère ». C'est dans cet esprit que la présente étude a été réalisée. De manière plus spécifique, l'objectif de l'étude était de :

Mesurer la satisfaction de la clientèle à l'égard des services téléphoniques du CCC.

Le présent rapport fait état des résultats de cette étude.

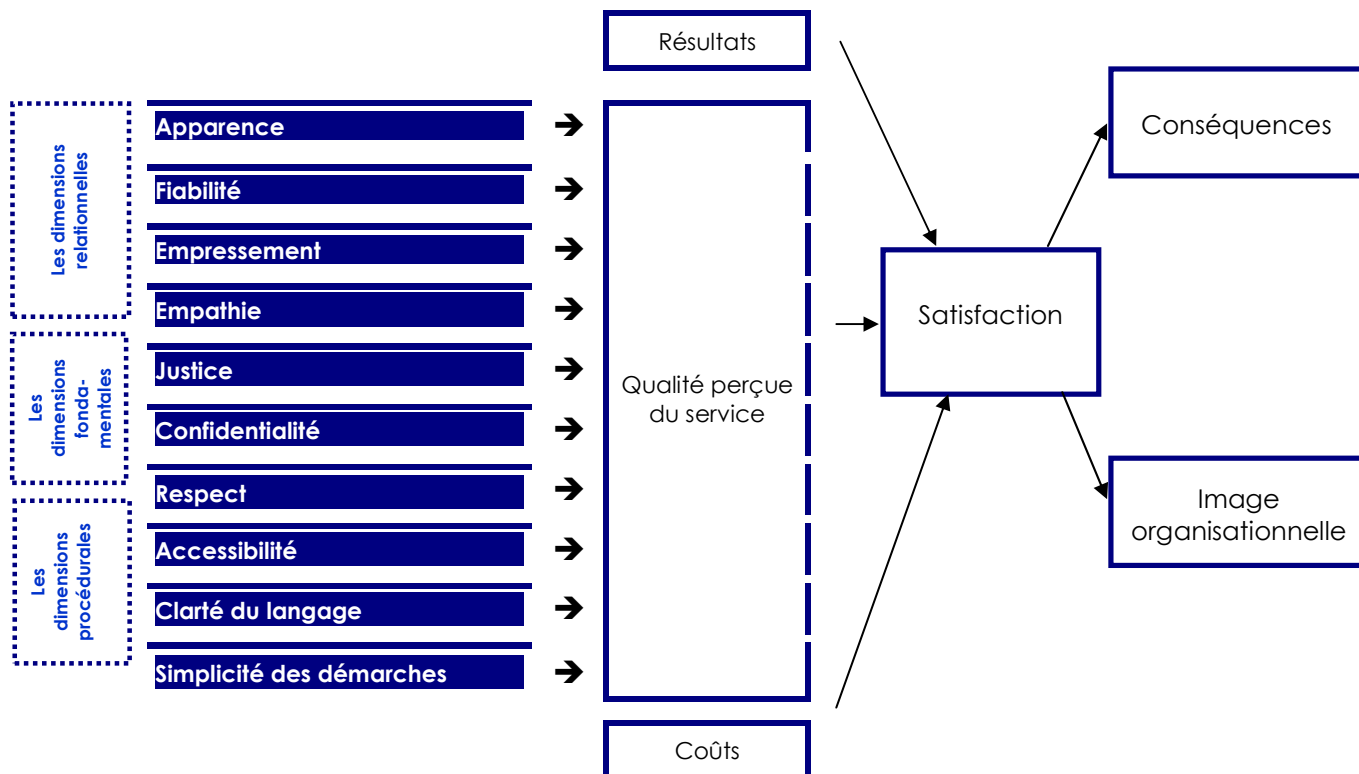
## Méthodologie

### Modèle de mesure de la satisfaction et outil

À la demande du MJQ, l'étude a eu recours à l'Outil québécois de mesure de la satisfaction de la clientèle (OQM). L'OQM repose sur un modèle conceptuel qui lui-même est établi en fonction de plusieurs modèles existants. Il a été élaboré pour bien s'adapter au contexte particulier du secteur public. L'OQM est le fruit du travail d'un comité technique et d'un groupe de travail interministériel, sous la direction du Secrétariat du Conseil du trésor. L'OQM a fait l'objet de validation dans le cadre de projets pilotes, puis a été utilisé par plusieurs ministères et organismes au cours des dernières années afin de mesurer la satisfaction de la clientèle à l'égard des services offerts.

Figure 1

### Les variables et le modèle conceptuel de l'outil québécois



L'OQM vise à évaluer la qualité de la prestation de services et la satisfaction de l'utilisateur au moyen d'une série d'énoncés qui servent à mesurer diverses variables. Selon le modèle conceptuel de l'OQM (voir figure 1), la satisfaction de l'utilisateur peut être expliquée à l'aide de trois variables :

- la qualité de la prestation de services telle qu'elle est perçue par l'utilisateur ;
- les résultats de la demande de service ;
- le coût des services

Pour bien comprendre le modèle, il importe de distinguer deux notions : la qualité perçue du service reçu et la satisfaction à l'égard du service. La qualité perçue découle de l'évaluation faite par l'utilisateur pendant qu'il utilise le service. La satisfaction est un concept plus large qui tient compte à la fois du résultat découlant de l'expérience de service, de la qualité perçue et, le cas échéant, du coût du service.

L'outil permet aussi de mesurer les effets de la satisfaction sur les comportements ou les attitudes de la clientèle (conséquences) et sur les perceptions de la clientèle à l'égard de l'image du ministère ou de l'organisme prestataire.

L'OQM définit la qualité perçue comme un concept multidimensionnel et propose 10 dimensions, chacune étant mesurée à l'aide de plusieurs énoncés figurant dans le questionnaire. En plus de la qualité perçue du service, l'OQM propose de mesurer l'importance accordée par la clientèle aux différentes dimensions. La mise en commun de ces deux informations permet d'établir un diagnostic des principaux problèmes et choisir les actions qui auront le plus d'effet sur l'amélioration des services et l'augmentation de la satisfaction de la clientèle.

L'OQM utilise principalement une échelle de mesure en 11 points de 0 à 10, où par exemple, 0 signifie « Tout à fait insatisfait » ou encore « Tout à fait en désaccord » alors que 10 signifie « Tout à fait satisfait » ou encore « Tout à fait en accord ». Ce type d'échelle est particulièrement utile dans la mesure où il facilite la communication des résultats et permet de procéder à des analyses à partir de moyennes.

Les résultats produits à partir de l'OQM servent surtout à établir les pistes d'amélioration et à examiner les liens entre différentes variables.

D'autre part, il n'existe pas de normes dictant les regroupements à privilégier pour ce type d'échelle à des fins de présentation sommaire des résultats. Il est toutefois généralement reconnu d'associer les pointages 8, 9 et 10 à l'indicateur de « satisfaction élevée ».

Nous avons choisi de présenter les résultats selon les regroupements suivants :

- 0 à 3 : « satisfaction faible »;
- 4 à 7 : « satisfaction modérée »;
- 8 à 10 : « satisfaction élevée ».

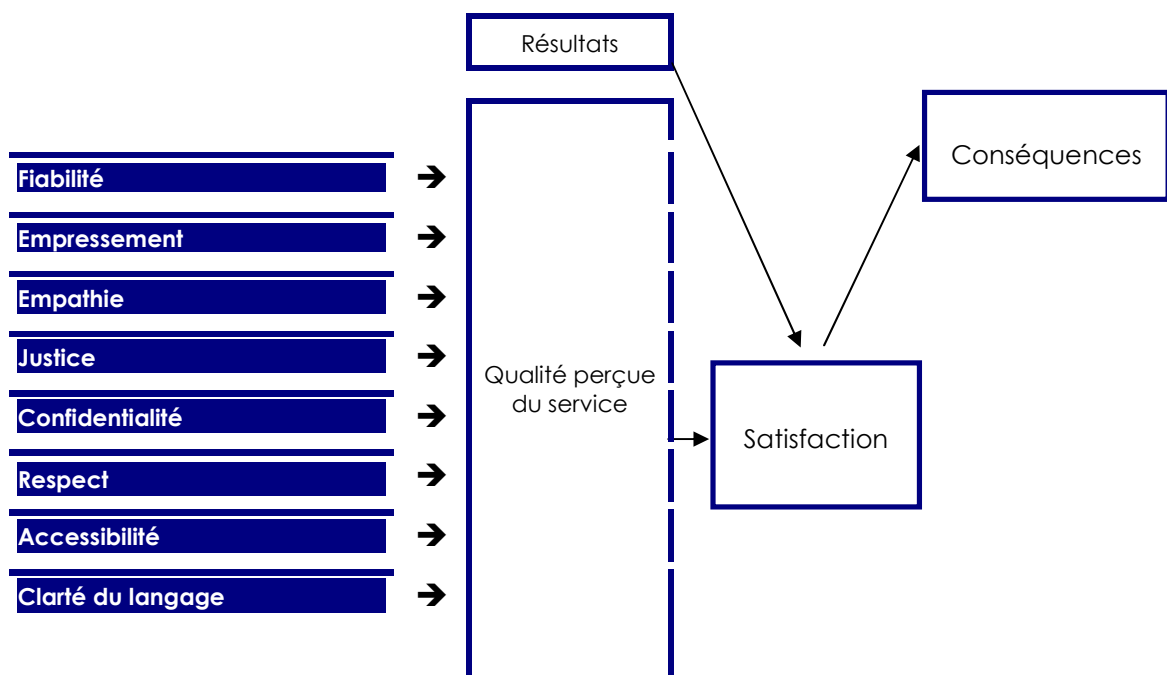
Les termes « faible », « modérée » et « élevée » sont utilisés dans la diffusion des résultats. Cependant, il est important de garder en tête que les échelles 0 à 10 n'étaient pas associées à ces termes précis.

## Utilisation de l'OQM dans le cadre de l'étude du MJQ

L'OQM est doté d'une structure flexible qui permet le retrait ou l'ajout de certaines sections selon les besoins du ministère ou de l'organisme prestataire. Ces modifications peuvent être motivées par des impératifs incontournables, par exemple le retrait d'une section lorsque la variable en question n'existe pas dans le service à évaluer. Les modifications peuvent aussi résulter d'un choix du ministère ou de l'organisme prestataire qui souhaite explorer une dimension non incluse dans l'OQM ou au contraire, qui préfère retirer une section à laquelle il accorde un intérêt moindre, pour pouvoir réduire les coûts de l'étude ou encore le fardeau des répondants.

Ainsi, pour le mandat confié à l'ISQ par le MJQ, les dimensions « Simplicité » et « Apparence » ont été retirées. De même les sections « Image organisationnelle » et « Coûts » ne figurent pas dans le modèle utilisé. La nature du service visé par l'étude faisait en sorte que ces variables étaient peu ou pas pertinentes et les répondants auraient difficilement été en mesure de prendre position sur ces énoncés.

Figure 2  
**Les variables et le modèle utilisé pour le CCC**



## Population visée et collecte de données

La population visée par l'étude est constituée de toutes les personnes ayant appelé directement au CCC du ministère de la Justice, sans transfert vers un autre service suite à la prise de l'appel, entre le 5 et le 25 février 2009. Pendant cette période, 20 demi-journées (10 au bureau de Montréal et 10 au bureau de Québec) ont été sélectionnées durant lesquelles les préposées aux renseignements du CCC devaient prendre en note toutes les demandes reçues ainsi que les coordonnées des demandeurs d'information qui acceptaient d'être recontactés pour une étude de satisfaction des usagers. Durant cette période, 1 709 personnes ont donné leur accord pour participer à l'étude.

La collecte des données s'est effectuée par interviews téléphoniques assistées par ordinateur (ITAO) à partir du logiciel Interviewer, dans les locaux de l'ISQ. Un échantillon de taille égale à 1 301 a été sélectionné à partir de la liste des 1 709 personnes transmise par le ministère. Les entrevues téléphoniques se sont déroulées du 19 mars au 29 avril 2009. Après vérification en début d'entrevue, 95,8 % de l'échantillon initial a été considéré comme admissible à l'enquête, le reste déclarant ne pas avoir fait de démarche auprès du CCC. Une erreur lors de la prise d'information initiale ou un oubli de la part du répondant peuvent expliquer cette situation.

Au total, 873 entrevues ont été complétées et le taux de réponse s'élève à 74,6 %. Un délai plus court entre l'appel au CCC et l'entrevue téléphonique visant à évaluer la satisfaction aurait sans doute amélioré ce taux de réponse. Il a fallu effectuer en moyenne 4,55 appels par répondant pour compléter une entrevue et la durée moyenne de l'ensemble des entrevues complétées est de 14 minutes 42 secondes. Le taux de réponse est jugé satisfaisant; les données recueillies, après pondération, fournissent un portrait valable de la clientèle ayant contacté le CCC entre le 5 et le 25 février 2009. En se basant sur les principales variables sociodémographiques recueillies lors de l'étude, les répondants peuvent être décrits sommairement :

- une forte majorité s'exprime en français, soit 85,8 %;
- un peu plus de la moitié (53,9 %) sont des femmes;
- plus des deux tiers d'entre eux sont des travailleurs, à temps plein (61,7 %) ou à temps partiel (9,0 %);
- concernant le niveau de scolarité le plus élevé atteint par les répondants, 33,8 % ont obtenu un diplôme d'études secondaires, alors que près du quart des répondants ont obtenu un diplôme d'études collégiales (22,7 %); une proportion semblable détient un diplôme universitaire de premier cycle (23,3 %);
- le revenu du ménage avant impôts est situé entre 40 000\$ et 59 000\$ pour 19,6 % des répondants; environ 15 % des répondants se trouvent dans chacune des tranches de revenus suivantes : 20 000\$ à 39 999\$, 60 000\$ à 79 999\$ ou 80 000\$ à 119 999\$;
- environ le quart des répondants sont âgés de 35 à 44 ans et une proportion semblable se trouve dans la tranche d'âge de 45 à 54 ans;
- 90,1 % disposent d'un accès Web.

## Principaux résultats

### Évaluation de la satisfaction globale

La satisfaction globale envers le service reçu a été mesurée à l'aide de six énoncés selon une échelle de valeur allant de 0 à 10. Ces énoncés figurent dans le tableau 1. Par souci de simplicité pour la présentation des résultats, un nom condensé a été associé à chacun des énoncés. Par exemple, pour faire référence à l'énoncé du questionnaire « 6.2 Le service téléphonique répond à mes besoins », dans les tableaux de résultats, l'appellation « Réponse aux besoins » est utilisée.

Tableau 1

#### Énoncés du questionnaire utilisés pour mesurer la satisfaction globale perçue du service téléphonique reçu

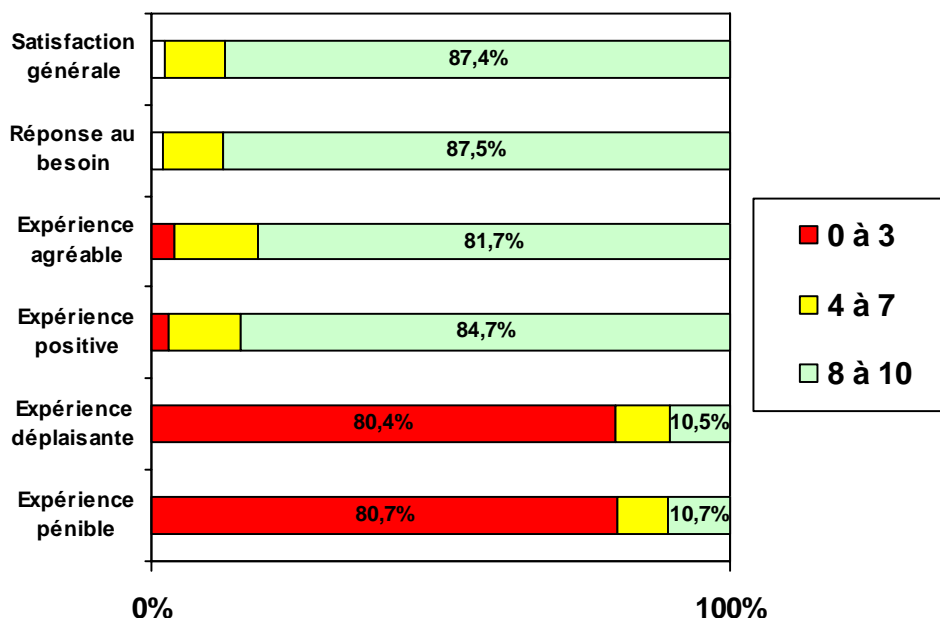
Nom	Énoncé du questionnaire
Satisfaction générale	6.1 Dites-moi, dans l'ensemble, à quel point vous avez été satisfait du service téléphonique?
Réponse au besoin	6.2 Le service téléphonique répond à mes besoins
Expérience agréable	6.3 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience agréable
Expérience positive	6.4 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience positive
Expérience déplaisante	6.5 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience déplaisante
Expérience pénible	6.6 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience pénible

La satisfaction générale est très élevée en ce qui a trait au service offert. En effet, 87,4 % des répondants ont accordé une note de 8 à 10. L'énoncé « Réponse au besoin » affiche sensiblement le même résultat, avec une proportion de 87,5 % dans l'intervalle 8 à 10.

Les énoncés 6.3 à 6.6 présentent des taux de satisfaction légèrement moins élevés et font référence à des aspects plus relationnels du service. Les échelles inversées pour les énoncés 6.5 et 6.6 ont semblé apporter un peu de confusion chez certains répondants.

Figure 3

**Répartition des répondants selon leur niveau de satisfaction pour chacun des énoncés**



Le tableau 2 montre les résultats détaillés de la répartition des répondants selon le niveau de satisfaction et le pointage moyen de chacun des énoncés.

La variable « Satisfaction générale » est l'indicateur retenu pour la suite des analyses. On considère donc que :

- 87,4 % des répondants présentent une satisfaction élevée à l'égard du service et attribuent une note moyenne de 8,93 sur 10.

Tableau 2

**Satisfaction, selon les divers énoncés (échelles de valeur de 0 à 10)**

	Satisfaction faible	Satisfaction modérée	Satisfaction élevée	Moyenne /10
	(0 à 3)	(4 à 7)	(8 à 10)	
	%	%	%	
Satisfaction générale	2,4	10,3	87,4	8,93
Réponse au besoin	1,9	10,6	87,5	8,94
Expérience agréable	3,9	14,4	81,7	8,59
Expérience positive	2,9	12,4	84,7	8,75
Expérience déplaisante	80,4	9,2	10,5	1,76
Expérience pénible	80,7	8,6	10,7	1,72

La satisfaction des répondants ne varie pas selon le résultat de l'appel. Ce sont 68,4 % des répondants qui ont déclaré avoir obtenu le service à la fin de l'appel. Pour ceux-ci, la proportion présentant une « satisfaction élevée » est de 88,7 %. La notion de « satisfaction élevée » réfère, dans ce cas et pour la suite du document, aux répondants ayant accordé un pointage de 8, 9 ou 10 à la question portant sur la satisfaction générale. D'autre part, la demande de 24,2 % des répondants était en cours de traitement lors de l'appel. Pour ces répondants, le taux de « satisfaction élevée » est de 87,0 %. Notons que la notion de « service obtenu » peut être imprécise dans l'esprit des usagers en ce qui concerne le service fourni par le CCC puisqu'il s'agit principalement d'une centrale de renseignements généraux. Les résultats détaillés sont présentés à l'annexe C.

L'analyse du niveau de satisfaction selon le temps d'attente maximal jugé acceptable ne montre pas de différences significatives, tout comme les analyses portant sur les modalités des différentes variables socio démographiques (âge, sexe, langue parlée à la maison, occupation, revenu). La seule exception touche les répondants dont le plus haut niveau de scolarité atteint est un diplôme universitaire de 1<sup>er</sup> cycle. Ceux-ci ont un taux de « satisfaction élevée » de 82,9 %, ce qui est inférieur aux autres catégories de répondants.

## Conséquences de l'expérience de service reçu sur les comportements

Une mauvaise expérience de service reçu peut entraîner certaines conséquences, par exemple la formulation d'une plainte. Le questionnaire contenait cinq questions visant à mesurer les impacts possibles d'une mauvaise expérience de service reçu.

Tableau 3

### Énoncés du questionnaire utilisés pour mesurer les conséquences possibles d'une mauvaise expérience de service reçu

Nom	Énoncé du questionnaire
Formulation d'une plainte	7.1 À la suite de votre démarche, avez-vous adressé une plainte au CCC pendant ou après le traitement de votre demande?
Parlé négativement à l'entourage	7.2 À la suite de votre démarche, avez-vous parlé de façon négative du CCC aux gens de votre entourage?
Démontré satisfaction/insatisfaction	7.3 À la suite de votre démarche, avez-vous laissé voir aux employés du CCC votre degré de satisfaction ou d'insatisfaction?
Envie de porter plainte	7.4 Avez-vous eu envie de vous plaindre du service que vous avez reçu du CCC?
Attitude positive future	7.5 La prochaine fois que vous aurez affaire au CCC, pensez-vous que vous aurez une attitude positive?

Les répondants ont porté plainte dans une proportion de 2,6 % à la suite de leur démarche effectuée auprès du CCC. De plus, 4,9 % ont mentionné avoir eu envie de se plaindre et 8,4 % ont admis avoir parlé négativement du service reçu du CCC à leur entourage. Ces informations doivent être prises en compte par le CCC car elles témoignent d'une insatisfaction qui n'est pas présente de façon marginale même si, concrètement, à peine un usager sur 40 porte plainte. C'est dans une proportion de 92,9 % que les répondants croient qu'ils auront une attitude positive lors de leur prochain échange avec le CCC.

Tableau 4

### Conséquences de l'appel fait au CCC

	Oui	Non
Formulation d'une plainte	2,6	96,8
Parlé négativement à l'entourage	8,4	91,1
Démontré satisfaction/insatisfaction	38,8	57,7
Envie de porter plainte	4,9	94,4
Attitude positive future	92,9	3,9

La formulation de la question portant sur la démonstration de la satisfaction ou de l'insatisfaction ne permet pas d'évaluer directement le type de rétroaction manifesté par l'utilisateur lors de son appel. En effet, l'utilisateur aura répondu « oui » à cette question que ce soit pour souligner son insatisfaction ou sa satisfaction face au service reçu.

Dans l'ensemble, 12,2 % des répondants ont réagi de façon négative à la suite de l'appel fait au CCC. Une réaction négative, dans le contexte de cette étude, constitue au moins une des trois actions suivantes :

- la formulation d'une plainte;
- avoir parlé négativement du CCC à l'entourage;
- avoir eu envie de porter plainte.

La prévalence d'une action négative ne varie pas selon les divers profils de clientèle, outre le fait que les répondants dont la demande est en cours de traitement ont une tendance plus élevée (15,2 %) à avoir une réaction négative que ceux qui ont obtenu le service (9,4 %).

## Analyse des dimensions de la qualité perçue du service reçu et de leur impact sur la satisfaction globale

Dans la présente étude, les répondants devaient répondre à 25 questions portant sur diverses dimensions de la qualité perçue du service reçu. Huit dimensions ont été retenues pour l'étude, chaque dimension étant mesurée à l'aide de deux, trois ou quatre énoncés. Un résultat agrégé a été construit à partir de la moyenne des énoncés de manière à obtenir une variable unique comme indicateur de chacune des dimensions. Seuls les indicateurs basés sur les moyennes sont retenus pour la présentation des résultats de cette section. Les résultats détaillés pour chaque énoncé figurent à l'annexe A.

Tableau 5  
**Qualité perçue des 8 dimensions mesurées**

Dimensions	Qualité			Moyenne /10
	Faible (0 à 3)	Modérée (4 à 7)	Élevée (8 à 10)	
	%	%	%	
Respect	1,1	4,4	94,5	9,47
Justice	1,5	5,2	93,3	9,37
Confidentialité	1,2	8,6	90,2	9,25
Empressement	2,0	12,0	86,0	9,05
Fiabilité	2,6	11,5	85,9	9,01
Clarté du langage	1,2	14,4	84,4	8,88
Empathie	2,5	14,0	83,5	8,94
Accessibilité	2,9	19,0	78,2	8,59

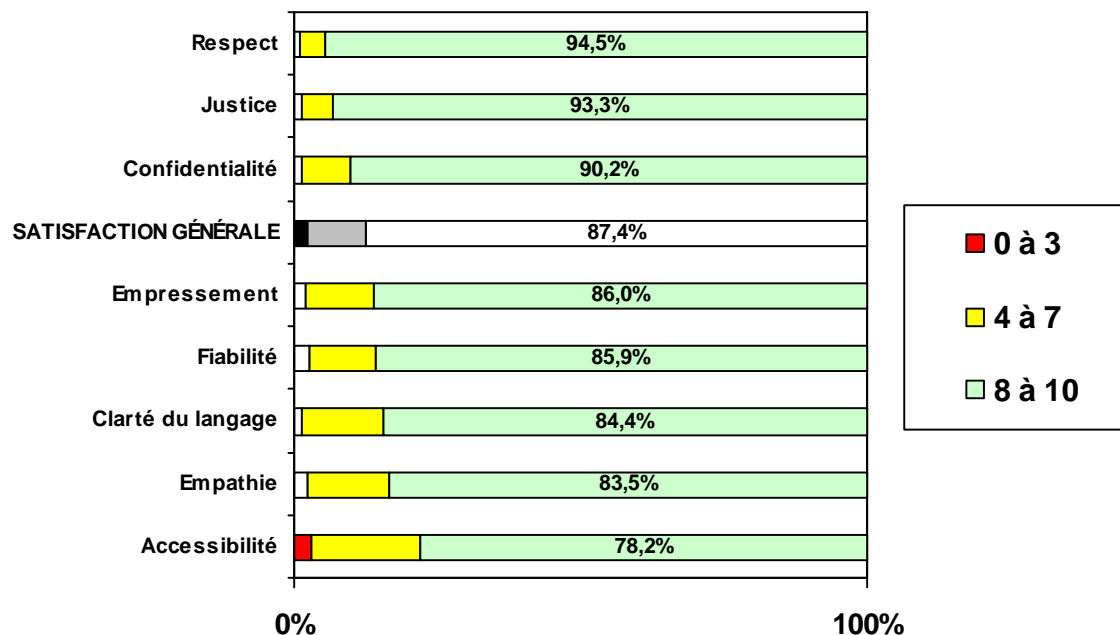
X : Donnée confidentielle

La dimension « Respect » obtient le meilleur résultat : 94,5 % des répondants ont donné un pointage de 8 à 10 pour cette dimension. La qualité des dimensions « Justice » et « Confidentialité » est aussi perçue comme élevée aussi par plus de 90 % des répondants. À l'opposé, la dimension « Accessibilité » est la seule à présenter un pointage inférieur à 80 %.

Les résultats relatifs à la qualité perçue des dimensions peuvent être mis en relation avec ceux portant sur la satisfaction générale. À la figure 4, la satisfaction générale est représentée par une bande aux différents tons de gris alors que les dimensions de la qualité perçue sont présentées à l'aide de bandes vertes, jaunes et rouges. On observe que les dimensions « Respect », « Justice » et « Confidentialité » sont les seules à présenter un pourcentage supérieur à celui noté pour la satisfaction générale.

Figure 4

### Répartition des répondants selon la qualité perçue pour chacune des dimensions



Les dimensions qui se trouvent sous la satisfaction générale peuvent constituer des pistes d'amélioration pour les responsables du CCC. Cependant, il faut avant tout déterminer si ces cinq dimensions représentent des aspects importants aux yeux des répondants.

### Analyse de l'importance des dimensions de la qualité

Une section du questionnaire, contenant 10 énoncés, visait à mesurer l'importance accordée des dimensions de la qualité. L'importance de chacune des dimensions était évaluée à l'aide d'une seule question, à l'exception des dimensions « Empressement » et « Fiabilité » pour lesquelles deux questions étaient posées<sup>1</sup>. Les résultats détaillés pour chaque question figurent à l'annexe B.

1. Tout comme pour les variables sur la qualité perçue par dimension, une moyenne a été calculée à l'aide des deux énoncés pour chacune des dimensions « Empressement » et « Fiabilité » de façon à obtenir un seul indicateur par dimension.

Tableau 6

**Importance déclarée 8 dimensions mesurées**

Dimensions	Importance			Moyenne /10
	Faible (0 à 3)	Modérée (4 à 7)	Élevée (8 à 10)	
	%	%	%	
Respect	0,0	2,4	97,6	9,65
Empathie	X	X	97,5	9,58
Confidentialité	X	X	96,8	9,70
Fiabilité	X	X	96,5	9,56
Justice	X	X	96,4	9,65
Accessibilité	X	X	95,8	9,54
Clarté du langage	X	X	95,6	9,52
Empressement	X	X	94,6	9,44

X : Donnée confidentielle

Les répondants ont accordé, en très forte proportion, une « importance élevée » à chacune des dimensions. Ces résultats illustrent bien l'importance de ces dimensions quant au service offert. Ces proportions de répondants vont de 94,6 % pour la dimension « Empressement » à 97,6 % pour la dimension « Respect ». Toutefois, les faibles écarts observés entre ces proportions ne sont pas jugés statistiquement significatifs, en raison des marges d'erreur associées aux données<sup>2</sup>. Par conséquent, ces données ne permettent pas de hiérarchiser les attentes des répondants.

Nous avons également, au moyen d'une autre méthode, déterminé le niveau d'importance accordé par les répondants aux diverses dimensions. Il s'agit de la régression linéaire. La régression linéaire est une analyse statistique à partir de laquelle une variable dépendante est modélisée en fonction de plusieurs variables indépendantes. Dans le cas du modèle de satisfaction de l'OQM, la variable dépendante est la satisfaction générale et les variables indépendantes sont les huit dimensions de la qualité perçue du service reçu. L'analyse de régression ne retient que les dimensions qui contribuent de manière statistiquement significative à la modélisation de la satisfaction.

<sup>2</sup> Les résultats produits à partir d'un échantillon, comme c'est le cas dans cette étude, contiennent toujours un niveau d'incertitude, appelé marge d'erreur.

Tableau 7

**Coefficient de régression du modèle « Satisfaction générale vs dimensions de la qualité perçue »**

Dimensions	Coefficients de l'analyse de régression
<i>Constante</i> <sup>1</sup>	-0,43
Accessibilité	0,37
Fiabilité	0,28
Respect	0,22
Empressement	0,17
Justice	(non statistiquement significatif) 0
Clarté du langage	(non statistiquement significatif) 0
Confidentialité	(non statistiquement significatif) 0
Empathie	(non statistiquement significatif) 0

1. Un tel modèle inclut généralement une constante. Cette valeur n'affecte pas la suite des analyses.

Le R-carré de la régression est 0,64. Il signifie que 64 % de la variation de la satisfaction générale est expliquée par ce modèle (le reste étant attribuable à d'autres variables non mesurées par l'étude).

L'analyse de ces résultats indique que :

- les dimensions « Accessibilité », « Fiabilité », « Respect » et « Empressement » ont un impact significatif sur la satisfaction. Ces variables sont donc considérées comme importantes par les répondants. Le coefficient de régression associé à chacune des dimensions donne un aperçu du niveau de l'importance accordée. Par exemple, l'« Accessibilité », dont le coefficient de régression est 0,37, est considérée plus importante que la « Fiabilité » (0,28), le « Respect » (0,22) ou encore l'« Empressement » (0,17).

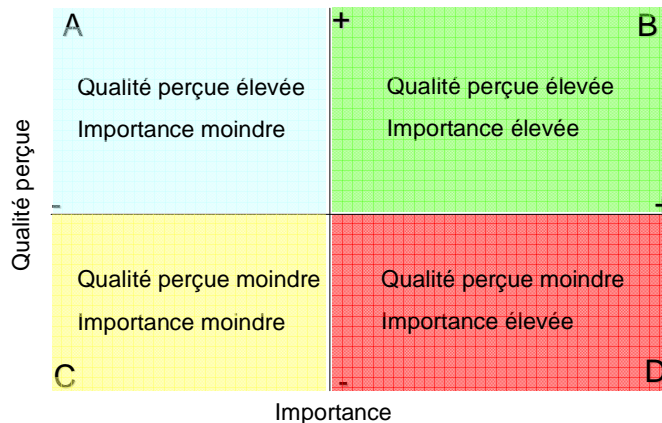
**Présentation des pistes d'amélioration du service**

L'analyse privilégiée par le guide d'utilisation de l'OQM consiste à représenter graphiquement les dimensions de la prestation de service selon deux perspectives :

- la qualité perçue par la clientèle;
- l'importance pour la clientèle.

Figure 5

### Matrice croisée de l'importance accordée et la qualité perçue du service



Les dimensions qui se trouvent dans la partie droite de la figure sont les dimensions les plus importantes énoncées par les répondants. Les dimensions qui se trouvent dans la partie supérieure de la figure sont celles pour lesquelles la qualité perçue est la plus élevée. Par conséquent :

- les dimensions qui se trouvent dans le **quadrant D** (en rouge) sont les dimensions à analyser en priorité en visant l'**amélioration** car elles sont parmi les plus importantes pour la clientèle mais elles sont également celles pour laquelle la qualité perçue est moindre.
- les dimensions qui se trouvent dans le **quadrant B** (en vert) sont les dimensions pour lesquelles il est important de **consolider** la qualité de la prestation car elles sont parmi les plus importantes pour la clientèle et elles présentent déjà un niveau élevé de qualité.
- les dimensions qui se trouvent dans le **quadrant A** (en bleu) sont les dimensions pour lesquelles il est important de **maintenir** la qualité de la prestation. Elles sont jugées moins importantes par la clientèle et présentent déjà un niveau élevé de qualité.
- les dimensions qui se trouvent dans le **quadrant C** (en jaune) sont les dimensions pour lesquelles la qualité perçue est moindre et sont également parmi les moins importantes selon la clientèle.

Pour construire cette matrice croisée, les données suivantes ont été utilisées :

- la qualité perçue moyenne des services téléphoniques par dimension;
- l'importance selon les coefficients résultant de l'analyse de régression.

De plus, les quatre quadrants sont générés à l'aide des pointages suivants :

- la satisfaction générale moyenne, pour séparer les quadrants A et B des quadrants C et D. Donc, les dimensions dont la qualité perçue est supérieure à la satisfaction générale se retrouveront au-dessus de la barre de coupe horizontale, et celles dont la qualité perçue est inférieure à la satisfaction générale se retrouveront au-dessous de la barre de coupe horizontale.
- la moyenne des coefficients de régression, pour séparer les quadrants A et C des quadrants B et D (ligne de coupe verticale).

Tableau 8

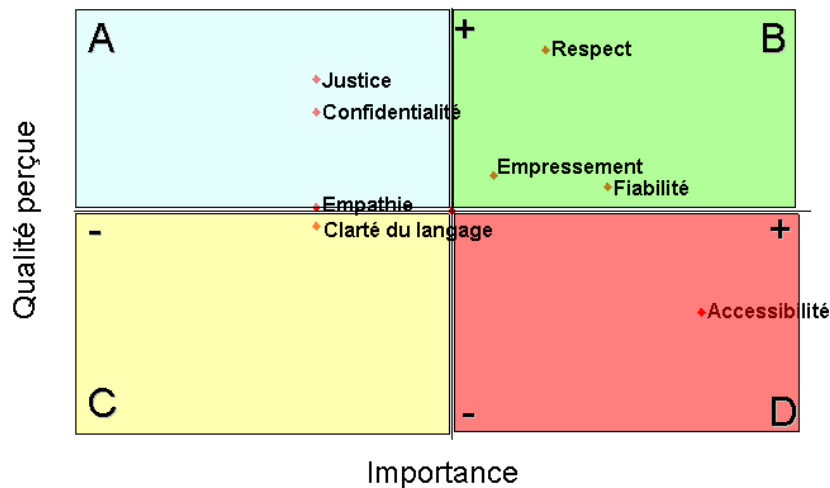
**Données de base pour la production de la matrice croisée « importance vs qualité perçue »**

Dimensions	Importance	Qualité perçue
	Coefficient de régression	Moyenne
Accessibilité	0,37	8,59
Clarté du langage	0	8,88
Respect	0,22	9,47
Empathie	0	8,94
Empressement	0,17	9,05
Fiabilité	0,28	9,01
Justice	0	9,37
Confidentialité	0	9,25
	Moyenne des coefficients de régression	Satisfaction générale
Axe de coupe	0,13	8,93

Figure 6

**Matrice croisée de l'importance et de la qualité perçue du service selon les huit dimensions**

---



La dimension « Accessibilité » se trouve seule dans le quadrant D. Cette dimension est donc considérée comme très importante par les répondants mais sa qualité perçue est inférieure à la satisfaction générale. Ainsi, elle constitue une dimension à privilégier dans le processus d'amélioration de la prestation de service.

D'autre part, les dimensions « Respect », « Empressement » et « Fiabilité » sont également des dimensions importantes pour la clientèle et elles obtiennent des niveaux de qualité supérieurs à la satisfaction générale.

Tout comme pour l'analyse de la satisfaction générale, il n'y a pas de profils particuliers de clientèle pour lesquels des différences significatives sont observées dans les pointages de la dimension « Accessibilité ».

## Résultats complémentaires

### Les démarches entourant l'appel au CCC

Les principales sources utilisées pour obtenir les coordonnées du CCC sont des moyens courants, soient Internet pour 41,3 % des répondants et les pages bleues du bottin téléphonique pour 22,9 %. De plus, 18,3 % des répondants ont utilisé d'autres moyens que ceux prédéterminés dans le questionnaire. Principalement, ces autres moyens étaient de composer le 411, de contacter les services de polices locaux ou les palais de justice, par le biais du téléphone ou en se rendant en personne à un des bureaux.

Tableau 9

#### Sources d'information utilisées pour trouver les coordonnées du CCC

	Répartition des répondants
	%
En consultant un document du Ministère (lettre, dépliant)	6,5
Internet	41,3
Pages bleues du bottin téléphonique	22,9
Parents ou amis, publicité dans les médias, Services Québec, citation à comparaître	5,6
Autres moyens	18,3
Ne sait pas	3,7
Ne répond pas	1,6

Selon les répondants, le téléphone est le moyen le plus connu pour communiquer avec le CCC; en effet, 97,4 % mentionnent que ce moyen peut être utilisé. D'autre part, se présenter en personne à un bureau du ministère et communiquer par la poste sont reconnus comme moyen de communication avec le CCC par près de 80 % des répondants. En ce qui concerne les autres moyens (par Internet, par courriel, par télécopieur), environ deux répondants sur trois croient ces moyens disponibles. Le reste de la clientèle est partagé : certains répondants affirment que le moyen en question n'est pas disponible alors que les autres ne sont pas en mesure de se prononcer.

Tableau 10

**Notoriété des moyens pouvant être utilisés pour communiquer avec le CCC**

	Oui	Non	Ne sait pas/Ne répond pas
	%	%	%
En personne	79,1	10,8	10,1
Par téléphone	97,4	1,3	1,3
Par Internet	70,9	12,3	16,8
Par courriel	63,7	15,0	21,2
Par la poste	77,0	14,1	8,8
Par télécopie	67,4	19,2	13,4

Environ un répondant sur trois effectue une recherche préalable sur le service avant de faire un appel. En général les répondants font cette recherche par eux même.

Tableau 11

**La recherche d'information préalable à l'appel**

	Répartition des répondants
	%
Par soi-même	28,1
Par l'entremise d'une autre personne	3,4
Non	66,7

Parmi les utilisateurs ayant procédé à une recherche préalable, il est intéressant de comparer les moyens utilisés avec ceux qu'ils emploieraient si c'était à refaire. Internet demeure le principal moyen utilisé pour obtenir de l'information préalable, 72,8 % l'ayant utilisé pour cette recherche et 59,9 % se disant prêt à le refaire. Toutefois, l'utilisation du téléphone, ayant eu la faveur de 8,5 % des répondants lors de la recherche d'information, serait privilégiée par près d'une personne sur quatre c'était à refaire. Il en est de même en ce qui concerne la visite en personne à un bureau, qui passe de 5,3 % à 11 %. Ces résultats peuvent témoigner à la fois de la confiance envers la qualité de l'information reçue par le biais du service téléphonique ou d'une certaine difficulté à obtenir l'information souhaitée par l'entremise d'Internet.

Tableau 12

**Moyens utilisés pour la recherche d'information et moyens à privilégier si c'était à refaire**

	Moyen utilisé	Moyen privilégié
	%	%
En personne	5,3	11,0
Par téléphone	8,5	22,3
Par Internet	72,8	59,9
Par courriel	X	X
Par la poste	X	X
Par télécopie	0	X
Autre moyen	10,4	3,2
NSP/NRP	1,7	2,0

X : Donnée confidentielle

Dans 30,5 % des cas, le CCC a transmis un document à la suite de l'appel effectué par le répondant. À nouveau, il est possible de comparer le moyen utilisé pour la transmission de ce document et le moyen privilégié par les répondants si c'était à refaire. La poste a été utilisée pour 68,2 % des envois de documents. Parmi les autres moyens utilisés, 17,4 % des clients ont reçu leurs documents en personne en se présentant à un bureau du ministère. Ces moyens de transmission seraient privilégiés si c'était à refaire, quoique dans une moins grande proportion. L'utilisation de moyens technologiques est aussi recommandée : 11,7 % se disent en faveur du courriel, 7,0% en faveur d'Internet tandis que le télécopieur est le choix de 4,6 % des répondants; ces résultats montrent l'intérêt des répondants pour une diversité de moyens de transmission.

Tableau 13

**Moyens utilisés pour la transmission d'un document à la suite de l'appel et moyens à privilégier si c'était à refaire**

	Moyen utilisé	Moyen privilégié
	%	%
En personne	17,4	15,5
Par la poste	68,2	56,2
Par courriel	2,8	11,7
Par télécopie	3,9	4,6
Par Internet	4,1	7,0
Autre moyen	X	X
NSP/NRP	X	X

X : Donnée confidentielle

## Les éléments propres à la prestation électronique des services

Afin d'évaluer les compétences des répondants face à la prestation électronique de services, trois questions, notées sur une échelle de valeur allant de 0 à 10 (0 signifiant « Extrêmement faibles » et 10 signifiant « Extrêmement bonnes »), étaient posées. De plus, les répondants ayant visité les sites internet du ministère devaient évaluer leur accessibilité du site à l'aide de trois questions, également notées de 0 à 10 (0 signifiant « Tout à fait en désaccord » et 10 signifiant « Tout à fait en accord »).

Tableau 14

### Énoncés du questionnaire utilisés pour mesurer les habiletés à utiliser Internet et la convivialité des sites Internet du ministère (site du BIA<sup>3</sup> et site du ministère de la Justice)

Nom condensé	Énoncé du questionnaire
<b>Habilité Internet</b>	9.1 Votre habileté à utiliser Internet
<b>Habilité de recherche</b>	9.2 Votre habileté à utiliser les techniques de recherche sur le Web
<b>Habilité à trouver</b>	9.3 Votre habileté à trouver ce que vous cherchez
<b>Accessibilité Web</b>	10.3 J'ai trouvé facile d'accéder au site Web
<b>Recherche Web réussie</b>	10.4 J'ai trouvé facilement ce que je cherchais dans le site Web
<b>Site Web attrayant</b>	10.5 Le site Web est attrayant

L'autoévaluation des habiletés sur Internet faite par les répondants démontre qu'environ 60% d'entre eux jugent leurs habiletés élevées (notes allant de 8 à 10), que ce soit pour l'utilisation générale d'Internet, les techniques de recherche ou la capacité à trouver ce qu'ils cherchent. Environ un répondant sur quatre juge ses habiletés comme étant modérées (notes de 4 à 7) alors qu'environ 15 % se considèrent les leurs comme plutôt faibles lors de l'utilisation d'Internet.

Dans l'ensemble des répondants, 40,7 % ont visité au moins l'un des deux sites Internet visés par l'étude - soit le site du BIA et celui de ministère de la Justice – avant, pendant ou après l'appel logé au CCC. Les visiteurs des sites évaluent leurs habiletés à utiliser Internet comme étant élevées dans une proportion de 76,4 %; le reste des visiteurs se considèrent comme moyennement habiles.

<sup>3</sup> Puisqu'une étude sur la clientèle du BIA était réalisée simultanément à celle du CCC, les répondants des deux études étaient sollicités pour donner leur avis pour le site du BIA. Toutefois, étant donné qu'une très faible proportion de la clientèle du CCC a visité le site internet du BIA, l'évaluation de ce site n'est pas présentée dans ce rapport

C'est principalement le site Internet du ministère qui a fait l'objet de la visite des répondants, puisque ces 40,7 % sont répartis de la façon suivante :

- 35,8 % ont visité seulement le site du ministère;
- 2,6 % ont visité les deux sites ou seulement le site du BIA;
- 2,3 % n'étaient plus en mesure d'indiquer lequel des sites ils avaient visité

Le site Internet du ministère est jugé assez facilement accessible car 87,7 % des répondants accordent une note de 8 ou plus à cette dimension. Par contre, l'information recherchée n'est pas toujours trouvée. De fait, un peu moins de 70 % des visiteurs du site du ministère ont accordé une note de 8 ou plus à cet aspect.

Au chapitre de l'apparence (« Le site Web est attrayant »), la proportion de répondants ayant accordé une note de 8 ou plus est légèrement supérieure à 50 %.

Tableau 15

**Habilités sur Internet et évaluation de la convivialité du site Web du ministère de la Justice**

	Habilité ou Satisfaction faible (0 à 3)	Habilité ou Satisfaction modérée (4 à 7)	Habilité ou Satisfaction élevée (8 à 10)
	%	%	%
<b>Habilité (moyenne)</b>	17,3	27,0	55,7
Habilité internet	16,7	23,1	60,2
Habilité de recherche	16,1	24,0	59,9
Habilité à trouver	15,4	22,9	61,7
<b>Site du ministère de la Justice</b>			
Accessibilité Web	2,3	10,0	87,7
Recherche Web réussie	5,6	26,2	68,2
Site Web attrayant	4,5	39,3	56,3

## Conclusion

La réalisation de cette étude témoigne de l'intérêt porté par le ministère de la Justice à la clientèle utilisant les services téléphoniques du CCC. À la lumière des résultats présentés, le ministère dispose d'informations qui, nous le souhaitons, peuvent l'éclairer et l'accompagner dans ses démarches afin d'offrir un service répondant aux attentes les plus élevées.

Dans ce rapport, la « satisfaction élevée » réfère aux répondants ayant accordé une note de 8, 9 ou 10 sur une échelle de 0 à 10. Ce sont 87,4 % des répondants qui déclarent leur « satisfaction élevée » à l'égard du service téléphonique du CCC. Ce constat est généralement partagé par les différents profils de répondants. Les répondants dont le plus haut niveau de scolarité atteint un diplôme universitaire de 1<sup>er</sup> cycle présentent un niveau de « satisfaction élevée » légèrement plus faible que l'ensemble, soit 82,9 %.

Les différentes dimensions du service reçu qui sont évaluées dans cette étude revêtent toutes une grande importance pour les répondants. Toutefois, la dimension « Accessibilité » se démarque des autres de la façon suivante : elle est considérée la plus importante pour les répondants et elle obtient le plus faible pointage en ce qui concerne la qualité perçue. L'amélioration de cette dimension constitue la principale piste d'amélioration du service. Des efforts doivent également être consentis pour préserver la qualité perçue des autres dimensions du service.

Environ les deux tiers des répondants utilisent des sources courantes pour trouver les coordonnées du CCC, soient Internet ou les pages bleues du bottin téléphonique. Les moyens pour communiquer avec le CCC sont généralement bien connus. Le téléphone est le moyen le plus connu pour communiquer avec le CCC. La recherche d'information préalable à l'appel a été effectuée par Internet par près de trois quart des répondants. Ceux-ci disposent d'un accès Web dans 90 % des cas et environ 60 % d'entre eux considèrent avoir des habiletés élevées lors de l'utilisation d'Internet. Toutefois, plus de 20 % des répondants choisiraient le téléphone pour effectuer une recherche d'information si c'était à refaire, soit trois fois plus que le nombre ayant effectivement utilisé le téléphone lors de cette recherche. Ce résultat témoigne de l'importance du service téléphonique même si le CCC dispose de nouvelles technologies (courriel, Internet).

## ANNEXE A

### Résultats détaillés des énoncés de la qualité perçue du service reçu

#### Énoncés du questionnaire utilisés pour mesurer la qualité perçue de la prestation de service

Dimension	Nom condensé	Énoncé du questionnaire
Accessibilité	Accessibilité agrégée	Pointage moyen des 3 questions sur la dimension accessibilité
	Joindre le service téléphonique	4.1 J'ai trouvé facile de joindre un préposé du service téléphonique
	Joindre une personne compétente	4.2 J'ai trouvé facile de joindre une personne en mesure de fournir le service
	Service accessible	4.3 Dans l'ensemble, j'ai trouvé que le service était facilement accessible
Clarté	Clarté agrégée	Pointage moyen des 2 questions sur la dimension clarté
	Information facile à comprendre	4.4 L'information obtenue était facile à comprendre
	Vocabulaire facile à comprendre	4.5 Le vocabulaire utilisé était facile à comprendre
Respect	Respect agrégé	Pointage moyen des 3 questions sur la dimension respect
	Politesse de l'employé	4.6 L'employé a été poli avec moi
	Dignité	4.7 L'employé m'a traité avec dignité
	Respect	4.8 On m'a traité avec respect
Empathie	Empathie agrégée	Pointage moyen des 3 questions sur la dimension empathie
	Attention particulière	4.9 On m'a accordé une attention particulière
	Besoins compris	4.10 Le CCC a compris mes besoins
	Point de vue exprimé	4.11 On m'a permis d'exprimer mon point de vue
Empressement	Empressement agrégé	Pointage moyen des 4 questions sur la dimension empressement
	Employé aidant	4.12 L'employé était disposé à m'aider
	Employé aidant sans hésitation	4.13 L'employé n'a pas hésité à me venir en aide

<b>Dimension</b>	<b>Nom condensé</b>	<b>Énoncé du questionnaire</b>
	<b>Explications fournies</b>	4.14 On m'a fourni les explications dont j'avais besoin
	<b>Explications fournies rapidement</b>	4.15 On m'a fourni les explications dont j'avais besoin, et ce, rapidement
<b>Fiabilité</b>	<b>Fiabilité agrégée</b>	Pointage moyen des 3 questions sur la dimension fiabilité
	<b>Information exacte</b>	4.16 L'information qui m'a été fournie était exacte
	<b>Engagements respecté</b>	4.17 Le CCC a respecté ses engagements envers moi
	<b>Employé compétent</b>	4.18 J'ai trouvé que l'employé avec qui j'ai fait affaire (qui a traité mon dossier) avait les connaissances nécessaires pour répondre à mes questions
<b>Justice</b>	<b>Justice agrégée</b>	Pointage moyen des 4 questions sur la dimension justice
	<b>Traité équitablement</b>	4.19 J'ai été traité de manière équitable
	<b>Traité sans favoritisme</b>	4.20 J'ai été traité sans favoritisme
	<b>Servi de manière juste</b>	4.21 J'ai été servi de manière juste
	<b>Traité sans discrimination</b>	4.22 J'ai été traité sans discrimination
<b>Confidentialité</b>	<b>Confidentialité agrégée</b>	Pointage moyen des 3 questions sur la dimension confidentialité
	<b>Discretion dans le traitement</b>	4.23 On a traité ma demande avec discrétion
	<b>Renseignements traités de manière confidentielle</b>	4.24 Je suis persuadé que les renseignements personnels que j'ai donnés au CCC sont traités de manière confidentielle
	<b>Renseignements utilisés uniquement dans le but prévu</b>	4.25 Je suis persuadé que le CCC utilise les renseignements personnels que je lui ai donnés uniquement dans le but prévu

Tableau A.1

**Qualité perçue des 8 dimensions mesurées**

	Qualité faible	Qualité modérée	Qualité élevée		Moyenne
	(0 à 3)	(4 à 7)	(8 à 10)		
	(Intervalle de confiance à 95%)				
	%	%	%	%	/10
<b>Accessibilité</b>					
Résultat agrégé	2,9	19,0	78,2	(75,7 ; 80,7)	8,59
Joindre le service téléphonique	2,9	16,2	80,9	(78,5 ; 83,3)	8,54
Joindre une personne compétente	3,5	14,5	82,0	(79,9 ; 84,2)	8,51
Service accessible	3,0	11,9	85,1	(82,7 ; 87,5)	8,72
<b>Clarté</b>					
Résultat agrégé	1,2	14,4	84,4	(81,6 ; 87,2)	8,88
Information facile à comprendre	2,5	14,6	82,8	(79,5 ; 85,8)	8,71
Vocabulaire facile à comprendre	1,0	9,4	89,6	(87,5 ; 91,8)	9,03
<b>Respect</b>					
Résultat agrégé	1,1	4,4	94,5	(92,6 ; 96,0)	9,47
Politesse de l'employé	0,8	4,1	95,2	(93,5 ; 96,5)	9,49
Dignité	1,1	4,1	94,8	(93,0 ; 96,2)	9,44
Respect	0,8	3,7	95,5	(93,8 ; 96,8)	9,50
<b>Empathie</b>					
Résultat agrégé	2,5	14,0	83,5	(81,3 ; 85,6)	8,94
Attention particulière	1,9	9,8	88,3	(86,5 ; 90,0)	9,05
Besoins compris	3,8	10,1	86,1	(84,5 ; 87,7)	8,89
Point de vue exprimé	3,9	9,4	86,7	(84,7 ; 88,7)	8,84
<b>Empressement</b>					
Résultat agrégé	2,0	12,0	86,0	(84,1 ; 87,9)	9,05
Employé aidant	1,6	9,4	89,0	(87,2 ; 90,9)	9,09
Employé aidant sans hésitation	2,1	8,6	89,2	(87,6 ; 90,8)	9,10
Explications fournies	3,0	9,2	87,7	(85,8 ; 89,7)	9,01
Explications fournies rapidement	3,1	9,3	87,6	(85,5 ; 89,6)	8,98

Tableau A.1 (suite)

**Qualité perçue des 8 dimensions mesurées**

	Qualité faible (0 à 3)	Qualité modérée (4 à 7)	Qualité élevée (8 à 10) (Intervalle de confiance à 95%)		Moyenne
	%	%	%	%	/10
<b>Fiabilité</b>					
Résultat agrégé	2,6	11,5	85,9	(83,4 ; 88,4)	9,01
Information exacte	2,8	8,2	88,9	(87,0 ; 90,8)	9,04
Engagement respecté	4,1	7,2	88,6	(85,8 ; 91,1)	9,02
Employé compétent	2,7	8,6	88,7	(86,6 ; 90,8)	9,05
<b>Justice</b>					
Résultat agrégé	1,5	5,2	93,3	(90,8 ; 95,4)	9,37
Traité équitablement	1,7	5,5	92,8	(90,2 ; 94,9)	9,28
Traité sans favoritisme	1,4	3,4	95,2	(93,2 ; 96,8)	9,39
Servi de manière juste	1,9	3,7	94,4	(91,7 ; 96,4)	9,34
Traité sans discrimination	1,4	2,9	95,8	(93,6 ; 97,4)	9,46
<b>Confidentialité</b>					
Résultat agrégé	1,2	8,6	90,2	(88,3 ; 91,9)	9,25
Discrétion dans le traitement	X	X	95,4	(93,8 ; 96,6)	9,47
Renseignements traité de manière confidentielle	2,3	7,6	90,1	(87,8 ; 92,1)	9,16
Renseignements utilisés uniquement dans le but prévu	1,8	8,0	90,2	(88,0 ; 92,0)	9,17

X : Donnée confidentielle

## ANNEXE B

### Résultats détaillés des énoncés sur l'importance des dimensions de la qualité du service reçu

#### Énoncés du questionnaire utilisés pour mesurer l'importance des dimensions de la qualité

Dimension	Nom	Énoncé du questionnaire
<b>Accessibilité</b>	Importance de l'accessibilité	5.1 La facilité d'avoir accès au service
<b>Clarté</b>	Importance de la clarté	5.2 La clarté du langage utilisé
<b>Respect</b>	Importance du respect	5.3 Le sentiment d'être traité avec respect
<b>Empathie</b>	Importance de l'empathie	5.4 L'écoute et l'attention personnelles accordées à la clientèle
	Importance de l'empressement	Pointage moyen des 2 questions sur la dimension empressement
	Engagement à fournir un service rapide	5.5 L'engagement du personnel du CCC à fournir un service rapide
	Engagement à aider	5.6 L'engagement du CCC à aider la clientèle
<b>Fiabilité</b>	Importance de la fiabilité	Pointage moyen des 2 questions sur la dimension fiabilité
	Information exacte	5.7 La capacité du CCC à rendre un service sans erreurs, avec exactitude
	Engagements respectés	5.8 La capacité du CCC à respecter ses engagements
<b>Justice</b>	Importance de la justice	5.9 Le sentiment d'être traité avec justice
<b>Confidentialité</b>	Importance de la confidentialité	5.10 La protection des renseignements personnels vous concernant

Tableau B.1

**Importance déclarée des 8 dimensions mesurées**

	Importance faible	Importance modérée	Importance élevée		Moyenne
	(0 à 3)	(4 à 7)	(8 à 10)		
			(Intervalle de confiance à 95%)		
	%	%	%	%	/10
<b>Accessibilité</b>	X	X	95,8	(94,1 ; 97,1)	9,54
<b>Clarté</b>	X	X	95,6	(94,1 ; 96,8)	9,52
<b>Respect</b>	0,0	2,4	97,6	(95,8 ; 98,7)	9,65
<b>Empathie</b>	X	X	97,5	(95,4 ; 98,4)	9,58
<b>Empressement</b>					
Résultat agrégé	X	X	94,6	(93,0 ; 96,0)	9,44
Engagement à fournir un service rapide	X	X	93,8	(92,0 ; 95,2)	9,33
Engagement à aider	X	X	97,2	(96,1 ; 98,1)	9,57
<b>Fiabilité</b>					
Résultat agrégé	X	X	96,5	(94,9 ; 97,7)	9,56
Information exacte	X	X	95,9	(94,1 ; 97,2)	9,52
Engagement respecté	X	X	97,6	(95,9 ; 98,7)	9,62
<b>Justice</b>	X	X	96,4	(94,3 ; 98,0)	9,65
<b>Confidentialité</b>	X	X	96,8	(95,3 ; 97,9)	9,70

X : Donnée confidentielle

## ANNEXE C

### Répartition de la clientèle selon divers critères et proportion d'usagers présentant une satisfaction élevée (8 à 10)

Résultat de l'appel	Répartition des usagers	Proportion ayant présentés une satisfaction élevée (8 à 10)
	%	%
<b>Résultat de l'appel</b>		
Service obtenu	68,4	88,7
Demande en cours de traitement	24,2	87,0
<b>Temps d'attente</b>		
Moins de 1 minute	5,9	77,3
De 1 à 2 minutes	16,9	89,0
De 2 à 3 minutes	19,2	87,8
De 3 à 4 minutes	10,6	91,5
De 4 à 5 minutes	25,5	85,4
Plus de 5 minutes	19,1	87,7
<b>Langue</b>		
Français	85,8	88,6
Anglais	10,7	79,7
Autres	3,1	79,9
<b>Accès Web</b>		
Oui	90,1	86,6
Non	9,8	94,2
<b>Occupation</b>		
Temps plein	61,7	86,8
Temps partiel	9,0	89,8
Étudiant	3,3	94,1
Retraité	12,2	88,3
Autre	13,1	85,8

**Répartition de la clientèle selon divers critères et proportion d'usagers présentant une satisfaction élevée (8 à 10)**

Résultat de l'appel	Répartition des usagers		Proportion ayant présentés une satisfaction élevée	
		%		%
<b>Scolarité</b>				
Primaire		9,6		85,2
Secondaire		33,8		90,0
Cégep		22,7		89,0
Universitaire (1 <sup>er</sup> cycle)		23,3		82,9
Universitaire (2 <sup>e</sup> et 3 <sup>e</sup> cycle)		8,6		88,5
Autre		0,6		X
<b>Revenu</b>				
Moins de 20 000 \$		10,3		86,4
De 20 000 \$ à 39 999 \$		17,2		84,5
De 40 000 \$ à 59 999 \$		19,6		89,1
De 60 000 \$ à 79 999 \$		14,4		88,7
De 80 000 \$ à 119 999 \$		13,1		86,4
Plus de 120 000 \$		10,6		91,3
<b>Âge</b>				
18 à 24 ans		4,0		83,2
25 à 34 ans		18,2		89,9
35 à 44 ans		26,1		85,8
45 à 54 ans		27,8		86,5
55 à 64 ans		15,3		88,7
65 à 74 ans		6,3		88,9
75 ans et plus		1,2		X
<b>Sexe</b>				
Masculin		46,1		86,7
Féminin		53,9		87,9

X : Donnée confidentielle

# Questionnaire administré

## 1. L'INTRODUCTION ET LA SÉLECTION DU RÉPONDANT

Bonjour, mon nom est [nom de l'interviewer] de l'Institut de la statistique du Québec. Est-ce que je pourrais parler à [nom de la personne inscrite dans le fichier usager]?

Bonjour monsieur (madame), mon nom est [nom de l'interviewer] de l'Institut de la statistique du Québec. Nous effectuons une importante étude pour le compte du ministère de la Justice afin d'améliorer le service à la clientèle et j'aurais quelques questions à vous poser à ce sujet. Votre opinion est très importante pour nous. Vous avez fait, au cours des dernières semaines, des démarches auprès du CCC, que ce soit pour vous-même ou pour une autre personne.

Si oui, continuer

Si non, valider

Validation

Nous avons comme information à notre fichier que vous avez fait un appel auprès du CCC le [date de l'appel inscrite dans le fichier usager] et que vous avez accepté de collaborer notre étude. Est-ce le cas?

Si oui, continuer

Si non, terminer l'entrevue

**Êtes-vous toujours d'accord pour répondre à une courte étude d'environ 10 minutes sur la qualité des services reçus auprès du CCC?**

Si oui, continuer

Si non, terminer l'entrevue

**Avant de commencer l'entrevue, je voudrais vous informer qu'il se pourrait que des personnes dûment autorisées écoutent notre conversation, comme mon superviseur ou le responsable du projet. Pouvons-nous commencer maintenant?**

Si oui, passer à la question 2.1

Si non, prendre rendez-vous.

Si non (refus), terminer l'entrevue et remercier la personne.

## **2. L'IDENTIFICATION DU SERVICE**

Maintenant, je vais vous poser des questions particulières sur votre démarche effectuée auprès du CCC. J'aimerais que vous répondiez en pensant uniquement au service utilisé et non à d'autres services du ministère de la Justice que vous auriez pu utiliser.

### **2.1 Dans le cadre de votre démarche auprès du CCC, avez-vous obtenu le service ou votre demande est-elle encore en traitement?**

- a) Obtenu le service
- b) Demande en cours de traitement
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

### 3. LES DÉMARCHES POUR OBTENIR LE SERVICE

#### Accès au service et notoriété des modes de prestation offerts

#### 3.1 Comment avez-vous trouvé les coordonnées pour communiquer avec le CCC? (NE PAS LIRE)

- a) Dans les pages bleues du bottin téléphonique
- b) Services Québec
- c) Sur Internet
- d) En consultant un document (lettre, dépliant, etc.) du CCC
- e) Par une publicité dans les médias (journaux, radio, télévision)
- f) Par des parents ou des amis
- g) Constat d'infraction (ticket – amende)
- h) Subpoena (citation à comparaître – assignation)
- i) Autre, précisez
- j) Ne sait pas
- k) Ne répond pas

#### 3.2 Selon vous, parmi les moyens de communication suivants, lesquels peuvent être utilisés pour communiquer avec le service du CCC?

En personne à un bureau	Oui	Non	Nsp/Nrp
Par téléphone	Oui	Non	Nsp/Nrp
Par Internet (site Web)	Oui	Non	Nsp/Nrp
Par courriel	Oui	Non	Nsp/Nrp
Par la poste	Oui	Non	Nsp/Nrp
Par télécopie	Oui	Non	Nsp/Nrp

#### Les démarches et les modes de prestation utilisés

##### Recherche préalable d'informations

#### 3.3 Avant de faire votre appel, avez-vous, personnellement ou par l'entremise d'une autre personne, cherché de l'information ou de la documentation au sujet du CCC?

- a) Oui, moi-même
- b) Oui, par l'entremise d'une autre personne
- c) Non (PAQ 3.6)
- d) Ne sait pas
- e) Ne répond pas

**3.4 Par quel moyen avez-vous cherché cette information ou cette documentation?  
(Ne pas lire)**

- a) En personne à un bureau
- b) Un employé s'est déplacé pour vous rencontrer
- c) Par téléphone
- d) Par la poste
- e) Par télécopie
- f) Par courriel
- g) Par Internet
- h) Autre moyen, précisez
- i) Ne sait pas
- j) Ne répond pas

**3.5 Si vous aviez à recommencer cette étape demain, quel moyen préféreriez-vous utiliser?  
(Ne pas lire)**

- a) En personne à un bureau
- b) Un employé s'est déplacé pour vous rencontrer
- c) Par téléphone
- d) Par la poste
- e) Par télécopie
- f) Par courriel
- g) Par Internet
- h) Autre moyen, précisez
- i) Ne sait pas
- j) Ne répond pas

**Transmission de la réponse par le CCC**

**3.6 Est-ce que le CCC vous a transmis un document à la suite de votre appel?**

- a) Oui
- b) Non (PAQ 4.1)
- c) Ne sait pas (PAQ 4.1)
- d) Ne répond pas (PAQ 4.1)

**3.7 Par quel moyen le CCC vous a-t-il transmis ce document?  
(Ne pas lire)**

- a) En personne à un bureau
- b) Un employé s'est déplacé pour vous rencontrer
- c) Par la poste
- d) Par télécopie
- e) Par courriel
- f) Par Internet
- g) Autre moyen, précisez
- h) Ne sait pas
- i) Ne répond pas

**3.8 Si vous aviez à recommencer, par quel moyen préféreriez-vous recevoir ce document?  
(Ne pas lire)**

- a) En personne à un bureau
- b) Un employé s'est déplacé pour vous rencontrer
- c) Par la poste
- d) Par télécopie
- e) Par courriel
- f) Par Internet
- g) Autre moyen, précisez
- h) Ne sait pas
- i) Ne répond pas

#### 4. LA QUALITÉ PERÇUE DE LA PRESTATION DE SERVICES

Je vais lire maintenant quelques énoncés à propos du service que vous avez reçu de la part du CCC. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous êtes « tout à fait en désaccord » et 10 signifie que vous êtes « tout à fait en accord », à quel point diriez-vous que vous êtes en accord avec les énoncés suivants?

ÉNONCÉS	ÉCHELLE DE VALEUR
<b>L'accessibilité : La facilité à avoir accès au service</b>	
4.1 J'ai trouvé facile de joindre un préposé du service téléphonique.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.2 J'ai trouvé facile de joindre une personne en mesure de fournir le service.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.3 Dans l'ensemble, j'ai trouvé que le service était facilement accessible.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>La clarté du langage : La facilité à comprendre le langage utilisé par le personnel.</b>	
4.4 L'information obtenue était facile à comprendre.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.5 Le vocabulaire utilisé était facile à comprendre.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Le respect : Le sentiment d'être traité dignement et avec courtoisie.</b>	
4.6 L'employé a été poli avec moi.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.7 L'employé m'a traité avec dignité.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.8 On m'a traité avec respect.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>L'empathie : L'écoute et l'attention personnelle accordées à la clientèle</b>	
4.9 On m'a accordé une attention personnelle.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.10 Le CCC a compris mes besoins.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.11 On m'a permis d'exprimer mon point de vue.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ÉNONCÉS	ÉCHELLE DE VALEUR
<b><i>L'empressement : L'engagement du personnel à fournir un service rapide et à aider la clientèle.</i></b>	
4.12 L'employé était disposé à m'aider.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.13 L'employé n'a pas hésité à me venir en aide.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.14 On m'a fourni les explications dont j'avais besoin.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.15 On m'a fourni les explications dont j'avais besoin, et ce, rapidement.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b><i>La fiabilité : La capacité à fournir un service sans erreurs, avec exactitude et à respecter ses engagements.</i></b>	
4.16 L'information qui m'a été fournie était exacte.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.17 Le CCC a respecté ses engagements envers moi.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.18 J'ai trouvé que l'employé avec qui j'ai fait affaire (qui a traité mon dossier) avait les connaissances nécessaires pour répondre à mes questions.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b><i>La justice : Le sentiment d'être traité avec justice.</i></b>	
4.19 J'ai été traité de manière équitable.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.20 J'ai été traité sans favoritisme.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.21 J'ai été servi de manière juste.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.22 J'ai été traité sans discrimination.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b><i>La confidentialité : Le sentiment que la vie privée ou les renseignements personnels sont protégés.</i></b>	
4.23 On a traité ma demande avec discrétion.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.24 Je suis persuadé que les renseignements personnels que j'ai donnés au CCC sont traités de manière confidentielle.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.25 Je suis persuadé que le CCC utilise les renseignements personnels que je lui ai donnés uniquement dans le but prévu.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## 5. L'IMPORTANCE DES DIMENSIONS DE LA QUALITÉ

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous trouvez que ce n'est « pas du tout important » et 10 signifie que vous trouvez que c'est « extrêmement important », quelle importance accordez-vous à chacun des aspects suivants?

ÉNONCÉS	ÉCHELLE DE VALEUR
<b>Accessibilité</b>	
5.1 La facilité d'avoir accès au service.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Clarté</b>	
5.2 La clarté du langage utilisé.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Respect</b>	
5.3 Le sentiment d'être traité avec respect.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Empathie</b>	
5.4 L'écoute et l'attention personnelles accordées à la clientèle.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Empressement</b>	
5.5 L'engagement du personnel du CCC à fournir un service rapide.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5.6 L'engagement du CCC à aider la clientèle.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Fiabilité</b>	
5.7 La capacité du CCC à rendre un service sans erreurs, avec exactitude.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5.8 La capacité du CCC à respecter ses engagements.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Justice</b>	
5.9 Le sentiment d'être traité avec justice.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<b>Confidentialité</b>	
5.10 La protection des renseignements personnels vous concernant.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## 6. LA SATISFACTION GLOBALE

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous êtes « tout à fait insatisfait » et 10 « tout à fait satisfait ».

ÉNONCÉS	ÉCHELLE DE VALEUR
6.1 Dites-moi, dans l'ensemble, à quel point vous avez été satisfait du service téléphonique?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous êtes « tout à fait en désaccord » et 10 signifie que vous êtes « tout à fait en accord », à quel point diriez-vous que vous êtes en accord avec les énoncés suivants?

ÉNONCÉS	ÉCHELLE DE VALEUR
6.2 Le service téléphonique répond à mes besoins.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6.3 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience agréable.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6.4 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience positive.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6.5 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience déplaisante.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6.6 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience pénible.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## 7. LES CONSÉQUENCES

### *Conséquences sur les comportements*

**7.1 À la suite de votre démarche, avez-vous adressé une plainte au CCC pendant ou après le traitement de votre demande?**

- a) Oui
- b) Non
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

**7.2 À la suite de votre démarche, avez-vous parlé de façon négative du CCC aux gens de votre entourage?**

- a) Oui
- b) Non
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

**7.3 À la suite de votre démarche, avez-vous laissé voir aux employés du CCC votre degré de satisfaction ou d'insatisfaction?**

- a) Oui
- b) Non
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

### *Conséquences sur les attitudes*

**7.4 Avez-vous eu envie de vous plaindre du service que vous avez reçu du CCC?**

- a) Oui
- b) Non
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

**7.5 La prochaine fois que vous aurez affaire au CCC, pensez-vous que vous aurez une attitude positive?**

- a) Oui
- b) Non
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

**8. LES NORMES DE SERVICE**

Les prochaines questions concernent les délais d'attente que vous seriez prêts à accepter pour obtenir le service.

**8.1 Quel est le temps d'attente maximal que vous êtes prêt à accepter lorsque vous téléphonez au CCC?**

- a) Moins de 1 minute
- b) Plus de 1 minute à 2 minutes
- c) Plus de 2 minutes à 3 minutes
- d) Plus de 3 minutes à 4 minutes
- e) Plus de 4 minutes à 5 minutes
- f) Plus de 5 minutes
- g) Ne sait pas
- h) Ne répond pas

**8.2 Avez-vous des commentaires ou des suggestions qui permettraient au CCC de mieux répondre à vos besoins et à vos attentes?**

## 9. LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICES

Je vais vous poser quelques questions sur vos habiletés à utiliser Internet. Pour chacun des aspects suivants, indiquez-moi sur une échelle de 0 à 10 si vos habiletés sont extrêmement faibles ou extrêmement bonnes, 0 étant « extrêmement faibles » et 10 étant « extrêmement bonnes ».

ÉNONCÉS	ÉCHELLE DE VALEUR
<b><i>Habilité à utiliser Internet</i></b>	
9.1 Votre habileté à utiliser Internet.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
9.2 Votre habileté à utiliser les techniques de recherche sur le Web.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
9.3 Votre habileté à trouver ce que vous cherchez.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## **10. L'UTILISATION DU SITE INTERNET**

### **10.1 Avant, pendant ou après nous avoir contactés par téléphone, avez-vous utilisé le site Internet du ministère de la Justice ou du BIA?**

- a) Oui
- b) Non (PAQ 11.1)
- c) Ne sait pas (PAQ 11.1)
- d) Ne répond pas (PAQ 11.1)

### **10.2 Quel site Internet avez-vous utilisé? (Plus d'un choix possible)**

- a) Site du ministère de la Justice (PAQ 10AA)
- b) Site du BIA (PAQ 10BB)
- c) Site du ministère de la Justice ET site du BIA (PAQ 10AA)
- d) Ne sait pas (PAQ 11.1)
- e) Ne répond pas (PAQ 11.1)

**10AA Je vais lire maintenant quelques énoncés à propos du site Internet du ministère de la Justice que vous avez consulté.**

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous êtes « tout à fait en désaccord » et que 10 signifie que vous êtes « tout à fait en accord », à quel point diriez-vous que vous êtes en accord avec les énoncés suivants.

<b>ÉNONCÉS</b>	<b>ÉCHELLE DE VALEUR</b>
<b><i>L'accessibilité : La facilité à avoir accès au service</i></b>	
10.3 J'ai trouvé facile d'accéder au site WEB.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10.4 J'ai trouvé facilement ce que je cherchais dans le site WEB.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10.5 Le site WEB est attrayant.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**10BB Je vais lire maintenant quelques énoncés à propos du site Internet du BIA que vous avez consulté.**

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous êtes « tout à fait en désaccord » et que 10 signifie que vous êtes « tout à fait en accord », à quel point diriez-vous que vous êtes en accord avec les énoncés suivants.

<b>ÉNONCÉS</b>	<b>ÉCHELLE DE VALEUR</b>
<b><i>L'accessibilité : La facilité à avoir accès au service</i></b>	
10.3 J'ai trouvé facile d'accéder au site WEB.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10.4 J'ai trouvé facilement ce que je cherchais dans le site WEB.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10.5 Le site WEB est attrayant.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## 11. LES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

En terminant, j'ai quelques questions d'ordre statistique à vous poser afin de nous aider à classer les données.

### 11.1 Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison? (Indiquer la langue de l'entrevue si deux langues sont parlées également)

- a) Français
- b) Anglais
- c) Autre, précisez
- d) Ne sait pas
- e) Ne répond pas

### 11.2 Possédez-vous un ordinateur à votre domicile?

- a) Oui
- b) Non
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

### 11.3 Avez-vous accès à Internet à votre domicile ou à votre travail?

- a) Oui
- b) Non
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

### 11.4 Quel est le nom de la ville où vous habitez? (Nom après les fusions municipales)

\_\_\_\_\_

### 11.5 Quel énoncé décrit le mieux votre occupation?

- a) Je travaille à temps plein
- b) Je travaille à temps partiel
- c) Je suis étudiant
- d) Je suis retraité
- e) Autre, précisez
- f) Ne sait pas
- g) Ne répond pas

**11.6 Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété?**

- a) Primaire
- b) Secondaire (y compris la formation professionnelle)
- c) Cégep (y compris la formation technique)
- d) Universitaire (1<sup>er</sup> cycle)
- e) Universitaire (2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle)
- f) Autre, précisez
- g) Ne sait pas
- h) Ne répond pas

**11.7 Quel est le revenu annuel de votre ménage (avant impôts et y compris les revenus de toutes provenances et de tous les membres du ménage)?**

- a) Aucun revenu
- b) Moins de 20 000 \$
- c) De 20 000 \$ à 39 999 \$
- d) De 40 000 \$ à 59 999 \$
- e) De 60 000 \$ à 79 999 \$
- f) De 80 000 \$ à 119 999 \$
- g) Plus de 120 000 \$
- h) Ne sait pas
- i) Ne répond pas

**11.8 Dans quel groupe d'âge vous situez-vous?**

- a) 18 à 24 ans
- b) 25 à 34 ans
- c) 35 à 44 ans
- d) 45 à 54 ans
- e) 55 à 64 ans
- f) 65 à 74 ans
- g) 75 ans et plus
- h) Ne sait pas
- i) Ne répond pas

**11.9 Noter le sexe du répondant**

- a) Masculin
- b) Féminin
- c) Ne sait pas
- d) Ne répond pas

**Au nom du ministère de la Justice du Québec et de l'Institut de la statistique du Québec, je tiens à vous remercier pour votre collaboration et le temps que vous nous avez consacré.**