

**Étude de satisfaction des clientèles du
ministère de l'Emploi et de la Solidarité
sociale**
**Clientèles du Secrétariat à l'action
communautaire autonome et aux
initiatives sociales (SACAIS)**

Rapport final
Présenté au
Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale

Mars 2010

Réf. : R09207v2p1MESS(SACAIS).ppt



Table des matières

Introduction	4
1. Engagements généraux	
1.1 Vous servir avec respect et courtoisie	10
1.2 Respecter l'heure de votre rendez-vous ou vous informer du délai d'attente	11
1.3 Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement, sinon vous rappeler dans les 24 heures	14
1.4 Vous fournir de l'information complète et précise	19
1.5 Utiliser un langage clair dans vos communications orales et écrites	21
1.6 Assurer la confidentialité et la protection de vos renseignements personnels	22
1.7 Vous donner de l'information sur les étapes de traitement de votre demande et les délais requis	23
1.8 Vous informer des motifs d'une décision rendue dans votre dossier	26
1.9 Donner suite à votre demande dans le respect des lois et règlements en vigueur, de façon équitable	27
1.10 Rendre accessibles des sites Internet qui vous proposent de l'information générale et à jour sur les programmes, les mesures et les services du Ministère	28
2. Informations complémentaires	
2.1 Modes de contact	30
2.2 Satisfaction globale	31
2.3 Utilisation et développement du site Internet	32
2.4 Commentaires et suggestions	34
3. Importance et priorisation des éléments de satisfaction	38
4. Synthèse de l'importance et de la satisfaction	43
 Annexes :	
1) Méthodologie détaillée	
2) Questionnaire	



Introduction



Introduction

CADRE

- SOM, société d'experts-conseils en sondage et recherche socioéconomique, présente ici les résultats d'une étude de satisfaction de la clientèle conduite dans le cadre du projet de suivi et de reddition de comptes pour les engagements de la Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens du ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale du Québec.
- Ce mandat est sous la responsabilité de la direction générale adjointe de la recherche, de l'évaluation et de la statistique, qui relève de la direction générale des politiques et vise à rendre compte d'un sondage conduit auprès des clientèles du Ministère et portant sur la satisfaction des clients et le respect des engagements inclus dans la Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens (DSC).
- En effet, par l'adoption de la *Loi sur l'administration publique* (Loi 82), l'Assemblée nationale a instauré un nouveau cadre de gestion de l'administration gouvernementale qui est axé sur l'atteinte des résultats, sur le respect du principe de la transparence et sur une imputabilité accrue de l'administration gouvernementale devant l'Assemblée nationale.
- Le rapport annuel sur la reddition de comptes doit, entre autres, permettre d'établir dans quelle mesure on atteint les normes de service précisées à la Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens.
- Le cadre législatif définit également quels sont les mécanismes de reddition de comptes de même que les dates butoirs pour ce faire.



Introduction- Suite

OBJECTIFS

- Le présent mandat confié à SOM consiste à prendre une mesure quantitative de la satisfaction de la clientèle pour les principales entités de prestation de services du Ministère. Plus spécifiquement, les objectifs visés par cette enquête sont :
 - connaître le niveau de satisfaction des clients pour chacun des engagements de la Déclaration de services aux citoyens;
 - connaître le niveau d'importance accordé aux différents engagements de la Déclaration de services aux citoyens;
 - identifier des engagements pour lesquels une amélioration ou une reformulation est souhaitable.

CLIENTÈLE CIBLE

- Le présent rapport porte sur la clientèle du Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales (SACAIS).
- Contrairement aux autres volets de cette étude, dans le cas du SACAIS, c'est la première fois qu'une telle vérification du respect des engagements de la DSC est effectuée. Il n'y a donc pas de comparaison avec des données antérieures pour cette clientèle.
- Il n'y a pas non plus de subdivisions de cette clientèle entre différents sous-groupes que l'on compare systématiquement, comme c'est le cas pour plusieurs des autres volets.

SOMMAIRE MÉTHODOLOGIQUE

- L'enquête a été réalisée du 22 septembre au 13 octobre 2009.
- L'échantillon est un échantillon aléatoire simple de clients. Cet échantillon a été fourni par le Ministère.
- Au sein de chacun des organismes joints, on a sondé la personne-ressource identifiée par le Ministère ou, lorsque ce n'était pas possible, le dirigeant principal de l'organisme.
- Vu l'excellent taux de réponse et que, de toute façon, on ne possède pas de statistiques descriptives de cette population plus fiables que celles de cette enquête, les données n'ont pas été pondérées.
- Le tableau suivant résume les principaux résultats de la collecte.



Introduction - Suite

Résultats de la collecte de données	Total
Échantillon initial fourni par le Ministère	504
Répondants à l'enquête	414
Taux de réponse brut (%)	82,1
Taux de réponse net (répondants qualifiés et non qualifiés (inadmissibles) divisés par le nombre de numéros de téléphone utilisables) (%)	89,6
Marge d'erreur d'échantillonnage maximale sur une proportion au niveau de confiance de 95 % (%)	2,1

- On trouvera en annexe de l'information plus détaillée sur la méthodologie.

Interprétation

- Les résultats sont présentés dans ce rapport d'abord sous forme de tableaux ou de diagrammes. Les données qui y sont présentées sont des résultats objectifs, des mesures directes extraites de l'enquête de satisfaction.
- On présente en parallèle une analyse de ces résultats. On y retrouve deux types d'information. Le type d'information le plus usuel est de présenter les résultats les plus importants des tableaux ou diagrammes en les reprenant ou en les expliquant différemment ou encore en précisant quels sont les résultats obtenus pour des sous-groupes de clients.
- L'autre type d'information que l'on retrouve dans la colonne de droite relève plutôt du commentaire d'expertise du sondeur. Comme nous faisons plusieurs centaines d'études de satisfaction chaque année, dont plusieurs dizaines pour des ministères et organismes, nous avons développé une longue familiarité et une grande expertise par rapport à ce type d'enquête. Certains commentaires sont donc inspirés de cette expérience ou encore suggèrent des hypothèses pour expliquer certains résultats qui, à l'occasion, peuvent surprendre.



Introduction - Suite

- L'analyse pour ce volet de l'étude est plus limitée par comparaison avec les autres volets parce que c'est la première édition de cette mesure pour ce groupe, parce que la clientèle n'est pas divisée en sous-clientèles et parce que les variables de segmentation sont minimales (satisfaction globale, sexe et scolarité du répondant).
- Les mesures de satisfaction à l'égard du respect des engagements de la DSC sont faites sur une échelle de Lickert à quatre niveaux : très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait ou très insatisfait. Cependant, même si l'échelle est en apparence symétrique, dans la réalité elle ne l'est pas du tout.
- Il faut comprendre que lorsqu'on demande ou reçoit un service, il est normal d'être satisfait et anormal d'être insatisfait. Il n'est pas du tout naturel de retrouver autant de clients insatisfaits que de clients satisfaits. On n'a qu'à s'imaginer soi-même recevant un service et à se demander si on irait chez un fournisseur où on a une chance sur deux d'être insatisfait. Dans un processus de transaction de service, il n'est que normal d'être satisfait. Par contre, on peut considérer comme un grand succès qu'un grand nombre de clients se disent « très satisfaits », alors qu'un nombre important d'insatisfaits ou de très insatisfaits est symptomatique d'un problème que généralement, comme organisation, on voudra tenter d'éliminer si c'est en notre pouvoir.
- En pratique, dans le cas des services gouvernementaux, qui sont généralement en situation de monopole, on cherche tout d'abord à réduire l'insatisfaction à son minimum et c'est pourquoi l'analyse des résultats sera généralement centrée sur cet aspect. On voudrait idéalement que tous les clients soient satisfaits.
- Par la suite, surtout dans le cas des entreprises privées en situation concurrentielle, on vise à maximiser la proportion de « très satisfaits » (puisque en situation concurrentielle, les clients insatisfaits sont généralement déjà partis ailleurs). Dans le cas des organismes publics, c'est un objectif que l'on se fixera lorsqu'on aura réussi à éliminer ou à réduire considérablement l'insatisfaction.



Introduction - Suite

- Notre vaste expérience des études pour des organismes publics nous montre également qu'un taux d'insatisfaction qui excède 10 % est généralement considéré comme problématique lorsqu'il s'agit d'une clientèle qui reçoit un service, au sens usuel. Ainsi, lors des premières démarches d'évaluation de la satisfaction de la clientèle, on vise généralement d'abord à identifier les dimensions pour lesquelles le niveau d'insatisfaction excède 10 % et celles-ci deviennent les axes prioritaires d'amélioration des services. Ce n'est qu'une fois ce premier objectif atteint qu'on étudiera d'autres moyens d'améliorer les services.
- Ce contexte général nécessite bien des accommodements. En effet, dans l'éventail de services des organismes publics, il en existe de différentes natures. Certains services sont réellement des services au sens usuel (par exemple, des services d'information) alors que d'autres sont plutôt des exigences ou des procédures de contrôle. Ce contexte fort différent amène aussi des réactions fort différentes chez les clients. Il est beaucoup plus facile de satisfaire des clients à qui on offre un service au sens usuel que de satisfaire un client qui est contraint d'utiliser nos « services » dans le cadre d'une procédure de contrôle, ou pire, dans le cadre d'une sanction (par exemple, la récupération de sommes versées en trop). Ces contextes différents doivent être pris en compte dans l'analyse de satisfaction.
- Contrairement à d'autres volets de l'étude où la clientèle sondée était en situation conflictuelle avec le Ministère (par exemple, la clientèle de la DRRA), dans ce cas-ci, la norme du 10 % nous paraît fort appropriée.
- En définitive, l'analyse de la satisfaction demande du jugement pour prendre en compte les différents contextes. Ultimement cependant, ces outils sont toujours utiles pour déterminer les aspects du service qui causent le plus d'insatisfaction et sur lesquels il est donc prioritaire de travailler pour mieux répondre aux attentes de la clientèle. Ainsi, même s'il était légitime de se demander quelle est la proportion de nos clients qui sont satisfaits et pourquoi, il est généralement beaucoup plus utile de répondre à la question « Quelle est la proportion de nos clients qui sont insatisfaits et pourquoi? ». C'est donc dans cette optique que sont généralement rédigées les études de satisfaction de clientèles, même pour les organismes publics, et c'est le cas de celle-ci.



Chapitre 1

Engagements généraux

1.1 Vous servir avec respect et courtoisie

C1. « Êtes-vous... de la courtoisie et du respect démontrés par le personnel, la dernière fois que vous avez appelé? »

(Base : ceux qui ont appelé, n : 394)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

Le personnel jugé respectueux et courtois

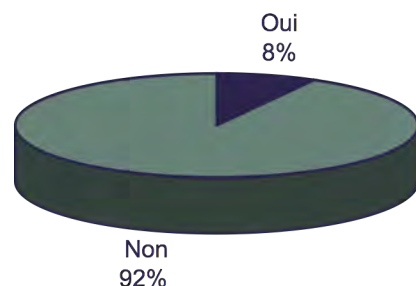
En matière d'accueil offert par son personnel, le MESS s'engage à servir le citoyen avec respect et courtoisie. Cet engagement obtient un excellent taux global de satisfaction (99 %). La proportion des clients qui se disent « très satisfaits » est également bonne, avec 63 %. En fait, il serait sans doute difficile de faire mieux.

On peut donc affirmer sans hésiter que l'engagement de servir les clients du SACAIS avec respect et courtoisie est tenu.

1.2.1 Respecter l'heure de votre rendez-vous ou vous informer du délai d'attente

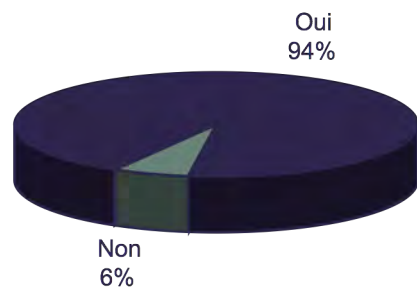
B1A. « Depuis un an, avez-vous tenté d'obtenir un rendez-vous en personne avec un agent du SACAIS? »

(n : 414)



B1B. « En avez-vous obtenu un? »

(Base : ceux qui ont tenté d'obtenir un rendez-vous, n : 31)



On tente rarement d'obtenir un rendez-vous...

Seuls 8 % des clients du SACAIS ont tenté d'obtenir un rendez-vous en personne avec un agent au cours de la dernière année. Cette proportion est plus élevée chez les hommes interrogés (12 %) que chez les femmes (6 %).

Mais on l'obtient généralement lorsque c'est le cas

Parmi ceux qui ont tenté d'obtenir un rendez-vous (n : 31), la grande majorité (94 %) en a effectivement obtenu un – il s'agit d'un très bon taux de réussite. En fait, seules deux personnes (6 %) ont affirmé le contraire.

Notons ici que pour cette question et les suivantes, la petite taille du groupe concerné (environ 30 personnes) appelle à la prudence dans l'interprétation des résultats.

1.2.2 Respecter l'heure de votre rendez-vous ou vous informer du délai d'attente - Suite

B1C. « Êtes-vous... de la facilité à obtenir un rendez-vous la dernière fois que vous en avez voulu un? »

(Base : ceux qui ont obtenu un rendez-vous, n : 28)



B2. « Pour quelle raison vouliez-vous un rendez-vous? »

(Base : ceux qui ont tenté d'obtenir un rendez-vous, n : 31)

Raisons	%
■ Discussions, explications à la suite d'une décision	42
■ Explications sur un programme ou un projet	26
■ Suivi de l'avancement d'un projet	19
■ Information sur les programmes, possibilités en général	10
■ Faire connaître un organisme	3

Très insatisfait ou insatisfait
 Très satisfait
 Satisfait

Il semble facile d'obtenir un rendez-vous

En effet, 71 % des clients qui ont obtenu un rendez-vous (n : 28) sont « très satisfaits » de la facilité à obtenir un rendez-vous la dernière fois qu'ils en ont voulu un. Globalement, le taux de satisfaction se situe à 96 %, ce qui est excellent.

Des motifs variés

Plusieurs motifs justifient la prise de rendez-vous. Le plus fréquent relève du souhait de discuter ou d'obtenir des explications à la suite d'une réponse ou d'une décision (42 %). Un quart des clients (26 %) désiraient plutôt des explications sur un programme ou un projet du SACAIS alors qu'une personne sur cinq (19 %) voulait connaître l'état d'avancement d'un projet.

1.2.3 Respecter l'heure de votre rendez-vous ou vous informer du délai d'attente - Suite

B3. « La dernière fois, est-ce que... ? »

(Base : ceux qui ont obtenu un rendez-vous, n : 29)

	%
■ On a respecté l'heure du rendez-vous	94
■ On vous a rencontré avant l'heure	3
■ Pas rencontré du tout	3

Respecter l'heure du rendez-vous : un engagement tenu

La proportion des clients du SACAIS qui affirment qu'on a respecté l'heure de leur dernier rendez-vous (94 %) ou qu'on a rencontrés à l'avance (3 %) est de 97 %. Le 3 % restant (un seul répondant) n'a pas été rencontré en retard, plutôt, pour une raison inconnue, le rendez-vous n'a pas eu lieu.

La première partie de l'engagement de la déclaration de services qui est de « respecter l'heure de votre rendez-vous » est donc tenue. La deuxième partie de l'engagement (vous informer du délai d'attente) ne s'applique pas ici puisqu'aucun retard - et donc aucun délai - n'a été déploré par les clients interrogés.

1.3.1 Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement sinon vous rappeler dans les 24 heures

B4. « Êtes-vous... de la facilité à obtenir la ligne téléphonique la dernière fois que vous avez appelé? »

(Base : ceux qui ont appelé depuis un an, n : 382)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

La ligne téléphonique facile à obtenir

Avec un taux global de satisfaction de 96 %, on peut généralement dire que les clients sont satisfaits de la facilité à obtenir la ligne téléphonique la dernière fois qu'ils sont appelés. La proportion des clients « très satisfaits » (44 %) est toutefois un peu moins grande que ce qu'on a pu voir aux sections précédentes. Peut-être y a-t-il là des gains à faire.

La proportion des individus très satisfaits de cet aspect du service est nettement plus grande parmi ceux qui se disent globalement très satisfaits des services reçus du SACAIS depuis un an (75 % par rapport à 31 % ou moins pour les autres sous-groupes).

1.3.2 Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement sinon vous rappeler dans les 24 heures - Suite

B5. « Êtes-vous... du nombre de personnes à qui vous avez dû parler avant d'avoir l'information que vous vouliez? »

(Base : ceux qui ont appelé, n : 382)



B5B. « À combien de personnes (environ) avez-vous dû parler? »

(Base : ceux qui sont insatisfaits du nombre de transferts, n : 12)

	%
■ Une seule	8
■ Deux	25
■ Trois	67

Très insatisfait ou insatisfait
 Très satisfait
 Satisfait

La quasi-totalité satisfaite du nombre de transferts

En effet, avec un taux global de satisfaction de 97 %, les clients du SACAIS sont satisfaits du nombre de personnes à qui ils ont dû parler avant d'obtenir l'information désirée. Les clients satisfaits se divisent en proportions égales entre les « très satisfaits » et les « satisfaits ».

Encore une fois, cette dimension du service est fortement corrélée avec le degré de satisfaction globale à l'égard des services reçus du SACAIS depuis un an.

On parle à deux ou trois personnes

Les répondants insatisfaits à la question précédente étaient invités à mentionner le nombre de personnes à qui ils ont dû parler lors de leur dernier appel. Comme le montre le tableau ci-contre, la majorité d'entre eux (67 %) ont eu affaire à trois personnes. Toutefois, la taille réduite de ce groupe (n : 12) fait en sorte qu'il est impossible de tirer des conclusions valides à l'égard de cet aspect.

1.3.3 Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement sinon vous rappeler dans les 24 heures - Suite

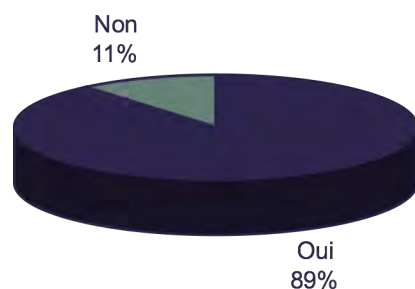
B6. « À part les cas d'urgence, quel délai maximal jugez-vous raisonnable d'attendre avant qu'un agent vous retourne votre appel? »

(Base : ceux qui ont appelé, n : 384)

	%
■ Moins d'une journée	7
■ Une journée	40
■ 2-3 jours	41
■ Plus de 3 jours	12

B7. « La dernière fois que vous avez laissé un message, vous a-t-on retourné votre appel dans les 24 heures? »

(Base : ceux qui ont laissé un message, n : 299)



Un engagement qui correspond généralement aux attentes

L'engagement du MESS, lors d'un appel téléphonique, est d'offrir au client de parler immédiatement à quelqu'un ou, sinon, de le rappeler dans les 24 heures. Ce délai de 24 heures (une journée ou plus) est jugé raisonnable par 93 % des clients du SACAIS. Les quelques autres (7 %) s'attendent à être rappelés plus rapidement, soit dans un délai de moins d'une demi-journée; ceux-ci ont donc des attentes plus élevées que l'engagement de la déclaration de services.

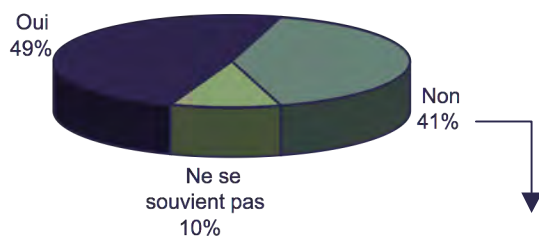
La deuxième partie de l'engagement pourrait être mieux tenue

Selon les réponses obtenues, la deuxième partie de l'engagement du MESS, qui est de rappeler les clients dans un délai de 24 heures, n'aurait pas été respecté dans 11 % des cas. Il y a donc possibilité d'amélioration sur ce plan.

1.3.4 Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement sinon vous rappeler dans les 24 heures - Suite

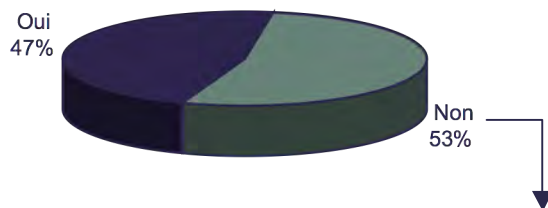
B8. « La dernière fois que vous avez appelé, avez-vous pu parler immédiatement (lors de ce même appel) à la personne à qui vous vouliez parler? »

(Base : ceux qui ont appelé, n : 386)



B9. « Avez-vous pu parler à quelqu'un d'autre à sa place? »

(Base : ceux qui n'ont pu parler immédiatement à la personne désirée, n : 158)



B10. « Pourquoi n'avez-vous pas parlé à quelqu'un d'autre? »

(Base : ceux qui n'ont parlé à personne d'autre, n : 82)

	%
■ Vous ne vouliez parler à personne d'autre	90
■ On ne vous l'a pas offert	5
■ Vous ne saviez pas quoi faire pour parler à quelqu'un d'autre	5

La majorité ne veut parler à personne d'autre

Lors de leur dernier appel, une proportion importante de clients (41 %) n'a pu parler immédiatement à la personne désirée. Parmi ceux-ci, 53 % n'ont pu parler à quelqu'un d'autre non plus.

Si cette dernière proportion paraît élevée à première vue, elle doit toutefois être relativisée à l'aide du tableau ci-contre. Dans la majorité des cas (90 %), les personnes concernées ne voulaient tout simplement pas parler à une autre personne. Par rapport à l'engagement du MESS « d'offrir de parler à quelqu'un immédiatement », ce sont plutôt les deux autres raisons qui posent problème, en particulier lorsque cette option n'a pas été offerte. Ça concerne ici 10 % de ceux qui n'ont pu parler à une autre personne.

1.3.5 Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement sinon vous rappeler dans les 24 heures - Suite

« Taux net de « non-respect » de l'engagement d'offrir de parler à quelqu'un d'autre »

A	B	C	Produit de B et C (non-respect de l'engagement)
% n'ont pas pu parler immédiatement	% d'entre eux qui n'ont parlé à personne d'autre	% d'entre eux à qui on ne l'a pas offert ou ne savait pas comment	
41	53	10	5

On estime que cette partie de l'engagement n'est pas respectée dans 5 % des cas

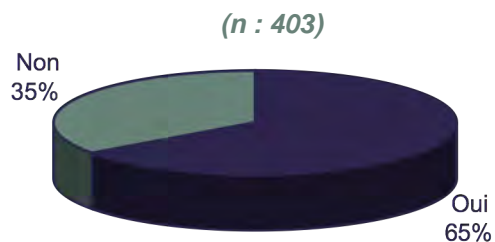
Pour simplifier la compréhension des différentes statistiques de la page précédente, elles sont regroupées dans le tableau synthèse ci-contre pour mieux apprécier le respect ou non de la première partie de l'engagement.

La première colonne indique la proportion de clients à qui l'engagement s'applique, soit le pourcentage de clients qui n'ont pas pu parler à la personne appelée lors de leur dernier appel. La dernière colonne présente la proportion de ces clients pour lesquels l'engagement n'est pas respecté, c'est-à-dire à qui on n'a pas offert de parler à quelqu'un d'autre (on ne vous l'a pas offert ou vous ne saviez pas comment faire, par exemple dans les cas de réponse vocale automatisée).

Au final, la première partie de l'engagement (offrir au client de parler à quelqu'un d'autre) n'est pas respectée pour 5 % des clients qui auraient été en situation de parler à quelqu'un d'autre.

1.4.1 Vous fournir de l'information complète et précise

B11. « Vous a-t-on déjà fourni de l'information générale sur les programmes du SACAIS et les services offerts, que ce soit par téléphone, par la poste, en personne ou autrement? »



B12. « Êtes-vous... de l'information qu'on vous a donnée? »
(Base : ceux qui ont reçu de l'information, n : 260)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

Les deux tiers des clients ont reçu de l'information

En effet, 65 % des clients ont mentionné que le SACAIS leur a déjà fourni de l'information générale sur ses programmes et services, que ce soit par téléphone, par la poste, en personne ou autrement.

Globalement, 94 % des clients se sont dits satisfaits de cette information. Bien qu'on soit en présence d'un bon niveau de satisfaction, le taux d'insatisfaction (6 %) montre qu'il s'agit de l'aspect du service le moins bien évalué jusqu'à maintenant. La proportion plus faible de clients « très satisfaits » (31 %) renforce ce constat. Cela ne remet toutefois pas en question le respect de l'engagement.

1.4.2 Vous fournir de l'information complète et précise - Suite

B13/14 « Y a-t-il des sujets sur lesquels vous auriez aimé avoir une information plus complète ou plus précise? Lesquels? »

	%
Proportion des clients qui auraient aimé plus d'information (n : 414)	37
Principaux sujets (n : 152)	
■ Programmes offerts	34
■ Montant accordé, aide disponible, financement	23
■ Critères de sélection	15
■ Comment remplir un formulaire ou demander du soutien	13
■ État d'avancement du dossier, date de la réponse	6
■ Documents à fournir avec une demande	4
■ Modifications des programmes et des politiques	3
■ Approche territoriale intégrée	2
■ Projets spécifiques ou ponctuels	2
■ Information sur les rapports	2
■ Information sur le sondage	2

Notes :

- 1) Liste des sujets mentionnés par au moins trois répondants.
- 2) Les répondants pouvaient identifier deux sujets de sorte que le total peut excéder 100 %.
- 3) Il s'agit d'une question totalement ouverte, sans choix de réponse proposés.

Un peu plus du tiers des clients auraient souhaité plus d'information

En fait, 37 % des clients du SACAIS auraient aimé avoir une information plus complète et plus précise par rapport à certains sujets.

Les sujets les plus souvent mentionnés concernent les programmes offerts par le SACAIS (34 %), le financement des projets (23 %), les critères de sélection (15 %) et la façon de soumettre une demande (13 %).

1.5 Utiliser un langage clair dans nos communications orales et écrites

C4. « Êtes-vous... de la clarté du langage utilisé par le personnel la dernière fois que vous avez appelé? »

(Base : ceux qui ont appelé, n : 394)



C5. « Êtes-vous... de la clarté des lettres ou autres documents reçus du SACAIS? »

(Base : tous, n : 411)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

Les communications orales meilleures que les communications écrites

Les clients du SACAIS sont satisfaits du langage utilisé par le personnel la dernière fois qu'ils ont appelé, et ce, dans une proportion de 96 %. Encore une fois, il s'agit d'un très bon taux de satisfaction, surtout avec une majorité de « très satisfaits ».

Les communications écrites pourraient toutefois être améliorées si on se fie à la perception des clients. En effet, avec un taux d'insatisfaction de 15 %, les lettres ou autres documents qui proviennent du SACAIS gagneraient à être plus clairs. Notons par ailleurs que cet élément est fortement corrélé avec la satisfaction générale des services reçus du SACAIS depuis un an. Ainsi, le taux d'insatisfaction à l'égard des communications écrites est nettement plus élevé (38 %) chez ceux qui sont insatisfaits des services reçus depuis un an.

1.6 Assurer la confidentialité et la protection de vos renseignements personnels

D1. « Êtes-vous... de la façon dont on a assuré la confidentialité et la protection des renseignements personnels de votre dossier, notamment les informations nominatives sur la clientèle, le personnel ou les administrateurs de votre organisme? »

(n : 348)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

L'engagement d'assurer la confidentialité fait bonne figure

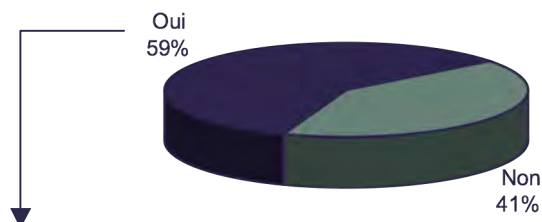
Dans sa déclaration de services, le Ministère s'engage à assurer la confidentialité et la protection des renseignements personnels. Comme on peut le voir ci-contre, les clients sont globalement satisfaits (96 %) de la façon dont le Ministère a assuré la confidentialité et la protection des renseignements échangés. Voilà donc un autre engagement qui semble respecté du point de vue des clients.

À noter, comme on peut le voir par la taille du « n » (348), plusieurs clients n'étaient pas en mesure de se prononcer (ne sait pas ou ne s'applique pas).

1.7.1 Vous donner de l'information sur les étapes de traitement de votre demande et les délais requis

F1. « Depuis un an, avez-vous fait des demandes d'information, d'explications, ou autre demande au SACAIS? (Ex. : modifications ou abandon d'un projet, ententes administratives particulières, etc.) »

(n : 411)



F2. « Quelle était la nature exacte de votre dernière demande? »

(Base : ceux qui ont fait une demande, n : 238)

	%
■ Demande d'information sur un programme ou un projet	46
■ Demande d'explications sur une décision	15
■ Renouvellement d'une entente d'un projet	14
■ Ententes administratives particulières	13
■ Demande de financement	8
■ Suivi du dossier	3
■ Correctifs à apporter au dossier	1

Surtout des demandes d'information

Depuis un an, 59 % des clients ont fait une demande au SACAIS. Cette proportion est plus élevée chez les hommes interrogés (69 %) que chez les femmes (55 %).

La dernière demande formulée par les clients a pris la forme, pour près de la moitié des cas (46 %), d'une demande d'information sur un programme ou un projet. Les trois autres types de demandes formulées par au moins 10 % des gens concernés touchent des explications sur une décision (15 %), le renouvellement d'une entente ou d'un projet (14 %) et des ententes administratives particulières (13 %).

1.7.2 Vous donner de l'information sur les étapes de traitement de votre demande et les délais requis - Suite

F3. « La dernière fois, vous a-t-on informé des délais qu'il faudrait pour répondre à votre demande? »

(Base : ceux qui ont fait une demande, n : 226)

	%
Oui	43
Non	30
On a refusé la demande sur-le-champ	1
On a répondu à la demande sur-le-champ	26

F4. « Êtes-vous... de la façon dont on a respecté les délais qu'on vous avait mentionnés? »

(Base : ceux à qui on avait annoncé des délais, n : 92)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

Près du tiers des clients ne sont pas informés des délais requis

Informé le client sur les étapes de traitement de sa demande et sur le délai requis est un engagement de la déclaration de services du Ministère. Comme on peut le voir dans le tableau ci-contre, 30 % des clients du SACAIS disent ne pas avoir été informés des délais qu'il faudrait pour répondre à leur demande. Cet engagement mériterait donc une attention particulière.

Notons que pour 27 % des clients, la question était peu pertinente étant donné l'absence de délai (ceux qui ont vu leur demande être reçue ou refusée sur-le-champ).

Des délais respectés

La presque totalité des clients (97 %) qui ont été informés des délais se dit satisfaite de la façon dont ces délais ont été respectés. Il n'y a donc aucun problème à corriger sur ce plan.

1.7.3 Vous donner de l'information sur les étapes de traitement de votre demande et les délais requis - Suite

F5. « Êtes-vous... des informations qu'on vous a données sur les étapes et les délais de traitement de votre demande? »

(Base : ceux qui ont fait une demande qui a nécessité un traitement, n : 174)



On pourrait informer davantage les clients des étapes et des délais de traitement

En effet, si on se fie au taux d'insatisfaction de 16 %, le SACAIS gagnerait à mieux informer ses clients des étapes et des délais de traitement de leur demande.

Ce taux d'insatisfaction grimpe à 58 % parmi ceux qui sont globalement insatisfaits des services reçus du SACAIS depuis un an.

1.8 Vous informer sur les motifs d'une décision rendue dans votre dossier

F6. « Êtes-vous... des explications qui vous ont été données pour justifier les décisions rendues la dernière fois? »

(Base : ceux qui ont reçu des décisions depuis un an, n : 395)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

Un taux de satisfaction nettement moindre pour cet aspect

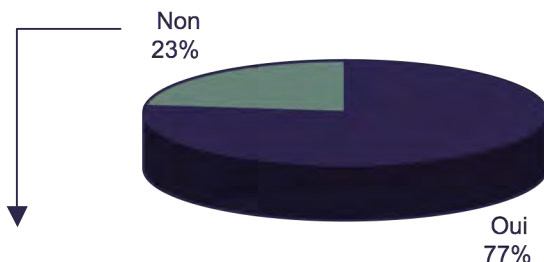
Le Ministère s'engage à informer ses clients des motifs d'une décision rendue dans leur dossier. Aussi, les clients touchés par une ou des décisions depuis un an étaient invités à exprimer leur satisfaction à propos des explications données par le Ministère pour justifier les décisions rendues.

On peut penser que le SACAIS gagnerait à mieux informer ses clients puisque 17 % des clients sont insatisfaits (13 %) ou très insatisfaits (4 %) des explications qui leur ont été données pour justifier les décisions rendues la dernière fois. Évidemment, il faut prendre en considération ici que certains clients ont pu se voir refuser du soutien ou du financement et donc être amers par rapport aux décisions rendues. Dans ce contexte, la situation peut parfois teinter les perceptions du client.

1.9 Donner suite à votre demande dans le respect des lois et règlements en vigueur, de façon équitable

F8. « Croyez-vous avoir toujours été traité de façon équitable compte tenu des lois et règlements en vigueur? »

(n : 395)



F9. « Qu'est-ce qui vous fait dire cela? »

(Base : ceux qui ne croient pas avoir toujours été traités de façon équitable, n:92)

	%
Subvention insuffisante, sous-financement	39
Iniquité dans le financement entre les différents organismes	34
Manque de compréhension	8
Critères non appropriés	4
Retrait d'une subvention pour motif discutable	3
Manque de communication/mauvaise communication	3
Manque d'explications sur les décisions	2
Financement ne tient pas compte des différences entre les organismes	2
Harcèlement de la part de l'agent/personnel tatillon	2

Notes :

- 1) Liste des sujets mentionnés par au moins deux répondants.
- 2) Les répondants pouvaient identifier deux éléments.
- 3) Il s'agit d'une question totalement ouverte, sans choix de réponse proposés.

Un engagement qui mérite une attention particulière

Près du quart (23 %) des clients croient qu'ils n'ont pas toujours été traités de façon équitable, une proportion relativement élevée.

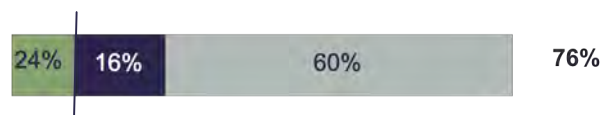
Pour en comprendre le sens, il faut examiner les raisons qui sous-tendent ce sentiment d'iniquité. Comme le montre le tableau ci-contre, les deux principales raisons (et de loin les plus souvent évoquées) sont liées à des considérations financières, sujet plutôt sensible s'il en est.

Ainsi, 39 % des clients qui perçoivent une iniquité de traitement justifient leur position par l'insuffisance de financement alors que 34 % critiquent le partage du financement accordé aux différents organismes. Les autres raisons sont mentionnées par moins de 10 % des clients concernés.

1.10 Rendre accessibles des sites internet en vous proposant de l'information générale à jour sur les programmes et les services du Ministère

G4. « Êtes-vous... de l'information offerte sur le site internet du Ministère qui concerne les programmes et les services du SACAIS? »

(Base : ceux qui ont déjà visité le site web, n : 280)



Très insatisfait ou insatisfait Très satisfait Satisfait

Le site web pourrait être enrichi

C'est du moins la conclusion à laquelle on arrive en examinant les résultats présentés dans le graphique ci-contre. En effet, 24 % des clients qui ont déjà visité le site web du Ministère (section SACAIS) se disent insatisfaits ou très insatisfaits de l'information qu'on y retrouve.

Notons par ailleurs que sur la base de tous les clients, la proportion de ceux qui n'ont jamais visité le site web s'élève à 29 %.



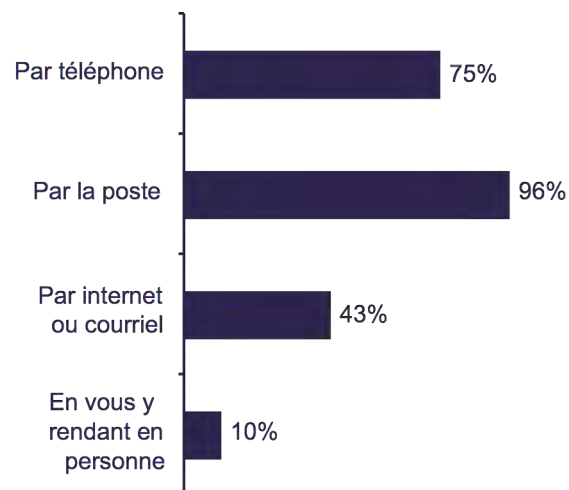
Chapitre 2

Informations complémentaires

2.1 Modes de contact

A1. « Depuis un an, avez-vous été en contact avec le SACAIS...? »

(n : 414)



D'abord la poste, ensuite le téléphone

Au cours de la dernière année, la presque totalité des clients du SACAIS (96 %) a été en contact avec l'organisme par voie postale. Le deuxième moyen de communication le plus fréquent est le téléphone (75 %). Très peu de gens se sont déplacés pour rencontrer un agent en personne (10 %).

Le courriel, utilisé par 43 % des clients dans la dernière année, est proportionnellement plus populaire auprès des hommes interrogés (50 %) que des femmes (40 %).

2.2.1 Satisfaction globale

G1. « De façon tout à fait générale maintenant, êtes-vous... des services que vous avez reçus depuis un an? »

(n : 405)



G2. « Quels sont vos principaux motifs d'insatisfaction? »

(Base : ceux qui sont insatisfaits des services reçus depuis un an, n : 30)

Deux mentions possibles

En lien avec la prestation de services	%
Manque d'information/pas eu de réponses claires	23
Manque de suivi/contact avec l'agent	17
Attitude du personnel	7
Manque de transparence	7
Délais trop longs	3
Erreurs/mauvaise gestion des dossiers	3
Formulaires non disponibles en version informatisée	3
Extrinsèque à la qualité de la prestation de services	
Aide financière insuffisante	43
Manque de flexibilité/réalisme des programmes	37
Mauvaise distribution des sommes d'une région à l'autre	3

Des clients globalement satisfaits

Avec un taux de satisfaction globale de 93 %, on peut parler d'un niveau de satisfaction élevé de la clientèle du SACAIS à l'égard des services reçus depuis un an. Mentionnons que les femmes interrogées sont proportionnellement moins nombreuses (29 %) à être « très satisfaites » par rapport aux hommes (42 %).

On critique d'abord l'aide financière

Les clients insatisfaits des services reçus depuis un an (n : 30) étaient invités à exprimer leurs principaux motifs d'insatisfaction. Trois éléments ont ainsi été mentionnés par plus de 20 % des répondants, comme le montre le tableau ci-contre.

Ces résultats doivent cependant être interprétés avec prudence. Étant donné le faible nombre de personnes insatisfaites (n : 30), une proportion de 20 % correspond à 6 répondants. De façon générale, les résultats présentés ici sont plutôt indicatifs que vraiment précis.

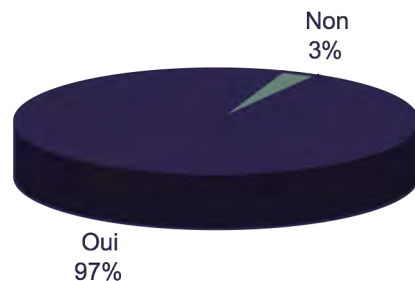
À titre indicatif donc, le premier motif d'insatisfaction, évoqué par 43 % des insatisfaits, concerne l'insuffisance de l'aide financière. On reproche également au SACAIS le manque de flexibilité ou de réalisme des programmes (37 %) ainsi que le manque d'information - ou une information pas suffisamment claire (23 %).

Les deux principaux motifs d'insatisfaction ne se rattachent donc pas à la qualité de la prestation de service.

2.3.1 Utilisation et développement du site internet

G3. « Utilisez-vous internet? »

(n : 414)



Presque tous des internautes

Les clients du SACAIS disent utiliser internet dans une proportion de 97 %. Voilà qui représente un « taux de branchement » particulièrement élevé.

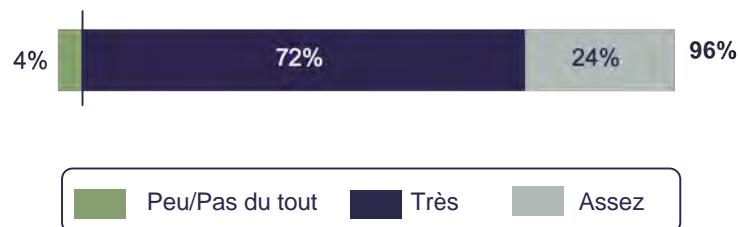
Devant cette donnée, il est étonnant de constater que seuls 43 % des clients aient été en contact par courriel avec le SACAIS au cours de la dernière année (comme on l'a vu précédemment).

Quoi qu'il en soit, le taux élevé de branchement de sa clientèle offre au SACAIS la possibilité de bonifier son offre de service en ligne.

2.3.2 Utilisation et développement du site internet - Suite

G5. « Selon vous, est-il... important que le SACAIS rende accessibles par internet certains de ses services? »

(n : 397)



G6. « Lesquels? »

(Base : ceux qui trouvent important que le SACAIS rende accessibles par internet certains services, n : 380)

	%
Information sur les programmes et services offerts en général	58
Modalités détaillées des programmes/critères d'admission	32
Les formulaires	27
Tous les services	4
Accès au dossier/consultation du dossier de l'organisme	3
Répertoire des organismes subventionnés/des projets subventionnés	2

Notes :

- 1) Liste des sujets mentionnés par au moins cinq répondants.
- 2) Les répondants pouvaient identifier deux sujets de sorte que le total peut excéder 100 %.
- 3) Il s'agit d'une question totalement ouverte, sans choix de réponse proposés.

Une priorité pour la clientèle

Près des trois quarts des clients (72 %) jugent « très important » que le SACAIS rende accessibles par internet certains de ses services.

En fait, les « services » les plus demandés relèvent plutôt d'une meilleure information. Ainsi, 58 % de ceux qui trouvent important que le SACAIS rende accessibles certains services en ligne souhaitent plus d'information sur les programmes et les services offerts en général, alors que 32 % aimeraient de l'information détaillée sur les modalités des programmes et les critères d'admission. En troisième lieu (27 %), on souhaiterait disposer de formulaires en ligne pour acheminer ses demandes.

2.4.1 Commentaires et suggestions

B15. « Qu'est-ce que le SACAIS devrait faire pour améliorer l'accès à ses services? »

(Deux mentions possibles, n : 414)

	%
Plus d'information/documentation/information plus claire/plus complète/plus accessible	13
Plus de publicité/visibilité/information sur les services offerts	8
Améliorer le site internet/rendre le site internet plus accessible	5
Agents plus accessibles/plus facile d'avoir un rendez-vous	4
Éliminer boîtes vocales/améliorer téléphonie/possibilité de parler à quelqu'un plus facilement	4
Augmenter l'aide financière/plus d'argent pour les projets et organismes	4
Visite des agents sur le terrain	2
Envoi d'information par courriel	2
Meilleur suivi des dossiers	2
Attitude/courtoisie des agents/respect/sourire/empathie	1
Plus de personnel/d'agents	1
Rendre les formulaires accessibles par internet	1
Améliorer les délais de réponse	1
Rappeler plus rapidement	1
Plus de services pour les personnes handicapées/ayant des limitations fonctionnelles	1

Notes :

- 1) Liste des sujets mentionnés par au moins trois répondants.
- 2) Les répondants pouvaient identifier deux sujets.
- 3) Il s'agit d'une question totalement ouverte, sans choix de réponse proposés.

D'abord une meilleure information

À la fin de la première section du questionnaire portant sur l'accessibilité aux services, on demandait aux clients ce qu'il convenait de prioriser pour améliorer l'accès aux services du SACAIS. D'abord, mentionnons qu'un peu plus de la moitié des clients (54 %) n'avaient rien à suggérer.

Comme on peut le voir dans le tableau ci-contre, les suggestions sont très diversifiées; une seule est mentionnée par plus de 10 % des clients. Toutefois, les trois mentions les plus fréquentes sont toutes liées à l'information, qu'il s'agisse d'une information plus complète et plus claire (13 %), d'une plus grande visibilité des services (8 %) ou de l'amélioration du site web (5 %).

2.4.2 Commentaires et suggestions - Suite

C3. « Qu'est-ce que le personnel devrait améliorer pour augmenter votre satisfaction à son endroit? »

(Deux mentions possibles, n : 414)

	%
L'attitude/le respect/la courtoisie/sourire/empathie/compréhension	9
La clarté des communications/explications	5
Meilleure connaissance générale des programmes/dossiers/clients	2
La disponibilité/accessibilité/facilité d'obtenir un rendez-vous	2
Rappeler plus rapidement	1
La rapidité/les délais	1
Plus de flexibilité/de souplesse	1
La fréquence des communications	1
Améliorer le service téléphonique	1

Notes :

- 1) Liste des sujets mentionnés par au moins 3 répondants.
- 2) Les répondants pouvaient identifier deux éléments.
- 3) Il s'agit d'une question totalement ouverte, sans choix de réponse proposés.

Aspects relationnels et communicationnels

Dans cette deuxième série de commentaires, les clients étaient invités à mentionner ce que le personnel pourrait changer dans une perspective d'amélioration.

Seules deux catégories de réponses sont mentionnées par au moins 5 % des répondants. La première concerne surtout l'aspect relationnel du service, comme l'attitude du personnel ou la manifestation de compréhension et d'empathie (9 %). La deuxième est liée à la clarté des communications et des explications (5 %).

Il importe de préciser que 78 % des clients n'ont formulé aucun commentaire. Rappelons-nous d'ailleurs que 99 % des clients se sont dits satisfaits (très satisfaits ou satisfaits) de la courtoisie et du respect démontrés par le personnel la dernière fois qu'ils ont appelé.

2.4.3 Commentaires et suggestions - Suite

H1. « Commentaires et suggestions pour améliorer les services en général. »

(Deux mentions possibles, n : 414)

	%
Augmenter l'aide financière/plus d'argent	19
Service personnalisé/plus de suivi/un agent partenaire	10
Programmes plus flexibles/répondant mieux aux besoins du milieu/plus réalistes	9
Clarté de l'information/explications/décisions plus claires	8
Visibilité/publicité/information sur les services offerts	3
Diminuer délais/décisions plus rapides	3
Simplifier les formulaires/l'information demandée/justificatifs	3
Plus de présence sur le terrain	3
Moins de boîtes vocales/accessibilité plus fluide par téléphone	2
Améliorer le site internet	2
Plus de transparence	1
Rendre les formulaires/demandes disponibles sur internet	1
Attitude du personnel/courtoisie/plus humain/moins d'arrogance	1

Notes :

- 1) Liste des sujets mentionnés par au moins trois répondants.
- 2) Les répondants pouvaient mentionner deux commentaires ou suggestions.
- 3) Il s'agit d'une question totalement ouverte, sans choix de réponse proposés.

Accroître les montants d'aide financière

Étant donné que les organismes communautaires comptent en bonne partie sur le financement gouvernemental pour maintenir leurs services, il n'est pas étonnant de constater que les préoccupations d'ordre financier soient celles qui reviennent le plus souvent (19 %). On souhaiterait par ailleurs bénéficier d'un service plus personnalisé (10 %) et que les programmes soient mieux adaptés aux besoins du milieu (9 %).

Comme c'était le cas pour les principaux motifs d'insatisfaction globale, deux des trois principales améliorations souhaitées (plus d'argent/programmes plus flexibles) ne se rattachent pas à la prestation de service, mais plutôt à la définition des programmes.

Mentionnons finalement que 44 % des clients n'avaient aucun commentaire ou suggestion à formuler à cette question.



Chapitre 3

Importance et priorisation des éléments de satisfaction



3. Importance et priorisation des éléments de satisfaction

Approche

- Cette section vise à établir une hiérarchie parmi les éléments mesurés. On vise ainsi à comprendre l'importance relative des différents éléments susceptibles de générer de l'insatisfaction au sein de la clientèle. Le niveau d'importance de chaque élément n'a pas été mesuré directement dans le questionnaire. Cela aurait obligé à doubler le nombre de questions, afin de mesurer d'une part la satisfaction et d'autre part l'importance. Ce choix aurait nécessairement entraîné une diminution du nombre de dimensions prises en compte. Nous avons donc plutôt procédé par détermination de l'importance déduite.
- Pour ce faire, nous avons passé en revue toutes les questions du questionnaire et nous avons identifié toutes les situations susceptibles d'expliquer l'insatisfaction manifestée par certains clients de façon générale. Ainsi, dans le questionnaire, nous avons identifié toutes les questions pouvant théoriquement avoir un impact sur la satisfaction globale et nous les avons rendues dichotomiques : situation présente ou non présente. Un élément susceptible d'avoir un impact sur l'insatisfaction globale est, par exemple, de se dire insatisfait ou très insatisfait d'une dimension en particulier ou encore une réponse négative à une question comme « Croyez-vous avoir été traité de façon équitable compte tenu des lois et règlements en vigueur? ».
- Dans tous les cas, la question a été rendue dichotomique, c'est-à-dire que cette situation potentiellement problématique pour le client est présente ou non. Les pourcentages ainsi obtenus sont toutefois différents de ceux présentés préalablement dans le rapport parce qu'ils sont basés sur l'ensemble des répondants.
- Par exemple, les pourcentages présentés dans le rapport pour les clients qui sont insatisfaits de la clarté des lettres et autres documents écrits ne sont basés que sur les gens qui se rappellent avoir reçu de tels documents. Dans le cas présent, ce pourcentage est ramené sur l'ensemble de la clientèle sondée qui a répondu à la question sur la satisfaction globale, puisque si on n'a pas reçu de lettres ou autres documents, ça ne peut pas être leur manque de clarté qui explique qu'on soit globalement insatisfait.
- Par la suite, nous avons mis en corrélation chacun des facteurs potentiellement explicatifs ainsi créés avec la variable de satisfaction globale, elle aussi rendue dichotomique entre les clients qui se disent très insatisfaits ou insatisfaits et ceux qui se disent très satisfaits ou satisfaits.
- La mesure de corrélation retenue entre les deux facteurs est le V de Cramer, qui est analogue à un coefficient de corrélation, mais plus adapté au type d'échelle de mesure utilisé ici. On trouvera en annexe des explications additionnelles sur la méthode d'analyse utilisée.

3. Importance et priorisation des éléments de satisfaction - Suite

- Cette approche générale nous permet donc d'identifier quels sont les facteurs explicatifs qui sont les plus corrélés avec le niveau de satisfaction/d'insatisfaction global exprimé par les clients. L'hypothèse sous-jacente ici est que si la corrélation est forte entre un facteur potentiellement explicatif et le niveau global de satisfaction, ce facteur explicatif est plus important, c'est-à-dire qu'il est plus relié au niveau global de satisfaction exprimé et peut donc contribuer davantage à son explication.
- On adopte ici une approche de corrélation. Une corrélation de 1 signifierait que c'est exactement le même groupe de répondants qui se disent insatisfaits globalement et insatisfaits de l'aspect évalué. Avec un large nombre de répondants, il est peu probable que ce soit un hasard et que les deux phénomènes n'aient pas un lien de dépendance. Toutefois, mathématiquement, rien ne nous dit quelle est la cause et quel est l'effet. On pourrait, par exemple, être insatisfait de la courtoisie des employés parce qu'on est insatisfait globalement plutôt que l'inverse. Aussi, les deux peuvent être deux effets de la même cause : on peut être insatisfait « de tout » parce qu'on s'est fait refuser quelque chose.
- De même quand on parle d'une dimension « importante », c'est toujours dans ce même sens, à savoir que la variable est fortement corrélée à l'insatisfaction globale et donc qu'elle contribue probablement à l'expliquer. Ce n'est pas au sens subjectif une variable « importante » du point de vue du client. Par exemple, il pourrait y avoir une variable « très importante » du point de vue des clients, mais dont personne n'est insatisfait. Du point de vue de l'analyse faite ici, elle ne serait pas importante du tout, car elle ne peut contribuer à expliquer l'insatisfaction globale si tout le monde en est satisfait.
- Si les clients développaient de l'insatisfaction sur cet aspect, il en résulterait de l'insatisfaction globale et elle deviendrait alors importante du point de vue de l'analyse.
- De même si une question ne s'adresse qu'à une toute petite fraction de la clientèle (supposons quelques répondants seulement), même si c'est important pour eux et même s'ils sont très insatisfaits, la question ne sera pas étiquetée « importante » par l'analyse, car elle ne peut expliquer l'insatisfaction globale de ceux à qui la question ne s'applique pas et qui constitueraient, dans cet exemple, la grande majorité des insatisfaits au niveau global. Bref, une variable est « importante » au sens où elle contribue plus fortement, selon toute vraisemblance, à expliquer le pourcentage de clients insatisfaits à la question générale de satisfaction et en ce sens seulement.
- Les résultats ne sont présentés que pour les variables qui ont une certaine importance (V de Cramer d'au moins 0,150). Les variables en deçà de ce seuil ne sont pas présentées. De plus, les variables sont présentées en ordre décroissant d'importance et selon trois paliers d'importance :
 - très grande importance : V supérieur à 0,300;
 - grande importance : V entre 0,200 et 0,300;
 - moyenne importance : V entre 0,150 et 0,200.



3. Importance et priorisation des éléments de satisfaction - Suite

Résultats

- Rappelons tout d'abord que le niveau de satisfaction global de la clientèle du SACAIS s'élève à 93 % dont 33 % de clients très satisfaits et 60 % de satisfaits.
 - Les 7 % de clients insatisfaits représentent une trentaine de clients sondés.
 - Le niveau de satisfaction est assez bon, mais on ne peut pas dire que l'insatisfaction soit inexistante.
 - Le thème qui semble le plus important pour expliquer l'insatisfaction d'un certain nombre de clients du SACAIS est lié à l'information. Sur les 11 éléments énumérés au tableau suivant qui fait la liste des éléments ayant un V de Cramer supérieur à 0,150, six se rattachent au thème de l'information ou de sa clarté dont les deux facteurs explicatifs les plus importants : l'information donnée sur les étapes de traitement d'une demande et la clarté des explications données sur les décisions rendues. Il semble donc assez clair que c'est une dimension où les attentes sont grandes.
 - L'autre élément très important (V de Cramer supérieur à 0,300) est la courtoisie et le respect démontrés par le personnel. Sur cet aspect cependant, le taux d'insatisfaction n'est que de 1,2 %. Il est rare que la situation en vienne à dégénérer au point que le client se dise insatisfait de la courtoisie et du respect démontrés par le personnel, mais lorsque cela se produit, il en résultera presque toujours une insatisfaction globale des services reçus.
- Enfin, une autre dimension importante se rattache à la facilité et la qualité des contacts. La facilité à obtenir la ligne téléphonique, la facilité à obtenir un rendez-vous lorsqu'on en veut un, le nombre d'intervenants à qui on doit parler lorsqu'on appelle et, dans une moindre mesure, la clarté du langage utilisé par le personnel se rattachent à cette thématique.

3. Importance et priorisation des éléments de satisfaction - Suite

Liste des éléments explicatifs de la satisfaction globale mesurée en ordre décroissant d'importance

Rang	Numéro	Question	Modalités testées	V de Cramer	% ayant manifesté de l'insatisfaction
1	F5	Information donnée sur les étapes de traitement d'une demande	Insatisfait/très insatisfait	0,340	6,7
2	F6	Clarté des explications sur les décisions rendues	Insatisfait/très insatisfait	0,321	15,6
3	C1	Courtoisie et respect démontrés par le personnel	Insatisfait/très insatisfait	0,310	1,2
4	B5	Nombre d'intervenants à qui a dû parler	Insatisfait/très insatisfait	0,284	3,0
5	B1b	A pu obtenir un rendez-vous la dernière fois qu'il en a voulu un	Non	0,249	0,5
6	F8	A toujours été traité de façon équitable	Non	0,237	22,0
7	B13	Sujets sur lesquels le client aurait aimé plus d'information	Oui	0,220	36,0
8	B12	Information donnée sur les programmes et services de SACAIS	Insatisfait/très insatisfait	0,194	3,7
9	C4	Clarté du langage utilisé par le personnel	Insatisfait/très insatisfait	0,185	4,0
10	C5	Clarté des lettres et autres documents reçus	Insatisfait/très insatisfait	0,184	14,1
11	B4	Facilité à obtenir la ligne téléphonique	Insatisfait/très insatisfait	0,162	3,2



Chapitre 4

Synthèse de l'importance et de la satisfaction



4. Synthèse de l'importance et de la satisfaction

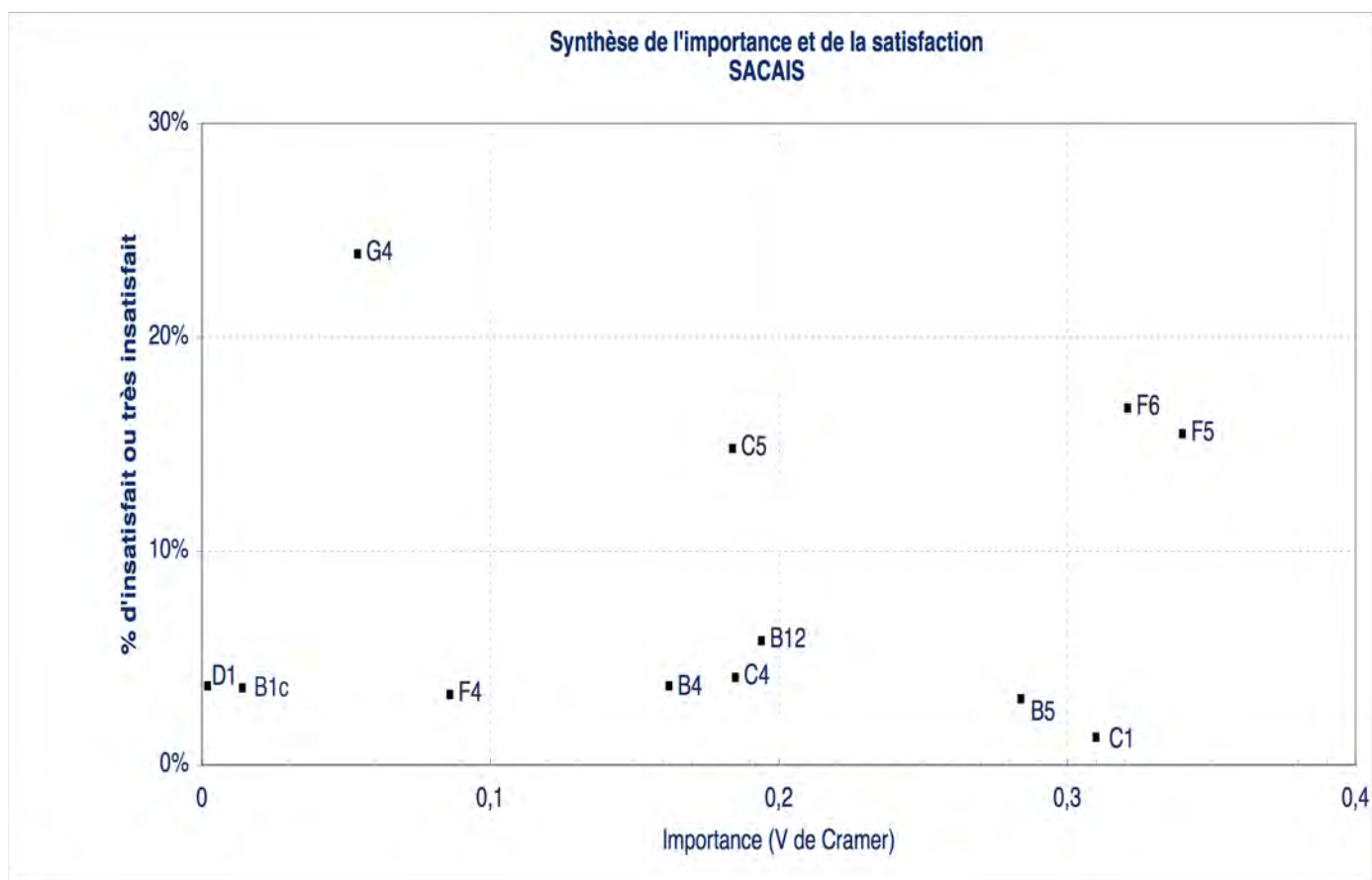
Approche

- Le tableau de la page suivante permet d'apprécier en même temps le niveau d'importance tel que mesuré dans la section précédente par le V de Cramer et la proportion d'insatisfaits pour les différentes questions de l'enquête portant sur des mesures de satisfaction de la clientèle.
- Le pourcentage d'insatisfaits est cependant mesuré différemment. Alors qu'au chapitre précédent, on s'intéressait à la proportion que représentent les insatisfaits à une question par rapport à tous les clients s'étant exprimés sur leur satisfaction globale (pour voir dans quelle mesure ce facteur peut expliquer l'insatisfaction globale), cette fois-ci, on présente la mesure plus usuelle et plus naturelle de la satisfaction, soit le pourcentage d'insatisfaits à l'exclusion de ceux qui ne se prononcent pas ou à qui la question ne s'applique pas.
- Ainsi, plus un élément apparaît à droite sur le graphique, plus il est important pour expliquer le niveau global d'insatisfaction (V de Cramer élevé).
- En même temps, plus un élément se situe au haut, plus on observe un niveau d'insatisfaction élevé.
- Théoriquement donc, les éléments les plus importants à travailler sont ceux qui se trouvent dans le coin supérieur droit.

Résultats

- Dans le cas du SACAIS, il y a deux variables qui sont nettement isolées dans le coin supérieur droit. Ce sont les deux variables ayant le plus d'importance dans l'analyse de la satisfaction globale et pour lesquelles on observe de plus un taux d'insatisfaction supérieur à 15 %.
- Comme mentionné à la section précédente, toutes deux relèvent de la thématique de l'information. On est relativement insatisfait de la clarté des explications sur les décisions rendues et de l'information fournie sur les étapes de traitement d'une demande. Très clairement, ce sont les aspects prioritaires à travailler.

4. Synthèse de l'importance et de la satisfaction - Suite



4. Synthèse de l'importance et de la satisfaction - Suite

Légende - SACAIS

	Question	V de Cramer	% ayant manifesté de l'insatisfaction
B1c	Facilité à obtenir un rendez-vous	0,014	3,6
B4	Facilité à obtenir la ligne téléphonique	0,162	3,7
B5	Nombre d'intervenants à qui on a dû parler	0,284	3,1
B12	Information donnée sur les services en général	0,194	5,8
C1	Respect et courtoisie démontrés par le personnel	0,310	1,3
C4	Clarté du langage utilisé par le personnel	0,185	4,1
C5	Clarté des lettres et autres documents reçus	0,184	14,8
D1	Confidentialité et protection des renseignements personnels	0,002	3,7
F4	Façon dont on a respecté les délais mentionnés	0,086	3,3
F5	Information donnée sur les étapes de traitement	0,340	15,5
F6	Clarté des explications sur les décisions rendues	0,321	16,7
G4	Information qu'on retrouve sur le site web sur les programmes	0,054	23,9



Conclusion





Conclusion

- Dans les pages qui suivent, nous résumons sous forme schématique, les principaux constats observés par rapport à chacun des engagements de la Déclaration de services.
 - La première colonne présente chacun des engagements.
 - La deuxième colonne contient les principales questions posées par rapport à cet engagement.
 - La troisième colonne présente les résultats les plus significatifs pour ces dimensions. Les résultats sont présentés sur la même base que dans les pages précédentes du rapport. Ainsi, pour connaître la taille des groupes ou savoir si les « ne sait pas » sont inclus dans les données, il faut se référer à la page du rapport où cette question est détaillée.
 - La quatrième colonne donne l'importance du facteur en question tel que mesuré par sa corrélation avec le niveau de satisfaction globale. Pour cette mesure d'association, nous retenons les quatre niveaux suivants :
 - Très grande importance : V de Cramer supérieur à 0,300;
 - Grande importance : V de Cramer entre 0,200 et 0,299;
 - Moyenne importance : V de Cramer entre 0,150 et 0,199;
 - Faible importance : V de Cramer inférieur à 0,150.
 - L'hypothèse sous-jacente ici est qu'un élément plus fortement corrélé à l'insatisfaction globale a vraisemblablement plus d'impact sur la satisfaction globale et est donc considéré comme un facteur plus important qu'un autre.
- Contrairement aux autres clientèles du MESS, la clientèle du SACAIS en est à sa première mesure en 2009. Il est donc impossible de comparer les résultats avec des données antérieures.
 - Par ailleurs, étant donné les différences importantes entre le SACAIS et les autres entités de prestation de services du Ministère (missions différentes, nature des services offerts, clientèles, etc.), il n'est pas souhaitable de comparer les résultats du SACAIS avec ceux des autres clientèles. Idéalement, on répètera plutôt la mesure ultérieurement pour disposer de la meilleure base de comparaison possible.

Conclusion - Suite

Tableau synthèse des principaux résultats relatifs au respect des engagements de la Déclaration de services SACAIS

ENGAGEMENT	Questions posées	Résultat	Importance déduite
1.1 Vous servir avec respect et courtoisie	Q_C1 Satisfaction, courtoisie et respect du personnel	1 % insatisfait	Très grande
1.2 Respecter l'heure de votre rendez-vous ou vous informer du délai d'attente	Q_B1C Satisfaction, facilité à obtenir un rendez-vous	4 % insatisfait	Faible
	Q_B3 Respect de l'heure du rendez-vous	3 % n'a pas été rencontré	NA
1.3 Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement sinon vous rappeler dans les 24 heures	Q_B4 Satisfaction, facilité à obtenir la ligne téléphonique	4 % insatisfait	Moyenne
	Q_B5 Satisfaction, nombre de transferts	3 % insatisfait	Grande
	Q_B5B Nombre de transferts (pour ceux qui sont insatisfaits)	67 % 3 interlocuteurs ou plus	NA
	Q_B7 Rappel dans les 24 heures après avoir laissé un message	11 % non	NA
	Q_B8 A pu parler à la personne désirée	41 % non	NA
	Q_B9 A pu parler à quelqu'un d'autre	53 % non	NA
	Q_B10 Pourquoi ne pas avoir parlé à quelqu'un d'autre	5 % possibilité pas offerte 5 % ne savait pas comment	NA
1.4 Vous fournir de l'information complète et précise	Q_B11 A déjà reçu de l'information	65 % oui	NA
	Q_B12 Satisfaction, information reçue	6 % insatisfait	Moyenne

Conclusion - Suite

Tableau synthèse des principaux résultats relatifs au respect des engagements de la Déclaration de services SACAIS

ENGAGEMENT	Questions posées	Résultat	Importance déduite
1.5 Utiliser un langage clair dans nos communications orales et écrites	Q_C4 Satisfaction, clarté du langage utilisé par le personnel	4 % insatisfait	Moyenne
	Q_C5 Satisfaction, clarté des lettres ou autres documents	15 % insatisfait	Moyenne
1.6 Assurer la confidentialité et la protection de vos renseignements personnels	Q_D1 Satisfaction, protection des renseignements personnels	4 % insatisfait	Faible
1.7 Vous donner de l'information sur les étapes de traitement de votre demande et les délais requis	Q_F1 A fait des demandes d'information, d'explications	59 % oui	NA
	Q_F3 Informé des étapes et délais	30 % non	NA
	Q_F4 Satisfaction, respect des délais annoncés	3 % insatisfait	Faible
	Q_F5 Satisfaction, information sur les étapes et délais	16 % insatisfait	Très grande
1.8 Vous informer sur les motifs d'une décision rendue dans votre dossier	Q_F6 Satisfaction, explications pour justifier une décision	17 % insatisfait	Très grande
1.9 Donner suite à votre demande dans le respect des lois et règlements en vigueur, de façon équitable	Q_F8 Traité de façon équitable	23 % non	Grande
1.10 Rendre accessibles des sites internet qui vous proposent de l'information générale à jour sur les programmes et les services du Ministère	Q_G4 Satisfaction, information offerte sur le site internet du MESS	24 % insatisfait	Faible
SATISFACTION GLOBALE	Q_G1 Satisfaction globale services reçus depuis un an	7 % insatisfait	NA

Conclusion - Suite

Synthèse des résultats relatifs au respect des engagements de la Déclaration de services (DSC)

ENGAGEMENTS	ASPECTS DU SERVICE	SACAIS (%)
Vous servir avec respect et courtoisie	Satisfaction quant au respect et à la courtoisie	99
Respecter l'heure de votre rendez-vous ou vous informer du délai d'attente	Respect de l'heure du rendez-vous Clientèle informée du délai d'attente parmi ceux reçus en retard	97 NA
Vous offrir de parler à quelqu'un immédiatement sinon vous rappeler dans les 24 heures	Clientèle ayant parlé immédiatement à la personne souhaitée lors du dernier appel Clientèle ayant parlé à quelqu'un d'autre ou ne voulant pas parler à quelqu'un d'autre Clientèle ayant été rappelée dans les 24 heures	49 95 89
Vous fournir de l'information complète et précise	Clientèle ayant reçu de l'information Satisfaction quant à l'information reçue	65 94
Utiliser un langage clair dans nos communications orales et écrites	Satisfaction quant au langage utilisé par le personnel (communication orale) Satisfaction quant à la clarté des lettres ou autres documents (communication écrite)	96 85
Assurer la confidentialité et la protection de vos renseignements personnels	Satisfaction quant à la protection des renseignements personnels	96
Vous donner de l'information sur les étapes de traitement de votre demande et les délais requis	Clientèle ayant fait des demandes d'information, d'explications ou autres Clientèle informée des délais ou pour qui ce n'était pas nécessaire Satisfaction quant au respect des délais annoncés Satisfaction quant à l'information reçue sur les étapes et les délais	59 70 97 84
Vous informer sur les motifs d'une décision rendue dans votre dossier	Satisfaction quant aux explications reçues pour justifier les décisions rendues	83
Donner suite à votre demande dans le respect des lois et des règlements en vigueur, de façon équitable	Clientèle croyant avoir toujours été traitée de façon équitable	77
Rendre accessibles des sites internet qui vous proposent de l'information générale à jour sur les programmes et services du Ministère	Satisfaction quant à l'information offerte sur le site internet du MESS	76



Annexe 1

Méthodologie



Méthodologie

1. Contexte et objectifs

- Cette étude s'inscrit dans le cadre du suivi du respect des engagements de la Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens (DSC) conformément à la reddition de comptes normale prévue par le nouveau cadre de gestion des ministères et organismes gouvernementaux.
- Plus spécifiquement, les objectifs visés par cette enquête sont :
 - connaître le niveau de satisfaction des clients pour chacun des engagements de la DSC qui les concernent;
 - comparer les résultats avec ceux des évaluations précédentes, lorsque possible, pour bien voir l'évolution de la situation;
 - connaître le niveau d'importance accordé aux différents engagements par les clients;
 - identifier des engagements pour lesquels une amélioration est souhaitable ou qui doivent être revus.
- L'objectif spécifique de cette annexe est de préciser la méthodologie utilisée pour l'enquête de façon à bien cerner les limites de l'étude et à pouvoir la reproduire selon le même protocole au besoin.

2. Plan de sondage

Population cible

- Ce volet spécifique de l'étude vise la clientèle du Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales (SACAIS).
- L'échantillon de départ a été fourni par le Ministère et a été tiré des fichiers administratifs de gestion du SACAIS.
- Au sein de chacun des organismes, nous avons sondé la personne-ressource qui était identifiée comme responsable dans l'échantillon fourni par le Ministère ou, si elle n'est plus à l'organisme ou en absence prolongée, le principal responsable de l'organisme (DG, président, coordonnateur principal...).



Méthodologie (Suite)

3. Résultats des appels

- Période de collecte : 22 septembre au 13 octobre 2009.

Échantillon initialement fourni	504
Entrevues complétées	414
Taux de réponse brut (%)	82,1
Nombre de numéros utilisables	480
Pourcentage de numéros utilisables (%)	95,2 %
Taux de réponse à l'enquête téléphonique (%) (sur la base des numéros de téléphone utilisables)	89,6 %
Taux de refus de collaborer à l'enquête (%)	2,1 %

Note 1 : Pour toutes les organisations pour lesquelles nous n'avons pas de numéro de téléphone ou dont le numéro de téléphone s'est avéré non valide, nous avons procédé à une recherche dans les annuaires téléphoniques informatisés de même que sur Internet.

Note 2 : Il est à noter que le sondage ayant été conduit à partir d'un échantillon de personnes dont les noms et coordonnées ont été fournis par le Ministère, cette information est protégée par la Loi sur la protection des renseignements personnels, et en conséquence, aucune manœuvre visant à contrer les refus n'a été mise en œuvre. Malgré cela, le taux de refus de collaborer a été de seulement 2 %.

Note 3 : Le taux de réponse brut à l'enquête (taux de réponse du MESS) s'obtient en divisant le nombre d'entrevues complétées par la taille de l'échantillon initialement fourni (avec ou sans numéro de téléphone) (414/504). Le taux de réponse à l'enquête téléphonique s'obtient en divisant le nombre d'entrevues complétées incluant celles avec des répondants finalement inadmissibles (exemple : 430 = 414 + 16) par le nombre de numéros de téléphone utilisables (fournis ou retracés) (480). Le taux de réponse global à l'enquête s'obtient aussi comme le produit du taux de validité de l'échantillon téléphonique (95,2 %) du taux d'admissibilité des répondants (96,3 %) et du taux de réponse à l'enquête téléphonique (89,6 %).

Résultats administratifs détaillés

MESS DSC (SACAIS)

Entrevues réalisées du 22 septembre au 13 octobre 2009

Total

Estimation du taux de réponse de l'ARIM*		Taux de réponse estimé par SOM		
A.	Échantillon de départ	495	J. Numéros non joints (C1+C2+D1)	1
B.	Mauvais numéros	15	K. Numéros joints (A-J)	494
	Hors service	10	L. Numéros joints inutilisables (B)	15
	Résidentiel	0	M. Numéros joints utilisables (K-L)	479
	Hors strate	0	N. Estimation du nombre de numéros non joints utilisables (JxM/K)	1
	Télécopieur	2	P. Estimation du nombre total de numéros utilisables (M+N)	480
	Cellulaire	0		
	Duplicata	3		
C.	Non-réponse	11		
C1.	Pas de réponse	0		
C2.	Ligne occupée	1		
D.	Répondeur	10	Non-réponse estimée (%) (D+G+N+F)/P	8,3 %
D1	Ligne en dérangement	0	Refus (%) ((G1+G2+G3)/P)	2,1 %
E.	Unité jointe non répondante	39		
F.	Incapacité, maladie, prob. de langage	4	TRE (I+I1+I2)/P	89,6 %
G.	Répondant sélectionné pas disponible	25		
G1.	Refus de l'entreprise	1		
G2.	Refus de la personne	9		
G3.	Incomplet	0		
H.	Unité jointe répondante	430		
I.	Autres langues	0		
I1.	Non-admissibles	16		
I2.	Entrevues complétées	414		
Taux de réponse de l'ARIM = H/(C+E+H)		89,6 %		

NOTE : La différence entre les deux taux de réponse (s'il y a lieu) tient au fait que le taux de l'ARIM suppose que tous les numéros non joints sont valides alors que le taux SOM suppose plutôt qu'il y a la même proportion de numéros utilisables parmi les non-joints que parmi ceux qui ont été joints.

* Association de la recherche et de l'intelligence marketing



Méthodologie - Suite

4. Pondération et traitement des données

- Vu l'excellent taux de réponse et que, de toute façon, on ne possède pas de statistiques descriptives de cette population plus fiables que celles de cette enquête, les données n'ont pas été pondérées.
- Le traitement des données a été fait à l'aide du logiciel MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière complète de variables d'analyse convenues avec les clients.

5. Marge d'erreur

- Si on suppose que l'échantillon initialement fourni (504 organismes) constitue la population totale visée par cette enquête et que l'échantillon de 414 répondants est un échantillon aléatoire simple de cette population, la marge d'erreur d'échantillonnage maximale sur les proportions estimées est d'au plus 2,1 % au niveau de confiance de 95 %.

6. Explications sur l'approche pour la hiérarchisation des éléments de satisfaction

- Pour la préparation de la section 3 de ce rapport sur l'importance relative des différents éléments de satisfaction, nous avons mesuré le niveau d'association de chacun des éléments avec le niveau de satisfaction globale de la façon suivante. Tout d'abord, nous avons rendu dichotomique la satisfaction globale : d'une part, tous ceux qui ont manifesté de l'insatisfaction (insatisfait ou très insatisfait) et d'autre part, tous les autres. Par la suite, nous avons identifié dans le questionnaire toutes les questions qui fournissaient de l'information susceptible d'expliquer cette insatisfaction. En particulier, nous avons bien sûr retenu toutes les variables de satisfaction comme telles, plus toutes les autres questions qui, sans être mesurées sur une échelle de satisfaction, peuvent néanmoins contribuer à expliquer cette insatisfaction.
- Pour toutes ces variables explicatives, nous avons également adopté une approche dichotomique, c'est-à-dire que nous avons testé une modalité susceptible de générer de l'insatisfaction, par exemple, une réponse « non » à la question « Vous a-t-on informé du délai de traitement de votre demande ? » versus tous les autres répondants. Les modalités testées sont présentées dans les tableaux de la section 4. Par la suite, nous avons mesuré la corrélation entre la variable ainsi reconstruite et le niveau global de satisfaction qui a été rendu dichotomique comme précédemment expliqué.
- En bref, on cherche ainsi à mesurer ce qui explique le mieux l'insatisfaction globale. On identifie, parmi l'ensemble des répondants, ceux qui se sont dits globalement insatisfaits, puis on a rendu dichotomiques toutes les variables pour identifier des modalités susceptibles d'expliquer cette insatisfaction. Par la suite, le V de Cramer est utilisé pour mesurer le niveau de corrélation entre ces deux variables, ce qui nous permet d'obtenir une mesure du « pouvoir explicatif » de chacun des éléments mesurés. L'hypothèse sous-jacente ici est qu'un élément plus fortement corrélé avec l'insatisfaction globale a vraisemblablement plus d'impact sur la satisfaction globale et est donc considéré comme un facteur plus important qu'un autre.
- L'utilisation du V de Cramer est utile étant donné la nature la plupart du temps qualitative des variables explicatives utilisées d'une part, et d'autre part, parce que le V de Cramer, tout comme la corrélation, s'inscrit sur une échelle normalisée de 0 à 1, une échelle plus universellement compréhensible pour une mesure d'association.
- Par ailleurs, cette approche permet de prendre en considération tous les répondants pour chacun des facteurs évalués. En effet, pour chacun des facteurs, on calcule la proportion de gens ayant manifesté de l'insatisfaction par rapport à l'ensemble de tous les répondants. Il est possible que certains éléments montrent de fortes proportions de clients insatisfaits, mais pour des questions qui ne s'adressaient qu'à des sous-groupes vraiment restreints de répondants. Dans ce cas, par rapport à l'ensemble de la clientèle, la proportion de gens insatisfaits devient moindre et a donc moins de chance d'être un puissant facteur explicatif de l'insatisfaction de la clientèle dans son ensemble.



Annexe 2

Questionnaire



Sondage sur les attentes et la satisfaction de la clientèle

Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales (SACAIS) QUESTIONNAIRE

/*

Légende

texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu, qui apparaît à l'intervieweur lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'intervieweur lors de l'entrevue.
NSP	Choix de réponses : Ne sait pas
NRP	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
NA	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question »
->sortie	Valide avec l'intervieweur que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
->fin	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
1=, 1=	Lorsque <u>tous</u> les choix de réponses sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est oui ou non).
1=, 2=, ...	Lorsque les choix de réponses sont précédés de « 1=., 2=..., etc. », une seule réponse est possible à moins d'indications contraires (par exemple : « 3 mentions »).
Q_Sical, Q_INcal	Les questions commençant par « Q_SI... » ou par « Q_IN... » sont des questions filtres ou des directives techniques permettant de lire des informations de l'échantillon, de compléter automatiquement certaines questions, de faire un branchement complexe, etc. Une note explicative, placée avant la question filtre ou la directive technique, précise la fonction remplie par cette dernière.
*/	

Q_Bi Bonjour, puis-je parler à... ***Si ne travaille plus là ou est absent(e) pour toute la durée de l'étude, demander à parler à la personne qui dirige l'organisme (directeur, coordonnateur).***

Bonjour, je suis... de la maison de recherche SOM. Je vous appelle pour le compte du Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales du Québec, le SACAIS, qui aimerait obtenir votre point de vue sur la qualité de ses services dans le but de les améliorer. Nous vous assurons que vos réponses demeureront confidentielles et qu'elles ne seront pas versées à votre dossier. *Au besoin : l'enquête dure environ 10-12 minutes, est-ce que cela vous convient maintenant?*

->>A1

/*SECTION : **Vous servir avec respect, courtoisie et rapidité*/**

Q_A1 * Bonjour, je suis... de la maison de recherche SOM. Je vous appelle pour le compte du Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales du Québec, le SACAIS, qui aimerait obtenir votre point de vue sur la qualité de ses services dans le but de les améliorer. Nous vous assurons que vos réponses demeureront confidentielles et qu'elles ne seront pas versées à votre dossier. (L'enquête dure environ 10-12 minutes, est-ce que cela vous convient maintenant?)*

Veillez noter que cette entrevue est enregistrée à des fins de contrôle de qualité uniquement.

Tout au long de cette entrevue, nous allons parler du Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales du ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale du Québec, que je vais appeler simplement le SACAIS pour abrégé.

Depuis un an, avez-vous été en contact avec le SACAIS...?

1=Par téléphone
1=Par la poste
1=Par internet ou courriel
1=En vous y rendant en personne
1=*NSP/NRP

/*B – Accessibilité*/

Q_B1A Mes premières questions portent sur la facilité d'accès aux services. Depuis un an, avez-vous tenté d'obtenir un rendez-vous en personne avec un agent du SACAIS?

1=*Oui
2=*Non->B4
9=*NSP/NRP->B4

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

- Q_B1B En avez-vous obtenu un?
- 1=*Oui
2=*Non->B2A
9=*NSP/NRP->B2A
- Q_B1C Êtes-vous... de la facilité à obtenir un rendez-vous la dernière fois que vous en avez voulu un?
- 1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
9=*NSP/NRP
- Q_B2A Pour quelle raison vouliez-vous un rendez-vous?
- 1=*Explications sur un programme (modalités, fonctionnement)
2=*Info sur les programmes, possibilités en général
3=*Suivi de l'avancement d'un projet
4=*Aide pour remplir un formulaire/pour le déposer
5=*Discuter de la réponse/explications suite à une décision
90=*Autre <précisez>
99=*NSP/NRP
- Q_SICALB3 SI Q#B1B=1->B3A
->>B4
- Q_B3A La dernière fois, est-ce que...?
- 1=On a respecté l'heure de votre rendez-vous
2=On vous a reçu avant l'heure
3=Ou on vous a reçu en retard->B3B
8=*N'a pas été reçu finalement
9=*NSP/NRP
- >>B4

/*Légende

****texte**** : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; ***/*texte*/*** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

- Q_B3B Vous a-t-on informé du délai d'attente? *Ne pas relancer les NSP.*
- 1=*Oui
2=*Non
9=*NSP/NRP
- Q_B3C Combien de temps environ avez-vous dû attendre? *Lire au besoin seulement*
- 1=*Moins de 10 minutes
2=*10 à 20 minutes
3=*20 à moins de 40 minutes
4=*40 minutes à une heure
5=*Plus d'une heure
9=*NSP/NRP
- Q_B4 Êtes-vous... de la facilité à obtenir la ligne téléphonique la dernière fois que vous avez appelé?
- 1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP/n'a pas appelé depuis un an->B11
9=*NSP/NRP
- Q_B5 (Êtes-vous...) du nombre de personnes à qui vous avez dû parler avant d'avoir l'information que vous vouliez? (La dernière fois que vous avez appelé.) (Transferts d'une personne à l'autre.)
- 1=Très satisfait(e)->B6
2=Satisfait(e)->B6
3=Insatisfait(e)->B5B
4=Très insatisfait(e)->B5B
8=*NAP->B6
9=*NSP/NRP->B6
- Q_B5B À combien de personnes (environ) avez-vous dû parler avant d'avoir l'information que vous vouliez?
- 1=*Une seule
2=*2
3=*3
4=*4
5=*5 ou plus
8=*N'a jamais pu avoir l'information
9=*NSP/NRP

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

- Q_B6 À part les cas d'urgence, quel délai maximal jugez-vous raisonnable d'attendre avant qu'on vous retourne votre appel? (Si ça arrivait qu'on doive vous rappeler.) *Lire au besoin seulement*
- 1=*Moins de 2 heures
 2=*2-3 heures
 3=*Une demi-journée (4-5 heures)
 4=*Une journée
 5=*2-3 jours
 6=*Plus de trois jours
 9=*NSP/NRP
- Q_B7 La dernière fois que vous avez laissé un message, vous a-t-on retourné votre appel dans les 24 heures? *Ne pas relancer les NSP.*
- 1=*Oui
 2=*Non
 8=*NAP (pas laissé de message)
 9=*NSP/NRP
- Q_B8 La dernière fois que vous avez appelé, avez-vous pu parler immédiatement, c'est-à-dire lors de ce même appel, à la personne à qui vous vouliez parler? *Ne pas relancer les NSP.*
- 1=*Oui->B11
 2=*Non
 9=*NSP/NRP->B11
- Q_B9 Avez-vous parlé à quelqu'un d'autre à sa place?
- 1=*Oui->B11
 2=*Non
 9=*NSP/NRP->B11
- Q_B10 (Pourquoi n'avez-vous pas parlé à quelqu'un d'autre?) Est-ce...?
- 1=Parce que vous ne vouliez parler à personne d'autre (a préféré attendre ou laisser un message/voulait ou devait parler à cette personne précise)
 2=On ne vous l'a pas offert
 3=Vous ne saviez pas quoi faire pour parler à quelqu'un d'autre
 90=*Autre chose <précisez>
 99=*NSP/NRP

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

- Q_B11 Vous a-t-on déjà fourni de l'information générale sur les programmes du SACAIS et les services offerts que ce soit par téléphone, par la poste, en personne ou autrement? (Que la personne l'ait demandé ou non.)
- 1=*Oui
2=*Non->B13
9=*NSP/NRP->B13
- Q_B12 Êtes-vous... de l'information qu'on vous a donnée? (Sur les programmes et services du SACAIS.)
- 1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP
9=*NSP/NRP
- Q_B13 Y a-t-il des sujets sur lesquels vous auriez aimé avoir une information plus complète ou plus précise?
- 1=*Oui
2=*Non->B15A
9=*NSP/NRP->B15A
- Q_B14A Lesquels? *Acceptez* *2 mentions, sortie=96,99
- 1=*Comment remplir un formulaire/comment demander du soutien financier
2=*Programmes offerts
3=*Documents à fournir avec une demande
4=*État d'avancement de l'analyse d'une demande/date de réponse
5=*Montant accordé, aide disponible selon les critères
6=*Critères de sélection
7=*Prix Hommage bénévolat-Québec
90=*Autre <précisez>
96=*Aucun autre->B15A
99=*NSP/NRP->B15A

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

Q_B15A

Qu'est-ce que le SACAIS devrait faire pour améliorer l'accès à ses services? *Acceptez* *2 mentions, sortie=96,99,95

- 1=*Plus de personnel/d'agents
- 2=*Plus d'heures d'ouverture
- 3=*Éliminer les boîtes vocales/améliorer la téléphonie/donner possibilité de parler à quelqu'un plus facilement
- 4=*Rappeler plus rapidement
- 5=*Agents plus accessibles/plus facile d'avoir un rendez-vous
- 6=*Pouvoir rencontrer agents sans rendez-vous
- 7=*Moins d'intermédiaires/de transferts
- 8=*Changer moins souvent d'agent/moins de roulement de personnel
- 9=*Plus de publicité/visibilité/info sur les services offerts
- 10=*Attitude/courtoisie des agents/respect/sourire/empathie
- 11=*Plus d'info/documentation/info plus claire/plus complète/plus accessible
- 13=*Augmenter l'aide financière/plus d'argent pour les projets et les organismes
- 90=*Autre <précisez>
- 95=*Rien/aucun->C1
- 96=*Aucune autre->C1
- 99=*NSP/NRP->C1

/*C – Accueil et attitude du personnel*/

Q_C1

Mes prochaines questions portent sur l'attitude et le comportement du personnel à votre endroit. Êtes-vous... de la courtoisie et du respect démontrés par le personnel la dernière fois que vous avez appelé?

- 1=Très satisfait(e)
- 2=Satisfait(e)
- 3=Insatisfait(e)
- 4=Très insatisfait(e)
- 8=*NAP
- 9=*NSP/NRP

Q_C3A

Qu'est-ce que le personnel devrait améliorer pour augmenter votre satisfaction à son endroit? *Acceptez* *2 mentions, sortie=96,99,95

- 1=*L'attitude/le respect/la courtoisie/sourire/empathie/compréhension
- 2=*La rapidité/les délais
- 3=*Rappeler plus rapidement
- 4=*La disponibilité/accessibilité/facilité d'obtenir un rendez-vous
- 5=*La clarté des communications/explications
- 90=*Autre <précisez>
- 95=*Rien/aucun->C4
- 96=*Aucune autre->C4
- 99=*NSP/NRP->C4

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

Q_C4 Êtes-vous... de la clarté du langage utilisé par le personnel la dernière fois que vous avez appelé? (Mots utilisés, clarté des explications : est-ce que les réponses étaient claires et faciles à comprendre?)

1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP
9=*NSP/NRP

Q_C5 (Êtes-vous...) de la clarté des lettres ou autres documents reçus du SACAIS (les derniers reçus)?

1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP
9=*NSP/NRP

/*D – Confidentialité*/

Q_D1 Êtes-vous... de la façon dont on a assuré la confidentialité et la protection des renseignements personnels de votre dossier, notamment les informations nominatives sur la clientèle, le personnel ou les administrateurs de votre organisme?

1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP
9=*NSP/NRP

/*F – Respect des engagements et rétroaction*/

Q_F1 Depuis un an, avez-vous fait des demandes d'information, d'explications ou autres demandes au SACAIS (Ex. : modifications ou abandon d'un projet, ententes administratives particulières ou autres besoins particuliers, etc.)?

1=*Oui
2=*Non->F6
9=*NSP/NRP->F6

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

- Q_F2 Quelle était la nature exacte de votre demande? (La dernière si plusieurs demandes.)
- 1=*Demande d'information sur un programme ou projet
2=*Demande d'explications sur une décision
3=*Ententes administratives particulières
4=*Renouvellement d'une entente/d'un projet
90=*Autre <précisez>
99=*NSP/NRP
- Q_F3 La dernière fois, vous a-t-on informé des délais qu'il faudrait pour répondre à votre demande? *Ne pas relancer les NSP.
- 1=*Oui
2=*Non->F5
3=*On a refusé sa demande sur-le-champ->F6
4=*On a répondu à sa demande sur-le-champ->F6
9=*NSP/NRP->F5
- Q_F4 Êtes-vous... de la façon dont on a respecté les délais qu'on vous avait mentionnés?
- 1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP
9=*NSP/NRP
- Q_F5 (Êtes-vous...) des informations qu'on vous a données sur les étapes du traitement de votre demande?
- 1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP
9=*NSP/NRP
- Q_F6 Parlons maintenant des décisions qui ont été rendues dans votre dossier depuis un an. Êtes-vous... de la clarté des explications qui vous ont été données pour justifier les décisions rendues la dernière fois?
- 1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP/aucune décision rendue
9=*NSP/NRP

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

Q_F8 Croyez-vous avoir toujours été traité(e) de façon équitable compte tenu des programmes en vigueur?

1=*Oui->G1
2=*Non
9=*NSP/NRP->G1

Q_F9A Qu'est-ce qui vous fait penser cela (que vous n'avez pas été traité de façon équitable compte tenu des programmes en vigueur)? *Acceptez* *2 mentions, sortie=96,99

90=*Autre <précisez>
96=*Aucune autre->G1
99=*NSP/NRP->G1

/*G – Satisfaction globale et attentes*/

Q_G1 De façon tout à fait générale maintenant, êtes-vous... des services que vous avez reçus du SACAIS depuis un an?

1=Très satisfait(e)->G3
2=Satisfait(e)->G3
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP->G3
9=*NSP/NRP->G3

Q_G2A Quels sont vos principaux motifs d'insatisfaction? *Acceptez* *2 mentions, sortie=96,99

1=*Délais trop longs
2=*Aide financière insuffisante
3=*Attitude du personnel
4=*Manque de flexibilité/réalisme des programmes
5=*Manque d'info/pas eu de réponses claires à ses questions
6=*Manque de suivi/manque de contact avec l'agent
7=*Erreurs dans les dossiers/mauvaise gestion des dossiers
90=*Autre <précisez>
96=*Aucune autre->G3
99=*NSP/NRP->G3

/*Services Internet*/

Q_G3 Utilisez-vous internet? (Que ce soit à partir de votre travail, de votre domicile ou d'ailleurs.)

1=*Oui
2=*Non->G5
9=*NSP/NRP->G5

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

Q_G4 Êtes-vous... de l'information offerte sur le site internet du Ministère qui concerne les programmes et les services du SACAIS?

1=Très satisfait(e)
2=Satisfait(e)
3=Insatisfait(e)
4=Très insatisfait(e)
8=*NAP (Jamais consulté)
9=*NSP/NRP

Q_G5 Selon vous, est-il... important que le SACAIS rende accessibles par internet certains de ses services?

1=Très
2=Assez
3=Peu->H1A
4=Pas du tout->H1A
9=*NSP/NRP->H1A

Q_G6A Lesquels? (Quels services devraient être accessibles par internet?)
Acceptez *2 mentions, sortie=96,99

1=*Information sur les programmes et services offerts en général
2=*Modalités détaillées des programmes/critères d'admission
3=*Les formulaires
90=*Autre <précisez>
96=*Aucune autre->H1A
99=*NSP/NRP->H1A

/*H) Commentaires généraux*/

Q_H1A En terminant, avez-vous d'autres commentaires ou suggestions pour permettre au SACAIS d'améliorer ses services? Autrement dit, qu'est-ce que le SACAIS pourrait faire pour que vous soyez plus satisfait(e) de ses services? *Acceptez* *2 mentions, sortie=96,99,95

1=*Augmenter l'aide financière/plus d'argent
2=*Service personnalisé/plus de suivi/un agent partenaire
3=*Visibilité/publicité/info sur services offerts
4=*Programmes plus flexibles/répondant mieux aux besoins du milieu/plus réalistes
5=*Attitude du personnel/courtoisie/plus humain/moins d'arrogance
6=*Moins de boîtes vocales/accessibilité plus fluide par téléphone
7=*Diminuer délais/décisions plus rapides
8=*Clarté de l'info/explications/décisions plus claires
9=*Simplifier les formulaires/l'information demandée/justificatifs
90=*Autre <précisez>
95=*Rien/tout est correct->S1
96=*Aucune autre->S1
99=*NSP/NRP->S1

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/

/*Profil démographique*/

Q_S1 Pour terminer, combien d'années de scolarité avez-vous complétées?

- 1=0-7 ans (primaire)
- 2=8-9 ans (Secondaire court) (sec. 1 ou 2)
- 3=10-12 ans (Secondaire long) (sec. 3 à 5)
- 4=13-15 ans (Collégial/Cégep)
- 5=16 ans ou plus (Université)
- 9=*NSP/NRP

Q_S2 (Notez le sexe)

- 1=*Homme
- 2=*Femme

->>fin

Q_FIN Encore une fois je suis..., et je vous ai appelé pour la maison de recherche SOM.

Le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale nous avait transmis seulement les renseignements nous permettant de vous contacter et ces renseignements seront détruits à la fin de l'étude.

Encore une fois merci et bonne fin de journée!

***informations

Projet=sacaisnbk

Fichier=fsacaisnbk

Reseau=serveur1:p09207nbksac:

Pages=pmrachel:pr09207nbk:pw09207saca:

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'interviewer; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'interviewer*/