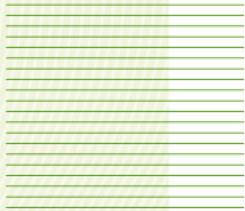




OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE

de la satisfaction de la clientèle

2^e édition



Secrétariat
du Conseil du trésor

Québec



Remerciements

L'élaboration de l'Outil québécois de mesure et de son guide d'utilisation a été rendu possible grâce aux collaborations suivantes :

Direction du projet, coordination des travaux et réalisation du guide d'utilisation

Jocelyne Sauriol et Sylvain Sauvé, Centre d'expertise sur la prestation de services,
Secrétariat du Conseil du trésor

Comité technique

Nathalie Madore, Régie des rentes du Québec
Claude Roy, Sûreté du Québec
Lise Trudel, ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles

Groupe de travail interministériel

Line Beauchesne, Institut de la statistique du Québec
André Caron, ministère du Revenu du Québec
Chantal Girard, ministère des Affaires municipales et des Régions
Élaine Lefrançois, ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale
Janique Lemire, ministère du Revenu du Québec
Nathalie Madore, Régie des rentes du Québec
Claude Nadeau, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
Pierre Prince, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
Michelle Rhéaume, ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale
Claude Roy, Sûreté du Québec
Alain Saucier, ministère de la Santé et des Services sociaux
Lise Trudel, ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles
Sylvain Végiard, Institut de la statistique du Québec

Validation de l'Outil québécois de mesure et expérimentation du questionnaire dans le cadre des projets pilotes

La Commission des lésions professionnelles
Le Directeur de l'État civil
Le Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
Le Protecteur du citoyen
Le Protecteur des usagers en matière de santé et de services sociaux
La Régie des rentes du Québec
La Régie du logement
La Société de l'assurance automobile du Québec
Les membres du Réseau d'échange sur la satisfaction de la clientèle du Centre d'expertise des grands organismes.

Autres collaborations

Zouheir Malki et Karim Jawad, emploi étudiant

Mise à jour de la 2^e édition en 2008

Diane Provencher

Publié par le Secrétariat du Conseil du trésor

Pour tout renseignement concernant le contenu de cette publication :

Sous-secrétariat à la modernisation de l'État
Secrétariat du Conseil du trésor
3^e étage, secteur 100
875, Grande Allée Est
Québec (Québec) G1R 5R8
Téléphone : (418) 528-2274
modernisation@sct.gouv.qc.ca

<http://www.modernisation.qc>

Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Québec, 2008
ISBN 2-550-44725-5 (imprimé)
ISBN 978-2-550-52607-0 (en ligne)
© Gouvernement du Québec, 2008

TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE

I

SOMMAIRE

II

PARTIE 1

Présentation générale de l’Outil québécois de mesure

1 à 6

PARTIE 2

Guide d’utilisation et questionnaire

1 à 37

Section 1	L’introduction et la sélection du répondant	2
Section 2	L’identification du service	4
Section 3	L’image organisationnelle	6
Section 4	Les démarches pour obtenir le service	8
Section 5	La qualité perçue de la prestation de services	14
Section 6	Les coûts et les résultats	22
Section 7	L’importance des dimensions de la qualité	24
Section 8	La satisfaction globale	26
Section 9	Les conséquences	28
Section 10	Les normes de service	30
Section 11	La prestation électronique de services	32
Section 12	Les caractéristiques sociodémographiques	34

ANNEXES

ANNEXE 1	Grille de Kish
ANNEXE 2	Exemple de lettre à envoyer à la clientèle
ANNEXE 3	Propriétés psychométriques
ANNEXE 4	Exemple de matrice
ANNEXE 5	Évaluation de la durée des entrevues
ANNEXE 6	La protection des renseignements personnels

PARTIE 3

Modèles de questionnaires

Questionnaire téléphonique en français	1 à 17
Questionnaire téléphonique en anglais	1 à 17
Questionnaire autoadministré en français	1 à 19
Questionnaire autoadministré en anglais	1 à 17

PRÉFACE

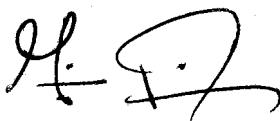
L'amélioration de la qualité des services aux citoyens est une préoccupation majeure pour le gouvernement du Québec qui est déterminé plus que jamais à faire progresser la satisfaction des citoyens à l'égard de la prestation de services. C'est dans cette perspective que le Secrétariat du Conseil du trésor a développé l'Outil québécois de mesure de la satisfaction de la clientèle. En sollicitant le point de vue de la clientèle sur les services offerts, l'Administration québécoise s'assure ainsi de bien cerner les préférences de la population et, en conséquence, de faire les choix appropriés.

Cet outil servira à renouveler ou à enrichir l'instrumentation dont disposent les ministères et les organismes pour évaluer les forces et les faiblesses des différents aspects de leurs services, quel qu'en soit le mode de prestation.

L'application de l'Outil québécois de mesure de la satisfaction de la clientèle par un grand nombre de ministères et d'organismes de l'administration publique québécoise est encouragée. L'instrumentation a été conçue avec rigueur et elle offre la possibilité aux ministères et aux organismes de se mesurer à leurs pairs sur des éléments de prestation de services comparables. En s'appuyant sur un panier significatif de services évalués, le gouvernement du Québec pourra présenter des résultats d'ensemble de la satisfaction de la clientèle à l'égard de la prestation de services.

J'ai la conviction que nombreux seront les ministères et les organismes qui voudront relever ce défi avec nous et qui s'inscriront dans cette démarche d'évaluation qui a pour objet d'atteindre l'excellence en matière de prestation de services publics.

Le secrétaire du Conseil du trésor



Gilles Paquin

SOMMAIRE

QU'EST-CE QUE L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE ?

Le gouvernement du Québec accorde une attention pri-mordiale à la qualité des services offerts à la population. La connaissance des attentes des citoyens est au cœur d'une démarche centrée sur l'amélioration de la prestation de services. C'est dans cette perspective que le Secrétariat du Conseil du trésor a conçu l'Outil québécois de mesure. Cet outil permet de mieux évaluer la satisfaction des usagers des services publics et la qualité perçue de ces services.

Cet instrument est mis à la disposition de tous les ministères et organismes qui souhaitent évaluer, de façon complète, les services qu'ils offrent, en se basant sur une expérience spécifique de prestation de services, vécue récemment par des citoyennes et des citoyens.

L'Outil québécois de mesure a été élaboré par un groupe de travail interministériel dirigé par le Centre d'expertise sur la prestation de services. Les travaux de conception et d'expérimentation ont débuté en 2002 et se sont terminés en 2004. Plusieurs ministères et organismes ont concouru à sa production, soit à l'étape de l'élaboration, soit à l'étape de la validation.

L'Outil québécois de mesure a été conçu avec un grand souci de rigueur. Plusieurs ministères et organismes l'ont expérimenté dans le contexte de projets spécifiques.

Cet outil peut être appliqué à un seul service ou à plusieurs. Les données tirées des études ainsi réalisées peuvent servir d'assise à la formulation des engagements de la déclaration de services et à la détermination des mesures d'amélioration de la prestation de services. Elles peuvent également être utilisées pour rendre compte de la satisfaction des citoyens dans le rapport annuel de gestion.

Le Secrétariat du Conseil du trésor a produit un guide d'utilisation de l'outil destiné aux responsables de projet des ministères et des organismes qui souhaitent réaliser des études de satisfaction de la clientèle.

Le guide détaillé présente les étapes de conception de l'outil ainsi qu'une démarche structurée qui permet d'utiliser toutes ses possibilités. Le guide présente également les différentes versions du questionnaire, en français et en anglais, ainsi qu'un modèle de description des besoins servant à préparer un appel d'offres pour l'administration de l'outil par des firmes de sondage.

QUE PEUT-ON MESURER AVEC L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE ?

L'Outil québécois de mesure évalue plusieurs facettes de la prestation de services. Il comporte douze sections de questions et d'énoncés qui permettent d'évaluer les éléments suivants :

- Le niveau général de satisfaction.
- La qualité perçue de la prestation de services. L'OQM¹ permet d'évaluer la qualité selon dix aspects : la simplicité, la clarté, l'accessibilité, l'apparence, la fiabilité, l'empathie, l'empressement, le respect, la justice, la confidentialité.
- L'importance relative accordée par la clientèle à chacun des aspects de la qualité de la prestation de services.
- La perception que la clientèle a du résultat découlant de l'expérience de service et du coût.
- Les démarches effectuées par la clientèle, les modes de prestation utilisés et les modes de prestation préférés pour le futur.
- Les conséquences de l'expérience de service (par exemple, le dépôt d'une plainte).
- Les attentes à l'égard de certains aspects quantifiables de la prestation de services (par exemple, un délai de réponse).
- L'image organisationnelle, c'est-à-dire les perceptions générales de la clientèle à l'égard du ministère ou de l'organisme.
- Les attitudes, les aptitudes et les perceptions à l'égard de la prestation électronique de services.
- Les principales caractéristiques sociodémographiques de la clientèle.

1 Outil québécois de mesure

À QUOI PEUVENT SERVIR LES RÉSULTATS D'UNE ENQUÊTE RÉALISÉE AVEC L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE ?

L'OQM aide à trouver des réponses aux questions que se posent souvent les gestionnaires responsables de la prestation des services. Il permet, notamment, d'établir :

- Les éléments du service (qualité de la prestation, résultat, coût) qui ont le plus d'effet sur la satisfaction.
- Les aspects de la qualité de la prestation de services qui ont le plus d'importance pour la clientèle.
- Les pistes d'action à examiner dans le cadre d'une démarche d'amélioration.
- Les modes de prestation de services qui créent le plus de satisfaction ou d'insatisfaction.
- Les facteurs qui incitent les usagers à choisir un mode de prestation de préférence à un autre.
- La proportion de la clientèle qui serait disposée à utiliser le réseau Internet comme mode de prestation.

QUELS AVANTAGES PEUT-ON TIRER DE L'UTILISATION DE L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE ?

L'OQM comporte plusieurs avantages pour les ministères et les organismes qui l'utiliseront. Par exemple :

- Il a été validé scientifiquement auprès de 3 500 usagers d'une douzaine de services publics.
- Il s'adapte aisément au contexte de chaque ministère ou organisme.
- Il facilite l'étalonnage entre les ministères et les organismes pour des produits et des services de nature comparables, si les échelles de mesure et les énoncés (éléments) du questionnaire sont similaires.

- Il permet aux ministères et aux organismes de participer à des enquêtes communes pour ce qui est de l'application de l'outil. Cela peut être avantageux pour ceux qui disposent de peu de personnel spécialisé dans la mesure des attentes et de la satisfaction de la clientèle.
- Il sera mis à jour périodiquement grâce à l'utilisation continue qu'en feront les ministères et les organismes et à l'expérience qu'ils partageront en matière de mesure de la satisfaction de la clientèle.

OÙ SE PROCURER L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE ?

Le Secrétariat du Conseil du trésor est responsable de la diffusion de l'Outil québécois de mesure.

Le Sous-secrétariat à la modernisation de l'État peut conseiller les ministères et les organismes quant à la réalisation de sondages sur la prestation de leurs services.

Toutefois, il ne réalise pas les études de satisfaction. Le recours à des firmes privées sera nécessaire, à moins que le ministère ou l'organisme ne possède l'expertise pour réaliser toutes les étapes que nécessite l'administration du questionnaire et pour faire l'analyse des données obtenues.

Pour de plus amples renseignements, on peut joindre le Secrétariat par téléphone, au numéro 418 528-2274, ou par courriel [modernisation@sct.gouv.qc.ca].

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE

INTRODUCTION

L'Outil québécois de mesure est un instrument d'évaluation de la satisfaction des usagers des services publics et de la qualité perçue de ces services. Cet outil a été conçu pour soutenir les ministères et les organismes du Québec qui souhaitent analyser la satisfaction de leur clientèle.

La connaissance des attentes des citoyens et l'évaluation de la qualité de la prestation de services constituent des éléments de première importance pour l'application de la Loi sur l'administration publique. Les résultats tirés des études entreprises à cet égard servent notamment d'assise pour formuler les engagements de la déclaration de services aux citoyens et en rendre compte dans le rapport annuel de gestion.

Un document de soutien ayant pour objet de faire connaître l'Outil québécois de mesure aux ministères et aux organismes et d'en favoriser l'utilisation a été produit par le Secrétariat du Conseil du trésor. Il se divise en trois sections : une présentation générale, un guide d'utilisation et les questionnaires afférents.

La section qui suit présente le modèle conceptuel sur lequel repose l'Outil québécois de mesure, le processus de développement et de validation de l'outil et le contexte dans lequel il peut être utilisé.

LE MODÈLE CONCEPTUEL

L’Outil québécois de mesure repose sur un modèle conceptuel qui s’inspire de plusieurs modèles existants. Il a été élaboré pour bien s’adapter au contexte particulier du secteur public. Il propose un questionnaire permettant d’évaluer la plupart des services gouvernementaux qui donnent lieu à une expérience qui implique une interaction ou une transaction entre un usager et un organisme prestataire de services.

Le schéma 1 illustre les variables et le modèle conceptuel de l’Outil québécois de mesure. Le modèle évalue la qualité de la prestation de services et la satisfaction de l’usager, au moyen d’une série d’énoncés qui servent à mesurer chacune des variables. L’outil ne se limite pas à l’évaluation de la qualité et de la satisfaction. Il permet également d’expliquer la satisfaction, c’est-à-dire d’établir les facteurs qui contribuent le plus à la satisfaction de l’usager du service évalué. Il comprend trois variables explicatives de la satisfaction : la qualité de la prestation de services telle qu’elle est perçue par les usagers, les résultats de la demande de service et le coût du service.

L’analyse de la satisfaction de la clientèle avec l’Outil québécois de mesure permet de vérifier si le degré de satisfaction dépend principalement de la qualité de la prestation du service ou plutôt de variables indépendantes de la prestation du service telles que le coût (exemple : coût du permis de conduire) ou les résultats (exemple : demande acceptée totalement ou partiellement, ou refusée). L’outil permet aussi de mesurer les effets de la satisfaction sur les comportements ou les attitudes de la clientèle (conséquences) et sur les perceptions de la clientèle à l’égard de l’image du ministère ou de l’organisme prestataire.

L’Outil québécois de mesure définit la qualité comme un concept multidimensionnel. Le schéma 1 présente les dix dimensions qui ont été retenues. Pour évaluer correctement la qualité perçue d’un service, il est nécessaire de connaître les dimensions pertinentes et d’évaluer la qualité sous l’angle de chacune de ces dimensions. Autrement dit, on ne peut pas se limiter à évaluer la qualité en posant à l’usager une seule question d’ordre général comme : « Le service est-il de bonne ou de mauvaise qualité ? ». Il faut plutôt mesurer la qualité perçue pour chacune des dimensions que l’on sait pertinentes.

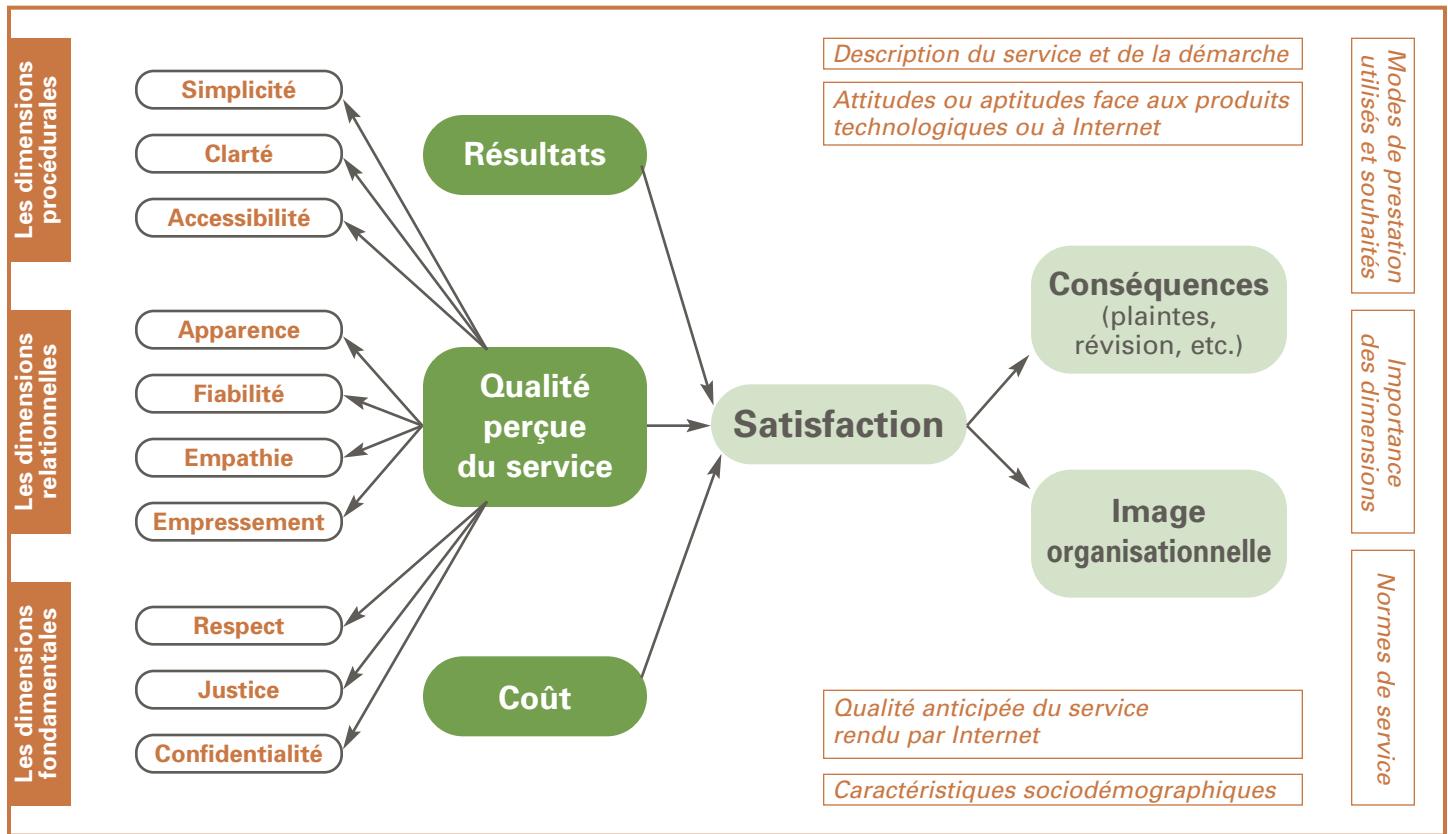
La qualité perçue se mesure au moyen des énoncés qui sont présentés à la section 5 du questionnaire. Plusieurs énoncés permettent de cerner la dimension à laquelle ils sont rattachés. Cette manière de définir la qualité en fonction de plusieurs dimensions amène à poser un diagnostic juste des problèmes et à choisir les actions qui auront le plus d’effet sur l’amélioration des services et l’augmentation de la satisfaction de la clientèle.

L’Outil québécois de mesure comprend également des questions qui permettent de décrire le service utilisé, de préciser la démarche empruntée et les modes de prestation utilisés et souhaités. En outre, il donne la possibilité de vérifier l’importance que la clientèle accorde aux différentes dimensions de la qualité et de mesurer certaines attentes à l’égard des normes de service. Enfin, il contient des questions qui ont pour objet d’établir les caractéristiques sociodémographiques des répondants.

Le modèle conceptuel de l’Outil québécois de mesure repose sur une série d’hypothèses qui ont été confirmées². Le schéma que voici illustre ce modèle.

SCHÉMA 1

Les variables et le modèle conceptuel de l’Outil québécois de mesure



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

La qualité perçue est donc une variable explicative, mais non la seule, de la satisfaction. Elle ne se mesure pas globalement ; il faut absolument tenir compte de plusieurs dimensions. L’Outil québécois de mesure en définit dix. Ces dimensions sont regroupées en trois thèmes, les dimensions fondamentales, relationnelles et procédurales. Elles sont présentées à la gauche du schéma.

Il est utile de noter que le degré de satisfaction de la clientèle est en soi une variable explicative des conséquences, comme la formulation d’une plainte ou une demande de révision de dossier. La satisfaction agit également sur le développement d’une attitude positive ou négative à l’égard de l’organisation.

Enfin, les textes encadrés de droite présentent sommairement divers aspects qu’il est intéressant de mesurer puisqu’ils aident à interpréter les résultats propres à la satisfaction.

² Sauvé, Sylvain, *Processus de validation d’un questionnaire : le cas de l’Outil québécois de mesure*, Colloque francophone sur les sondages 2005, Université Laval, (24-27 mai 2005).

LA STRUCTURE

L'Outil québécois de mesure comporte des sections essentielles à tout projet d'évaluation (les ombragés dans le tableau 1). Les sections touchant à la qualité de la prestation de services et à la satisfaction globale sont de celles-là. On peut ajouter également la section qui décrit le service ou les démarches et celle qui donne la possibilité de connaître les caractéristiques de la clientèle. On peut difficilement imaginer une évaluation de la satisfaction sans ces renseignements.

L'Outil québécois de mesure comporte d'autres sections facultatives. L'utilisation des énoncés de ces sections dépend des objectifs de l'étude, c'est-à-dire des questions auxquelles on souhaite répondre. La personne responsable du projet doit donc faire l'inventaire des questions de recherche, prévoir les analyses qu'elle entend faire pour répondre à ces questions et dresser la liste des variables dont elle a besoin pour faire ces analyses. La liste des variables lui indiquera les énoncés qu'elle devra intégrer à son questionnaire. Normalement, chaque énoncé correspond à une variable, chaque variable à une analyse et chaque analyse à une question de recherche.

T A B L E A U 1
La structure de l'Outil québécois de mesure

SECTION	OBJECTIF
1. Introduction et sélection du répondant	Amorcer l'entrevue et sélectionner le répondant dans le ménage.
2. Identification du service	Vérifier l'admissibilité du répondant et identifier le service si plusieurs services sont évalués ou ont été utilisés par le répondant.
3. Image organisationnelle	Évaluer l'image du ministère ou de l'organisme. Cinq facettes de l'image sont proposées dans l'outil : <ul style="list-style-type: none">• La confiance : est-ce que le ministère ou l'organisme inspire confiance ?• L'efficacité : est-ce que le ministère ou l'organisme est vu comme une organisation efficace ?• L'efficience : est-ce que le ministère ou l'organisme est vu comme une organisation efficiente ?• L'intégrité : est-ce que le ministère ou l'organisme est vu comme une organisation intègre ?• L'excellence : est-ce que le ministère ou l'organisme est vu comme une organisation qui excelle ?
4. La démarche	Décrire précisément la démarche utilisée pour obtenir le service : <ul style="list-style-type: none">• Les modes de prestation (notoriété des modes, modes utilisés et modes souhaités).• Le nombre et l'ordre des démarches faites.
5. La qualité perçue	Mesurer la qualité perçue. Dix dimensions sont proposées ainsi que des énoncés associés à chacune d'elles.
6. Les résultats et les coûts	Mesurer les perceptions de la clientèle à l'égard des coûts et des résultats de la demande de service.
7. L'importance des dimensions de la qualité	Mesurer l'importance accordée à chaque dimension de la qualité.
8. La satisfaction	Mesurer la satisfaction globale à la suite de l'expérience de service.
9. Les conséquences	Vérifier si l'expérience de service a eu des conséquences sur les comportements ou les attitudes à l'égard du service.
10. Les normes de service	Mesurer les attentes à l'égard de certains aspects quantifiables de la prestation de services.
11. La prestation électronique de services	Évaluer les attitudes, les aptitudes et les perceptions de la clientèle à l'égard de la prestation électronique de services.
12. Les caractéristiques sociodémographiques	Décrire les principales caractéristiques des répondants.

LE DÉVELOPPEMENT ET LA VALIDATION DE L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE

L'élaboration de l'Outil québécois de mesure a été amorcée en juin 2002, alors que le ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration a mis sur pied un groupe de travail interministériel qui réunissait des experts de plusieurs ministères et organismes. Par la suite, l'Outil québécois de mesure a été validé scientifiquement. Le processus de validation a nécessité le déploiement de méthodes qualitatives et quantitatives. Il s'est déroulé en trois étapes : l'examen du questionnaire par un groupe de discussion réunissant des professionnels et des gestionnaires³ dans le domaine de la mesure de la satisfaction, et la réalisation de deux projets pilotes, l'un en 2003 et l'autre en 2004.

L'outil a été produit, dans sa première version, à l'automne 2002. Il a été utilisé pour la première fois à l'hiver 2003, à l'occasion de la réalisation de deux sondages, l'un par la Société d'assurance automobile du Québec (1150 répon-

dants évaluant tous les services de la Société) et l'autre par la Commission des lésions professionnelles (229 répondants évaluant le service reçu en audience ou en conciliation). Les résultats obtenus ont permis de valider le modèle conceptuel proposé par l'Outil québécois de mesure et une partie du questionnaire qui y est rattaché.

Afin de compléter la validation, un nouveau projet pilote a été lancé en 2004. Ce projet portait sur neuf services différents et a permis l'utilisation de tout le questionnaire. On a alors interrogé 2127 usagers. Le tableau 2 présente sommairement les services évalués lors du second projet pilote. Les résultats obtenus ont permis de démontrer la validité de l'ensemble du questionnaire et du modèle conceptuel sur lequel s'appuie l'Outil québécois de mesure. Ainsi qu'on peut le voir en consultant l'annexe 3 portant sur les propriétés psychométriques, les énoncés proposés dans l'Outil québécois de mesure présentent donc des indices de validité qui respectent les seuils généralement acceptés par la communauté scientifique.

T A B L E A U 2
Les services évalués lors du second projet pilote

MINISTÈRE OU ORGANISME	SERVICE ÉVALUÉ
Directeur de l'état civil	<ul style="list-style-type: none">• Demande d'un certificat de naissance• Demande d'un certificat de décès
Ministère de l'Éducation	<ul style="list-style-type: none">• Demande d'un relevé de notes ou d'une copie de diplôme secondaire• Demande d'un relevé de notes ou d'une copie de diplôme collégial• Demande de prêts et bourses
Régie des rentes du Québec	<ul style="list-style-type: none">• Demande d'une rente de retraite
Protecteur du citoyen	<ul style="list-style-type: none">• Formulation d'une plainte à l'égard d'un ministère ou d'un organisme
Protecteur des usagers en matière de santé et de services sociaux	<ul style="list-style-type: none">• Formulation d'une plainte à l'égard des services de santé ou des services sociaux
Régie du logement	<ul style="list-style-type: none">• Demande pour une audience devant la Régie du logement

³ Membres du Réseau d'échange sur la mesure de la satisfaction de la clientèle, Centre d'expertise des grands organismes, Gouvernement du Québec.

LE CONTEXTE DANS LEQUEL UTILISER L'OUTIL QUÉBÉCOIS DE MESURE

L'Outil québécois de mesure a été conçu pour évaluer des expériences de service. Pour l'appliquer, il est essentiel que les personnes sondées aient utilisé le service et que l'expérience de service soit totalement terminée. Il faut donc bien définir cette expérience et établir clairement à quel moment elle a débuté et à quel moment elle a pris fin. Idéalement, l'expérience doit être récente, une expérience lointaine (par exemple, qui date de 12 à 18 mois) ne permet pas au répondant de se remémorer facilement la qualité perçue de la prestation de services qu'il a reçue.

Il est important de mentionner que tous les services ne peuvent être évalués avec l'Outil québécois de mesure. Par exemple, il n'est pas conçu pour évaluer des infrastructures publiques telles que le réseau routier. D'une part, l'usager qui utilise généralement ces services n'a pas à faire de transaction particulière ni à établir une communication pour y accéder. D'autre part, l'évaluation de la qualité de ce type de service exige de faire appel à des concepts totalement différents de ceux que propose l'Outil québécois de mesure, par exemple, la sécurité ou le design de l'infrastructure.

Dans le même esprit, l'outil ne permet pas d'évaluer des fonctions étatiques qui ne donnent pas lieu à des expériences de service ni à des échanges directs entre les citoyens qui bénéficient de ces services et les ministères ou les organismes prestataires. C'est le cas, notamment, de fonctions comme l'inspection des aliments, l'homologation des médicaments, la surveillance policière.

Pour des services qui appellent une interaction avec la clientèle

Cet outil permet d'évaluer des services de nature **transactionnelle** qui sollicitent une **interaction** de l'usager avec le ministère ou l'organisme prestataire. Les services transactionnels se caractérisent par l'échange au cours duquel l'usager formule une demande et reçoit une réponse. Souvent, l'expérience de service prend fin lorsque la réponse parvient au demandeur. L'interaction peut impliquer un contact humain direct (exemple : demande de service par téléphone ou en personne à un bureau) ou se produire sans contact humain direct (exemple : demande de service par la poste ou par Internet).

L'outil peut aussi être utilisé lorsque c'est le ministère ou l'organisme prestataire qui est à l'origine de l'expérience de service. Cela survient souvent quand l'usager est interpellé, indépendamment de sa volonté (exemples : contravention, comparution comme témoin ou partie intéressée devant un tribunal, obligation de se soumettre à une inspection ou à une vérification).

L'Outil québécois de mesure s'avère tout à fait approprié et adapté à l'évaluation des types de services suivants :

- Démarche pour obtenir un certificat, un permis ou un document personnel
- Démarche pour obtenir une aide financière, une indemnisation ou une prestation
- Démarche pour obtenir du soutien ou des conseils
- Démarche pour s'inscrire à un programme
- Démarche pour participer à une formation
- Démarche pour participer à une consultation
- Démarche pour faire valoir ses droits
- Répondre à une interpellation gouvernementale

Pour tous les modes de prestation

L'Outil québécois de mesure est conçu pour évaluer des services, peu importe le mode de prestation choisi par la clientèle. Ce mode de prestation peut être le téléphone, la poste, le réseau Internet ou une rencontre de personne à personne. De plus, un ou plusieurs modes de prestation peuvent être utilisés durant l'expérience de service. Pour des services offerts majoritairement ou totalement sur Internet, d'autres dimensions non prévues à l'OQM sont à ajouter.

Pour tous les modes de collecte de données

L'Outil québécois de mesure peut servir à collecter les données par des moyens divers (téléphone, Internet, etc.). La version présentée dans la section Guide d'utilisation est conçue pour une enquête téléphonique. La section Questionnaires présente une version de l'outil destinée au sondage téléphonique et une autre destinée au sondage autoadministré (réalisé par la poste ou par Internet), ainsi que les versions anglaises des questionnaires.

La protection des renseignements personnels

Lors de la réalisation de sondages, les ministères et organismes assujettis à la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels doivent s'assurer de respecter les *Exigences minimales* de la Commission d'accès à l'information. L'annexe 6 de ce guide présente le cadre d'application de ces exigences et en dresse les grandes lignes de conduite.

GUIDE D'UTILISATION

COMMENT UTILISER CE DOCUMENT

Ce document a pour objectif d'accompagner les personnes qui souhaitent élaborer, à l'aide de l'Outil québécois de mesure, un questionnaire de sondage pour faire une étude de satisfaction auprès des usagers. Il propose une démarche structurée qui permet d'utiliser toutes les possibilités qu'offre l'Outil québécois de mesure.

Ce guide présente les douze sections de l'outil et chaque section est présentée en deux parties placées côté à côté :

Les pages de droite illustrent le contenu de la section, c'est-à-dire les questions et les énoncés qui composent l'Outil québécois de mesure.

Les pages de gauche contiennent les instructions en trois volets :

- une présentation de la section et des objectifs poursuivis où on explique, notamment, comment sélectionner les questions ou les énoncés ;*
- les consignes qui permettent de rédiger le questionnaire et de choisir des questions et des énoncés ;*
- le traitement des données, où on indique comment traiter l'information recueillie au moyen des questions et des énoncés et où on présente les types d'analyse qu'on peut effectuer.*

En suivant les instructions, la personne responsable du projet de sondage adoptera une démarche structurée lui permettant de choisir les questions et les énoncés dont elle a besoin pour atteindre ses objectifs. Elle aura une idée claire des variables dont elle disposera pour réaliser les analyses. À l'aide de l'annexe 5, elle sera également en mesure d'évaluer, approximativement, la durée des entrevues pour administrer le questionnaire qu'elle aura élaboré.

SECTION 1

L'INTRODUCTION ET LA SÉLECTION DU RÉPONDANT

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section vise à informer le répondant des objectifs de l'étude et à obtenir sa collaboration. L'introduction doit être courte et simple. Il faut informer le répondant de ses droits, c'est-à-dire lui mentionner que sa participation est facultative et que le sondage se fait dans le respect de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (L.R.Q., c.A-21). Normalement, chaque ministère ou organisme possède une directive en matière de sondage. Il faut s'y reporter pour s'assurer que l'introduction respecte les exigences de cette directive et celles de la Commission d'accès à l'information du Québec (Voir annexe 6).

Deux types d'introduction sont proposés :

- *La première doit être utilisée lorsque l'échantillon est constitué à partir d'un fichier usager;*
- *La seconde doit être utilisée pour un sondage grand public, c'est-à-dire lorsque l'échantillon est constitué d'adresses ou de numéros de téléphone choisis au hasard.*

Dans le cas d'un sondage grand public, les appels se font au hasard auprès des citoyens. Il faut donc sélectionner un répondant dans le ménage et vérifier si cette personne a utilisé le service évalué durant la période ciblée par l'étude. Il est proposé d'utiliser une grille de Kish afin de sélectionner aléatoirement le répondant au sein du ménage. Cette procédure fait en sorte que chaque membre du ménage a la même probabilité de faire partie de l'échantillon. Les firmes de sondage sont habituées de travailler avec cette procédure de sélection. L'annexe 1 présente la procédure utilisant une grille de Kish.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Avant tout, décidez si le sondage sera réalisé à partir d'un fichier usager ou effectué auprès du grand public.
 - Fichier usager Utilisez le texte introductif n° 1
 - Grand public Utilisez le texte introductif n° 2 et consultez l'annexe 1 si vous utilisez une grille de Kish.
- Vérifiez si l'introduction respecte la directive de votre organisation en matière de sondage et les directives de la Commission d'accès à l'information du Québec (CAI).
- Au besoin, adaptez l'introduction en fonction de la directive de votre organisation et de celles de la Commission d'accès à l'information du Québec (CAI).
- Si vous utilisez un fichier usager, il est recommandé d'informer par lettre le client que la firme de sondage communiquera avec lui. Idéalement, la lettre devrait être signée par une personne qui occupe un poste important dans l'organisation (exemple : le ou la sous-ministre ou le ou la présidente de l'organisation). L'annexe 2 présente un exemple de lettre.
- L'avis par lettre comporte des avantages importants :
 - Le taux de réponse est généralement plus élevé;
 - Le répondant est davantage préparé à répondre au sondage car il a eu l'occasion de se remémorer l'expérience de service en prenant connaissance de la lettre;
 - Il est possible de raccourcir le texte introductif du sondage téléphonique car on peut décrire dans la lettre les objectifs de l'étude et informer le répondant des droits que lui confèrent les dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels; une introduction plus courte favorise aussi un meilleur taux de réponse.

SECTION 1

L'INTRODUCTION ET LA SÉLECTION DU RÉPONDANT

TEXTE 1

INTRODUCTION POUR UN SONDAGE RÉALISÉ À PARTIR D'UN FICHIER USAGER

Bonjour (Bonsoir). J'aimerais parler à [nom de la personne inscrite dans le fichier usager]. Mon nom est (nom de l'interviewer) de la maison de sondage [nom de la maison de sondage]. Nous effectuons une étude pour le compte du [nom du ministère ou de l'organisme] afin d'améliorer le service à la clientèle et j'aurais quelques questions à vous poser à ce sujet.

Votre opinion est très importante pour nous. Avez-vous fait, au cours des derniers mois, des démarches pour [type de service], que ce soit pour vous-même ou pour une autre personne ?

Si oui, continuer

Si non, terminer l'entrevue

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

Si oui, **passer à la section 2**.

Si non, prendre rendez-vous.

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

TEXTE 2

INTRODUCTION POUR UN SONDAGE GRAND PUBLIC

Bonjour (Bonsoir). Je m'appelle (nom de l'interviewer) de la firme [nom de la firme]. Nous effectuons une étude pour le [nom du ministère ou de l'organisme] sur les services rendus par le [nom du ministère ou de l'organisme].

Votre opinion est très importante pour nous. Mais avant de commencer, j'aimerais vous dire que c'est une étude gouvernementale qui est réalisée dans le respect de la protection des renseignements personnels et que votre participation est volontaire. Il se pourrait que des personnes dûment autorisées écoutent notre conversation, comme mon superviseur ou le responsable du projet. Pouvons-nous commencer maintenant ?

Si oui, **passer à la section 2**.

Si non, tenter de prendre un rendez-vous.

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

SECTION 2

L'IDENTIFICATION DU SERVICE

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section permet d'établir si le répondant fait partie de la population étudiée, c'est-à-dire s'il est admissible au sondage, et de préciser les services qu'il a utilisés dans les cas où il a utilisé plusieurs services de votre ministère ou de votre organisme.

C'est également ici que vous pourrez vérifier si l'expérience de service du répondant est terminée. Cela est très important car les répondants qui n'ont pas terminé leur expérience de service ne devraient pas faire partie de l'échantillon. Seules des expériences terminées peuvent être évaluées.

Cette section permet aussi d'établir le tarif payé par le répondant. Cela peut aider à préciser le service évalué si le client a utilisé plus d'un service et qu'il éprouve de la difficulté à les distinguer clairement. Il est préférable de poser cette question sur les coûts au début de l'entrevue plutôt que dans la section où l'on interroge le répondant sur sa perception des coûts afin d'éviter un effet de contamination entre les questions.

Si l'objectif de l'étude est d'évaluer la prestation de services pour un mode de prestation particulier, vous devrez dès cette première section ajouter une question pour vérifier le mode utilisé. Cela deviendrait donc un critère d'admissibilité.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Si le sondage est effectué auprès du grand public (sélection au hasard de numéros de téléphone) :
 - Vous devez utiliser les questions 2.1, 2.2 et 2.3.
 - Pour nommer le ou les services évalués, il est recommandé de fournir à la firme non seulement le nom officiel du service, mais également toutes les autres dénominations utilisées par la clientèle pour le désigner.
- Si vous utilisez un fichier usager :
 - Vous devez utiliser la question 2.3.
 - Les questions 2.1 et 2.2 sont nécessaires uniquement si votre fichier usager n'indique pas avec suffisamment de précision le service qui a été utilisé par le client.
- Si le service est tarifié et qu'il existe plusieurs tarifs :
 - Vous devez utiliser la question 2.4.
- Si l'étude se limite à évaluer la prestation de services par un seul mode de prestation :
 - Vous devez ajouter une question à ce sujet dès que le service a été mentionné, soit après la question 2.2.

SECTION 2

L'IDENTIFICATION DU SERVICE

- 2.1 D'abord, je voudrais vérifier si vous avez utilisé certains services au cours de [spécifier la période en nombre de mois, de semaines ou de jours] ?

[Nom du produit ou du service]	Oui	Non	Nsp
[Nom du produit ou du service]	Oui	Non	Nsp
[Nom du produit ou du service]	Oui	Non	Nsp

Si aucun service n'a été utilisé, terminer l'entrevue ou **passer à la section 3** pour évaluer l'image organisationnelle et comparer les utilisateurs et les non-utilisateurs.

- 2.2 Lequel de ces services avez-vous reçu le plus récemment ?

	Indiquer une seule réponse
[Nom du produit ou du service]	
[Nom du produit ou du service]	
[Nom du produit ou du service]	

- 2.3 Avez-vous obtenu le service ou votre demande est-elle encore en traitement ?

	Indiquer une seule réponse
Obtenu le service	
Demande en cours de traitement (terminer l'entrevue ou passer à la section 3 si vous désirez évaluer l'image organisationnelle.)	

- 2.4 Combien avez-vous dû payer pour obtenir [nom du service] ?

	Indiquer une seule réponse
[Tarif 1]	
[Tarif 2]	
Etc.	

SECTION 3

L'IMAGE ORGANISATIONNELLE

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section est facultative. Elle permet de vérifier quelle image projette le ministère ou l'organisme auprès de la clientèle et, selon les analyses effectuées, elle permet de vérifier si la qualité de la prestation de services et la satisfaction peuvent influencer l'image organisationnelle. Afin d'éviter que les réponses sur la qualité et la satisfaction à l'égard de la prestation de services ne contaminent les réponses sur l'image organisationnelle, il est préférable que cette section précède l'évaluation de l'expérience de service. Ici, cinq aspects de l'image organisationnelle sont évalués : la confiance, l'efficacité, l'efficience, l'intégrité et l'excellence.

Il est important de noter que ces questions ne font pas référence directement à l'expérience de service qui a été vécue par le répondant. Elles ont plutôt une portée générale.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Utiliserez-vous la section sur l'image organisationnelle ?

Oui Non

- Déterminez les aspects de l'image organisationnelle que vous désirez mesurer.

Aspect

Confiance	Oui		Non	
Efficacité	Oui		Non	
Efficience	Oui		Non	
Intégrité	Oui		Non	
Excellence	Oui		Non	

- Déterminez les énoncés auxquels vous ferez appel pour chaque aspect mesuré. Il est préférable de choisir trois énoncés pour bien couvrir un aspect.
- Si vous faites appel à l'aspect « confiance », définissez les mandats de votre organisation et intégrez chacun de ces mandats à un énoncé qui lui est propre. Il est important de choisir des mandats à l'égard desquels le répondant est en mesure d'émettre une opinion. Il est préférable ici de faire référence aux objectifs des principales politiques publiques sous la responsabilité du ministère ou de l'organisme.

TRAITEMENT DES DONNÉES

Construction des variables

Pour analyser les résultats, il faut d'abord construire les variables qui mesurent l'image (confiance, efficacité, etc.). Deux techniques peuvent être utilisées pour construire ces variables :

- On peut calculer la moyenne des réponses aux énoncés associés à chaque aspect;
- Pour chaque aspect, on peut procéder à une analyse factorielle sur les énoncés qui y sont associés et extraire un facteur qui constituera la nouvelle variable représentant cet aspect. Dans ce cas, il est recommandé d'utiliser l'analyse factorielle confirmatoire ou, à défaut, l'analyse factorielle classique.

Analyses qui peuvent être effectuées

Deux types d'analyses peuvent être effectuées avec les variables mesurant l'image organisationnelle : les analyses descriptives et les analyses explicatives.

Analyses descriptives : Les analyses descriptives consistent à comparer entre elles les variables mesurant différents aspects de l'image (comparaison de moyennes) et à croiser ces variables avec des variables qui établissent les caractéristiques des répondants (exemple : âge, sexe, scolarité, etc.). Cela permet d'évaluer l'image et de vérifier si l'image organisationnelle est aussi bonne pour tous les sous-groupes de la population étudiée.

Analyses explicatives : Les analyses explicatives permettent de vérifier s'il existe une relation causale entre des variables telles que le niveau de satisfaction découlant d'une expérience de service et l'image organisationnelle. Pour effectuer ces analyses, il faut utiliser des méthodes telles que l'analyse de régression ou les méthodes d'équations structurelles.

SECTION 3

L'IMAGE ORGANISATIONNELLE

Je vais maintenant vous lire quelques opinions générales sur le [nom du ministère ou de l'organisme] et vous devrez me dire à quel point vous êtes en accord avec ces opinions. Utilisez une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous êtes « tout à fait en désaccord » et 10 signifie que vous êtes « tout à fait en accord ».

	ÉNONCÉS	0 = Tout à fait en désaccord 10 = Tout à fait en accord
Confiance <i>Le [nom du ministère ou de l'organisme] est perçu comme une organisation qui inspire confiance.</i>	3.1 Je peux faire confiance au [nom du ministère ou de l'organisme] pour : 3.1.1 [nommer le premier mandat]; 3.1.2 [nommer le second mandat]; 3.1.3 [etc.]	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Efficacité <i>Le [nom du ministère ou de l'organisme] est perçu comme une organisation efficace.</i>	3.2 Le [nom du ministère ou de l'organisme] réussit ce qu'il entreprend. 3.3 Le [nom du ministère ou de l'organisme] fait aboutir ses projets. 3.4 Le [nom du ministère ou de l'organisme] prend les décisions au bon moment. 3.5 Le [nom du ministère ou de l'organisme] rend les services qu'il s'engage à offrir.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Efficience <i>Le [nom du ministère ou de l'organisme] est perçu comme une organisation efficiente.</i>	3.6 Le [nom du ministère ou de l'organisme] gère les fonds publics sans gaspillage. 3.7 Le [nom du ministère ou de l'organisme] rend les services au meilleur coût. 3.8 Le [nom du ministère ou de l'organisme] utilise bien les ressources qu'il a à sa disposition. 3.9 Les services que l'on reçoit du [nom du ministère ou de l'organisme] valent les impôts que l'on paye.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Intégrité <i>Le [nom du ministère ou de l'organisme] est perçu comme une organisation intègre.</i>	3.10 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel agit de façon honnête. 3.11 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel agit avec impartialité. 3.12 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel évite les situations de conflit d'intérêts. 3.13 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel agit pour défendre l'intérêt public plutôt que des intérêts particuliers.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Excellence <i>Le [nom du ministère ou de l'organisme] est perçu comme une organisation qui excelle.</i>	3.14 Lorsqu'on le compare avec les autres ministères ou organismes, le [nom du ministère ou de l'organisme] est parmi les meilleurs. 3.15 Dans l'ensemble, le [nom du ministère ou de l'organisme] fait un excellent travail.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

SECTION 4

LES DÉMARCHES POUR OBTENIR LE SERVICE

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Les questions de cette section et des autres sections qui suivent font référence directement à l'expérience de service évaluée. Il est très important que le répondant comprenne qu'à partir de cette section l'entrevue porte essentiellement sur la dernière expérience de service et non sur des opinions générales qu'il peut avoir à l'égard du ministère ou de l'organisme ou sur d'autres expériences de services qu'il aurait pu avoir avec le ministère ou l'organisme. Cette section comporte trois sous-sections :

1. *L'accès au service ou aux formulaires et la notoriété des modes de prestation (questions 4.1 à 4.3);*
2. *Les démarches effectuées et les modes de prestation utilisés (questions 4.4 à 4.8);*
3. *L'interaction usager-employé (questions 4.9 et 4.10).*

Accès au service, aux formulaires et notoriété des modes de prestation offerts

Parfois, il peut être intéressant de savoir comment la clientèle se procure les formulaires ou comment elle trouve les coordonnées du ministère ou de l'organisme. Cette information peut être utile pour expliquer les résultats de l'enquête. Si on utilise un fichier usager, cette section ou certaines parties de cette section ne sont peut-être pas nécessaires.

La variable « notoriété des modes de prestation offerts » permet de vérifier si la clientèle connaît les modes de prestation offerts. Cela peut être utile pour expliquer le choix du mode de prestation. Selon que les choix sont lus ou non, les réponses peuvent différer de manière significative. Si les choix sont lus, certains répondants peuvent avoir tendance à répondre « oui » de manière spéculative ou en cherchant à donner « la bonne réponse », en se disant que ce mode « doit bien être disponible ». Si les choix ne sont pas lus, certains répondants peuvent oublier de mentionner certains modes qu'ils ne considèrent jamais lorsqu'ils utilisent ce service. La décision de lire ou de ne pas lire les choix de réponses appartient à la personne responsable du projet. Si les choix de réponses ne sont pas lus, une adaptation mineure de la question 4.3 sera nécessaire.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Établissez les éléments pertinents à l'obtention de l'adresse du ministère ou de l'organisme pour le service évalué.
- Établissez la liste des choix possibles sur la façon dont le client aurait pu se procurer le formulaire pour les services reçus le plus récemment.
- Indiquez les modes de prestation que vous utiliserez comme choix de réponses pour évaluer la notoriété.
- Décidez si ces choix de réponses seront lus aux répondants.

Oui Non

SECTION 4

LES DÉMARCHES POUR OBTENIR LE SERVICE

Maintenant, je vais vous poser des questions particulières sur le [nom du service indiqué à la question 2 de la section 2]. J'aimerais que vous répondiez en pensant uniquement à ce service et non à d'autres services du [nom du ministère ou de l'organisme] que vous auriez pu utiliser.

Accès au service, aux formulaires et notoriété des modes de prestation offerts

4.1 Comment avez-vous trouvé où vous adresser pour communiquer avec le [nom du ministère ou de l'organisme] ?

► NE PAS LIRE

Dans les pages bleues du bottin téléphonique

À Services Québec

Sur Internet

En consultant un document (lettre, dépliant, etc.) du [nom du ministère ou de l'organisme]

Par une publicité dans les médias (journaux, radio, télévision)

Par des parents ou des amis

Autres

4.2 Comment avez-vous obtenu le formulaire pour demander le [nom du service] ?

► NE PAS LIRE

Au bureau du [nom du ministère ou de l'organisme]

À Services Québec

Dans une caisse populaire ou une banque

Dans un CLSC

Sur Internet

Autres

4.3 Selon vous, parmi les moyens de communication suivants, lesquels peuvent être utilisés pour communiquer avec le [nom du ministère ou de l'organisme] afin d'obtenir le [nom du service] ?

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

SECTION 4

Les démarches et les modes de prestation utilisés

Les variables « démarches et modes de prestation utilisés » sont très importantes pour deux raisons :

- 1. On doit connaître le mode utilisé avant de choisir les dimensions de la qualité;**
- 2. Cela permettra de vérifier si tous les modes offrent la même qualité de service et le même degré de satisfaction.**

Deux versions sont proposées. Dans certains cas, il est possible qu'il n'existe qu'un seul mode de prestation, ce qui rend la question inutile, même dans sa version 1. Inversement, certains services plus complexes peuvent requérir l'utilisation de la version 2. Le choix entre les deux versions dépend donc du type de service évalué et surtout de la profondeur des analyses projetées.

LA VERSION 1 demande au répondant d'indiquer les modes de prestation qu'il a utilisés, lequel fut le principal mode et quel serait le mode privilégié dans le futur.

LA VERSION 2 décompose l'expérience de service en une ou plusieurs démarches et permet d'obtenir la séquence d'utilisation des modes, de lier les modes avec la nature de la démarche et de vérifier si l'usager a fait lui-même la démarche. Ici, quatre démarches sont proposées : la recherche d'information, la transmission de la demande, les explications sur la demande et la réception de la réponse du ministère ou de l'organisme. Si plusieurs services sont évalués par le même sondage, on peut devoir structurer les démarches différemment selon chaque service évalué. Cette approche fournit plus d'information, mais elle n'est pas adaptée à toutes les situations. Pour certains services, des démarches peuvent être effectuées simultanément et vouloir les distinguer peut confondre le répondant.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Déterminez les choix de réponse pertinents en tenant compte des choix que vous avez effectués en regard de la variable « notoriété des modes de prestation offerts ».
- Choisissez l'approche retenue en fonction des besoins de l'étude (la version 1 ou la version 2).

Si vous optez pour la version 2, établissez les démarches pertinentes.

Démarche	Pertinence		
Recherche préalable d'information	Oui	Non	
Transmission de la demande	Oui	Non	
Explication sur la demande	Oui	Non	
Transmission de la réponse du ministère ou de l'organisme	Oui	Non	

SECTION 4*Les démarches et les modes de prestation utilisés***VERSION 1**

4.4.1 Dans votre cas, pour obtenir [nom du service], quel moyen avez-vous utilisé en premier ?

1. En personne à un bureau
2. Un employé s'est déplacé pour vous rencontrer
3. Par téléphone
4. Par la poste
5. Par télécopie
6. Par courriel
7. Par Internet
8. Autres moyens

4.4.2 Par la suite, avez-vous utilisé d'autres moyens au cours de l'expérience de service ?

4.4.3 Parmi ces moyens [ceux qui sont indiqués à 4.4.1 et 4.4.2] lequel, diriez-vous, a été le principal moyen utilisé ?

4.4.4 Dans l'avenir, si vous aviez à utiliser à nouveau ce service, quel est le principal moyen que vous préféreriez utiliser ?

VERSION 2

Recherche préalable d'information

4.5.1 Avant de faire (votre demande, votre plainte, etc.) avez-vous, personnellement ou par l'entremise d'une autre personne, cherché de l'information ou de la documentation au sujet du service ?

1. Oui, moi-même
2. Oui, par l'entremise d'une autre personne
3. Non

4.5.2 Par quel moyen avez-vous cherché cette information ?

1. En personne à un bureau
2. Un employé s'est déplacé pour vous rencontrer
3. Par téléphone
4. Par la poste
5. Par télécopie
6. Par courriel
7. Par Internet
8. Autres moyens

4.5.3 Si vous aviez à recommencer cette étape demain, quel moyen préféreriez-vous utiliser ?

TRANSMISSION DE LA DEMANDE

4.6.1 Qui a fait la demande pour obtenir le [nom du service] ?

4.6.2 Par quel moyen votre demande a-t-elle été transmise ?

4.6.3 Si vous aviez à recommencer cette étape demain, quel moyen préféreriez-vous utiliser ?

EXPLICATION SUR LA DEMANDE

4.7.1 Pendant le traitement de votre demande, avez-vous, personnellement ou par l'entremise d'une autre personne, fourni ou demandé des explications sur votre dossier ?

4.7.2 Quel moyen a été utilisé ?

4.7.3 Si vous aviez à recommencer cette étape demain, quel moyen préféreriez-vous utiliser ?

TRANSMISSION DE LA RÉPONSE DU MINISTÈRE OU DE L'ORGANISME

4.8.1 Par quel moyen le [nom du ministère ou de l'organisme] vous a-t-il transmis [nom du service] ?

4.8.2 Si vous aviez à recommencer, par quel moyen préféreriez-vous recevoir [nom du service] ?

SECTION 4

L'interaction usager-employé

L'importance de l'interaction usager-employé permet de déterminer si certaines questions de la section 5 sont pertinentes pour le répondant. Cette section est utile seulement si cette interaction varie d'un client à l'autre. C'est le cas, par exemple, lorsque certains clients font les démarches eux-mêmes par la poste sans jamais parler à un employé, alors que d'autres clients obtiennent l'aide d'un employé pour effectuer ces mêmes démarches.

Les questions 4.9 et 4.10 sont donc des questions filtres qui permettent d'éviter de poser certaines questions à certains répondants. Par exemple, une personne qui s'est rendue à un bureau gouvernemental mais qui n'a pas eu de véritable interaction avec un employé ne devrait pas être interrogée sur des aspects telles l'aide fournie par les employés, l'écoute ou l'attention personnelle qui lui ont été accordées. Les logiciels utilisés par les firmes de sondage pour programmer le questionnaire permettent d'établir de tels filtres pour chaque question.

Si des questions non pertinentes sont posées à certains répondants, cela peut avoir des effets indésirables : il y aura beaucoup de non-réponses partielles (l'usager dit « je ne sais pas » au lieu d'indiquer une réponse); certains usagers répondent quand même, mais la réponse est peu fiable et cela peut biaiser les résultats. À la longue, les questions non pertinentes peuvent irriter le répondant et celui-ci peut interrompre l'entrevue.

Souvent le prétest du questionnaire fournit de précieuses indications sur ce sujet.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

Déterminez s'il y a lieu d'utiliser les questions filtres 4.9 et 4.10 afin d'établir l'importance de l'interaction usager-employé et de déterminer si certaines questions de la section 5 sont pertinentes pour le répondant.

Emploi des questions filtres Oui Non

TRAITEMENT DES DONNÉES**Analyses qui peuvent être effectuées**

Les questions sur les démarches permettent d'effectuer des analyses descriptives ou explicatives.

Analyses descriptives : Les analyses descriptives consistent à croiser des variables telles que la satisfaction, les diverses dimensions de la qualité de service avec le mode de prestation utilisé ou le nombre de démarches effectuées. Il s'agit par exemple de calculer le niveau de satisfaction pour les utilisateurs de chaque mode de prestation et ensuite de comparer les moyennes de satisfaction à l'aide d'un test statistique afin de vérifier s'il existe une différence sur le plan statistique. Ces analyses peuvent être utiles pour vérifier si certains modes de prestation provoquent davantage de satisfaction ou d'insatisfaction.

Analyses explicatives : Il est possible de réaliser des analyses explicatives visant à comprendre pourquoi certains répondants utilisent un mode de prestation plutôt qu'un autre. Cela fait ressortir les facteurs (exemple : les caractéristiques personnelles des répondants) qui expliquent les comportements de la clientèle. Ces analyses permettent d'établir le profil des utilisateurs des différents modes.

Les réponses aux questions sur le mode préféré dans le futur permettent de faire des analyses similaires et de vérifier ce qui incite certains usagers à vouloir changer de mode de prestation. Il devient alors possible d'évaluer le marché potentiel pour des modes de prestation émergents, tel Internet, ou de comprendre, par exemple, les aspects de la qualité de service qui incitent des usagers à vouloir délaisser un mode de prestation particulier.

Les techniques généralement utilisées pour réaliser les analyses explicatives sont l'analyse discriminante ou la régression logistique.

SECTION 4*L'interaction usager-employé*

4.9 Vous m'avez dit que vous êtes allé en personne dans un bureau du [nom du ministère ou de l'organisme].

4.9.1 À cette occasion, avez-vous parlé à un employé ?

1. Oui
2. Non

SI OUI

4.9.2 Avez-vous...

1. ...donné ou demandé des renseignements ou des précisions concernant votre demande ?
2. ...simplement remis ou reçu des formulaires ou des documents ?

4.10 Vous m'avez dit que vous avez téléphoné au [nom du ministère ou de l'organisme].

Qu'est-ce qui décrit le mieux votre conversation avec l'employé du [nom du ministère ou de l'organisme] ?

1. J'ai téléphoné simplement pour connaître les heures d'ouverture ou pour obtenir un formulaire ou des documents.
2. J'ai demandé ou donné des renseignements ou des précisions concernant la demande.

SECTION 5

LA QUALITÉ PERÇUE DE LA PRESTATION DE SERVICES

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section est essentielle. Elle vise à évaluer la qualité de la prestation de services reçue, telle que l'usager la perçoit. Ici, on fait référence directement au service évalué. Il est très important de rappeler au répondant qu'il n'évalue ni le ministère ou l'organisme en général ni tous les services qu'il a reçus de ce ministère ou de cet organisme, mais bien la dernière expérience de service pour laquelle on vient de décrire avec précision les démarches effectuées.

Un modèle de mesure

Les dimensions et les énoncés présentés dans cette section constituent un modèle de mesure, lequel permet d'évaluer la qualité de la prestation de services sous dix dimensions. Chaque dimension est mesurée par plusieurs énoncés. Par exemple, mis ensemble, les énoncés sur la clarté mesurent la qualité de la prestation pour cette dimension.

Choisir les énoncés

Pour mesurer correctement la qualité de la prestation de services, il n'est pas toujours nécessaire d'utiliser les dix dimensions et, pour mesurer une dimension, il n'est pas toujours nécessaire d'utiliser tous les énoncés. Le choix des énoncés à intégrer au questionnaire s'effectue en trois étapes :

ÉTAPE 1 – Le choix des dimensions pertinentes;

ÉTAPE 2 – Le choix des aspects retenus pour chaque dimension;

ÉTAPE 3 – L'adaptation des énoncés.

Une fois les trois étapes complétées, il en résulte une série d'énoncés que l'intervieweur lit l'un après l'autre. Seuls les énoncés font partie du questionnaire. L'intervieweur ne donne jamais à l'usager le nom de la dimension et sa définition de même que le nom de l'aspect associé à l'énoncé.

Au moment de programmer le questionnaire, on devra créer des enchaînements de questions qui feront en sorte que tel énoncé soit lu ou non. Cela sera nécessaire si vous avez retenu des énoncés particuliers pour un mode de prestation qui n'est pas utilisé par tous les usagers. Ce cas survient lorsque les usagers peuvent utiliser plusieurs modes de prestation et que l'expérience de service comporte plusieurs démarches.

SECTION 5

LA QUALITÉ PERÇUE DE LA PRESTATION DE SERVICES

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

DIMENSION 1 : L'ACCESSIBILITÉ

Définition : La facilité à avoir accès au service.

ASPECTS	ÉNONCÉS	MODE DE PRÉSTATION				
		Personne	Téléphone	Poste	Courriel	Internet
Accessibilité des locaux	5.1 J'ai trouvé que les bureaux du [nom du ministère ou de l'organisme] étaient facilement accessibles.	•				
Accessibilité du site Web	5.2 J'ai trouvé facile d'accéder au site Web du [nom du ministère ou de l'organisme].					•
Accessibilité téléphonique	5.3 J'ai trouvé facile de joindre un préposé du service téléphonique.			•		
Facilité de joindre la bonne personne	5.4 J'ai trouvé facile de joindre une personne en mesure de fournir le service.	•	•	•		
Facilité à trouver la bonne information	5.5 J'ai trouvé facilement ce que je cherchais dans le site Web du [nom du ministère ou de l'organisme].					•
Accès au service par le moyen de son choix	5.6 J'ai pu accéder au service par le moyen de mon choix.	•	•	•	•	•
Service facilement accessible	5.7 Dans l'ensemble, j'ai trouvé que le service était facilement accessible.	•	•	•	•	•

DIMENSION 2 : LA SIMPLICITÉ DES DÉMARCHES

Définition : La simplicité des démarches pour obtenir le service.

ASPECTS	ÉNONCÉS	MODE DE PRÉSTATION				
		Personne	Téléphone	Poste	Courriel	Internet
Simplicité des démarches	5.8 Les démarches pour obtenir [nom du service] étaient faciles à effectuer.	•	•	•	•	•
Formulaires faciles à remplir	5.9 Les formulaires étaient faciles à remplir.	•	•	•	•	•
Nombre raisonnable de démarches	5.10 Il y avait un trop grand nombre de démarches pour obtenir le service. OU Le nombre d'étapes pour obtenir le [nom du service] était raisonnable.	•	•	•	•	•

DIMENSION 3 : LA CLARTÉ DU LANGAGE

Définition : La facilité à comprendre le langage utilisé par le personnel ou dans la documentation.

ASPECTS	ÉNONCÉS	MODE DE PRÉSTATION				
		Personne	Téléphone	Poste	Courriel	Internet
Information facile à comprendre	5.11 L'information obtenue était facile à comprendre.	•	•	•	•	•
Vocabulaire facile à comprendre	5.12 Le vocabulaire utilisé dans la documentation (dans le formulaire) était facile à comprendre.	•		•	•	•
Décision facile à comprendre	5.13 La décision du [nom du ministère ou de l'organisme] au sujet de ma demande était facile à comprendre.	•	•	•	•	•

SECTION 5

ÉTAPE 1 – Le choix des dimensions pertinentes

- Il y a plusieurs critères pour juger de la pertinence d'une dimension. Deux de ces critères sont incontournables : la nature de la prestation de services et les modes de prestation utilisés. Par exemple, la dimension « Justice » ne sera peut-être pas essentielle pour une demande de renseignements alors qu'elle devient très importante pour une demande d'aide financière. L'apparence des locaux ou des équipements n'est pas une dimension pertinente si le service a été obtenu par la poste ou par téléphone.
- D'autres critères, tels les engagements pris dans la déclaration de services aux citoyens (DSC) sur la qualité de la prestation de services, peuvent être considérés. Normalement, chaque engagement de la DSC sur la prestation de services devrait être couvert par une des dix dimensions et ses aspects spécifiques.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET**ÉTAPE 1** Choisissez les dimensions pertinentes au service évalué.

N.B. : Deux critères sont incontournables : la nature de la prestation de services et les modes de prestation utilisés.

Dimension	Pertinence		
1. L'apparence : l'apparence des installations, des équipements, des supports visuels ou du site Web.	Oui	Non	
2. La fiabilité : la capacité à fournir un service sans erreurs, avec exactitude et à respecter ses engagements.	Oui	Non	
3. L'empressement : l'engagement du personnel et du ministère ou de l'organisme à fournir un service rapide et à aider la clientèle.	Oui	Non	
4. L'empathie : l'écoute et l'attention personnelle accordées à la clientèle.	Oui	Non	
5. La justice : le sentiment d'être traité avec justice.	Oui	Non	
6. La confidentialité : le sentiment que la vie privée ou les renseignements personnels sont protégés.	Oui	Non	
7. Le respect : le sentiment d'être traité dignement et avec courtoisie.	Oui	Non	
8. L'accessibilité : la facilité à avoir accès au service.	Oui	Non	
9. La clarté du langage : la facilité à comprendre le langage utilisé par le personnel ou dans la documentation.	Oui	Non	
10. La simplicité des démarches : la simplicité des démarches pour obtenir le service.	Oui	Non	

ÉTAPE 2 – Le choix des aspects retenus pour chaque dimension

Chaque dimension couvre plusieurs aspects qui sont mesurés par des énoncés. Il faut donc choisir les aspects pertinents dans le contexte du service évalué (exemple : le mode de prestation ou le type de service) et retenir les énoncés associés à ces aspects. Dans les tableaux ci-contre, la présence d'un point sous un mode de prestation vous indique sa pertinence par rapport à l'énoncé.

- Il est fortement recommandé d'utiliser plus d'un énoncé par dimension, l'idéal étant de trois énoncés.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET**ÉTAPE 2** Choisissez les aspects retenus pour chaque dimension que vous avez sélectionnée dans l'étape précédente.

SECTION 5

DIMENSION 4 : LE RESPECT

Définition : Le sentiment d'être traité dignement et avec courtoisie.

ASPECTS	ÉNONCÉS	MODE DE PRESTATION
Courtoisie	5.14 Les employés ont été polis avec moi.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Dignité	5.15 Les employés m'ont traité avec dignité.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Respect	5.16 On m'a traité avec respect.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet

DIMENSION 5 : L'EMPATHIE

Définition : L'écoute et l'attention personnelle accordées à la clientèle.

ASPECTS	ÉNONCÉS	MODE DE PRESTATION
Attention personnelle	5.17 On m'a accordé une attention personnelle.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Compréhension des besoins	5.18 Le [nom du ministère ou de l'organisme] a compris mes besoins.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Explication de la décision	5.19 On a pris le temps de m'expliquer les raisons de la décision au sujet de ma demande.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Écoute active	5.20 On m'a permis d'exprimer mon point de vue.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet

DIMENSION 6 : L'EMPRESSEMENT

Définition : L'engagement du personnel et du [nom du ministère ou de l'organisme] à fournir un service rapide et à aider la clientèle.

ASPECTS	ÉNONCÉS	MODE DE PRESTATION
Employés disposés à aider	5.21 Les employés étaient disposés à m'aider.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Employés proactifs	5.22 Les employés n'ont pas hésité à faire les premiers pas pour me venir en aide.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Rapidité	5.23 On m'a rendu un service rapide.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Explications	5.24 On m'a fourni les explications dont j'avais besoin.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Employés disponibles	5.25 Les employés étaient disponibles pour me servir.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Résolution de problèmes	5.26 Quand j'ai eu un problème, le [nom du ministère ou de l'organisme] a tout fait pour le résoudre. OU Si j'avais eu un problème, je pense que le [nom du ministère ou de l'organisme] aurait tout fait pour le résoudre.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet

DIMENSION 7 : LA FIABILITÉ

Définition : La capacité à fournir un service sans erreurs, avec exactitude et à respecter ses engagements.

ASPECTS	ÉNONCÉS	MODE DE PRESTATION
Information exacte	5.27 L'information qui m'a été fournie était exacte.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Absence d'erreurs	5.28 Le service a été rendu sans erreurs.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Respect des engagements	5.29 Le [nom du ministère ou de l'organisme] a respecté ses engagements envers moi.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Respect des délais	5.30 Le service m'a été rendu dans les délais convenus.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet
Compétence des employés	5.31 J'ai trouvé que les employés avec qui j'ai fait affaire (qui ont traité mon dossier) avaient les connaissances nécessaires pour répondre à mes questions.	Personne Téléphone Poste Courriel Internet

SECTION 5

ÉTAPE 3 – L'adaptation des énoncés :

- **Les énoncés proposés ont tous été utilisés dans au moins un projet pilote et, à cette occasion, ils ont été validés sur le plan empirique. La quasi-totalité des énoncés ont été étudiés et validés sur le plan qualitatif par un groupe d'experts. Les énoncés qui sont proposés sont donc fiables et ils possèdent des propriétés psychométriques qui respectent ou dépassent les normes généralement utilisées en sciences sociales. L'annexe 3 présente ces propriétés pour chaque énoncé et chaque dimension.**
- **Il est fortement recommandé de modifier le moins possible le libellé des énoncés. Lorsque cela est possible, on devrait se limiter à préciser le nom du service ou le nom du ministère ou de l'organisme. Dans plusieurs cas, il est possible de les utiliser tels quels.**
- **Les verbes dans les énoncés sont généralement conjugués à la première personne du singulier et au passé composé. Cela permet de mieux rappeler au répondant qu'on évalue une expérience précise de service. Idéalement, si l'on doit adapter, on devrait chercher à préserver ce type de formulation.**
- **Il est possible dans certains cas d'ajouter des énoncés pour tenir compte d'un élément non couvert par l'Outil québécois de mesure et qui est d'une grande importance pour votre ministère ou votre organisme. Dans ce cas, vous devriez faire certaines analyses de fidélité et de validité avant d'intégrer ces nouveaux énoncés dans une dimension existante ou avant d'ajouter une nouvelle dimension à celles existantes.**

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

ÉTAPE 3 Lorsque cela est nécessaire, adaptez les énoncés au contexte de votre ministère ou de votre organisme ou du service évalué ou ajoutez les énoncés que vous jugez très importants. Dans ce cas, la formulation des énoncés doit suivre certaines règles élémentaires. En voici quelques-unes :

- Il ne doit y avoir qu'une seule idée par énoncé, sans quoi on ne pourra pas interpréter les réponses (formulation à éviter : les employés sont **polis et fiables**).
- Il faut éviter les phrases complexes, par exemple les doubles négations (formulation à éviter : les employés du gouvernement **n'agissent pas avec impartialité**).
- Il faut éviter les adverbes qui rendent l'énoncé équivoque et pour lesquels une réponse négative sera difficile à interpréter (formulation à éviter : les employés prennent **suffisamment** de temps pour expliquer ce qu'il faut faire).
- Il faut éviter les adverbes qui établissent un point de référence qui peut être différent d'un répondant à l'autre (formulation à éviter : le gouvernement est **souvent** sensible aux besoins des citoyens). L'utilisation des termes « jamais » ou « toujours » ne posent généralement pas ce type de problème. Cependant, ils peuvent parfois poser d'autres difficultés, par exemple, en élévant la « barre trop haute » (formulation à éviter : les employés du ministère ou de l'organisme ne font **jamais** d'erreurs).
- Les répondants doivent être en mesure de répondre. Il faut éviter de les placer dans une situation où ils doivent se prononcer sur un aspect qu'ils ne connaissent pas. Par exemple, ce serait le cas si on voulait mesurer la perception de la compétence avec l'énoncé suivant : « Les employés ont une bonne formation. » Il est préférable d'écrire « Les employés n'ont pas fait d'erreurs » ou à la limite « Je suis persuadé que les employés sont compétents ». Bref, les répondants ne peuvent pas verbaliser ce qui est intrinsèque à autrui, ils ne peuvent verbaliser que ce qu'ils ressentent ou verbaliser les manifestations extrinsèques d'autrui qu'ils ont pu observer (exemple : les erreurs commises par les employés).

SECTION 5

DIMENSION 8 : LA JUSTICE

Définition : Le sentiment d'être traité avec justice.

ASPECTS	ÉNONCÉS	Personne	Téléphone	Poste	Courriel	Internet
Traitement équitable	5.32 J'ai été traité de manière équitable.	•	•	•	•	•
Absence de favoritisme	5.33 J'ai été traité sans favoritisme.	•	•	•	•	•
Servi de manière juste	5.34 J'ai été servi de manière juste.	•	•	•	•	•
Décision fondée	5.35 Je suis persuadé que les décisions rendues étaient fondées sur les lois et les règlements en vigueur.	•	•	•	•	•
Absence de discrimination	5.36 J'ai été traité sans discrimination.	•	•	•	•	•

DIMENSION 9 : LA CONFIDENTIALITÉ

Définition : Le sentiment que la vie privée ou les renseignements personnels sont protégés.

ASPECTS	ÉNONCÉS	Personne	Téléphone	Poste	Courriel	Internet
Traitement de la demande avec discréction	5.37 On a traité ma demande avec discréction.	•	•	•	•	•
Protection des renseignements personnels	5.38 Je suis persuadé que les renseignements personnels que j'ai donnés au [nom du ministère ou de l'organisme] sont traités de manière confidentielle.	•	•	•	•	•
Utilisation des renseignements personnels aux seules fins prévues	5.39 Je suis persuadé que le [nom du ministère ou de l'organisme] utilise les renseignements personnels que je lui ai donnés uniquement dans le but prévu.	•	•	•	•	•

DIMENSION 10 : L'APPARENCE

Définition : L'apparence des installations, des équipements, des supports visuels ou du site Web.

ASPECTS	ÉNONCÉS	Personne	Téléphone	Poste	Courriel	Internet
Équipements récents	5.40 Le [nom du ministère ou de l'organisme] possède des équipements récents.	•				
Installations attrayantes	5.41 Les installations du [nom du ministère ou de l'organisme] sont attrayantes.	•				
Site Web attrayant	5.42 Le site Web du [nom du ministère ou de l'organisme] est attrayant.				•	•
Supports visuels attrayants	5.43 Les [documents, dépliants ou affiches] associés au service sont attrayants.	•	•	•		

SECTION 5

Choisir l'échelle de mesure

Après avoir choisi les énoncés, il faut déterminer l'échelle de mesure. L'échelle proposée est une échelle de Likert, c'est-à-dire celle qui mesure le degré d'accord avec l'énoncé. **Il est essentiel d'utiliser ce type d'échelle.** Transformer cette échelle en une échelle de satisfaction serait incorrect.

En ce qui concerne le nombre de points utilisés, il est recommandé d'en utiliser sept ou plus. Une échelle de sept points ou plus possède des propriétés sur le plan statistique qui la rendent plus intéressante qu'une échelle à moins de sept points. En effet, plus le nombre de points est élevé, plus on se rapproche d'une mesure ayant les propriétés d'une échelle d'intervalle qui permet, par exemple, de calculer une moyenne et une variance. Une échelle qui ne contient que deux ou quatre points est strictement ordinaire, de sorte que l'on ne peut pas calculer une moyenne ou une variance, ce qui limite les analyses qu'il est possible de faire. Lors des projets pilotes réalisés avec l'Outil québécois de mesure, l'échelle en sept points a été utilisée et elle s'est avérée performante. Elle a, entre autres, permis d'observer des phénomènes qui n'auraient pu être observés par une échelle en quatre points. À l'usage, une échelle en 11 points de 0 à 10 s'est avérée plus facile pour communiquer et comprendre les résultats.

La décision finale quant au nombre de points à utiliser dans l'échelle revient à la personne responsable du projet. Elle doit considérer l'objectif de l'étude, le type d'analyse qui sera effectué et sa capacité à communiquer les résultats. Pour les diverses variables (satisfaction, qualité, résultat, coût, image), il est fortement suggéré d'utiliser des échelles possédant le même nombre de points.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

Choisissez le nombre de points de l'échelle de mesure.

TRAITEMENT DES DONNÉES***Construction des variables***

Avant de procéder à l'analyse des résultats, il faut construire les variables qui mesurent la qualité de la prestation de services pour chaque dimension. Deux techniques peuvent être utilisées pour construire ces variables :

1. On peut calculer la moyenne des réponses aux énoncés associés à chaque dimension;
2. Pour chaque dimension, on peut procéder à une analyse factorielle sur les énoncés qui y sont associés et extraire un facteur qui constituera la nouvelle variable représentant cette dimension. Dans ce cas, il est recommandé d'utiliser l'analyse factorielle confirmatoire ou, à défaut, l'analyse factorielle classique.

Enfin, si des énoncés à connotation négative ont été utilisés, il faudra impérativement inverser l'échelle de ces énoncés avant de calculer une moyenne.

Analyses qui peuvent être effectuées

Analyses descriptives : Les analyses descriptives consistent à comparer (comparaison de moyennes) entre elles les variables construites selon les méthodes évoquées ci-dessus, et ensuite à les croiser avec diverses variables liées à l'expérience de service (exemple : le mode de prestation utilisé).

Analyses explicatives : La qualité de la prestation de services est une variable « explicative » de la satisfaction. La section sur la satisfaction décrit sommairement comment ces variables peuvent être mises en relation.

SECTION 5

SECTION 6

LES COÛTS ET LES RÉSULTATS

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section a pour objectif de mesurer les perceptions de la clientèle à l'égard des coûts et des résultats de l'expérience de service. Ces deux variables, tout comme la qualité de la prestation de services, peuvent avoir un effet sur la satisfaction. Leur ajout permet donc de mieux comprendre les facteurs qui influencent la satisfaction et de mesurer plus précisément la part de la satisfaction qui dépend de la qualité de la prestation de services. Si ces variables ne sont pas présentes, il est possible que l'on soit incapable d'expliquer pourquoi certaines personnes se sont déclarées insatisfaites du service. Ces variables ne sont pas essentielles lorsque l'on mesure la qualité de la prestation de services et la satisfaction de la clientèle, mais elles sont très utiles pour bien comprendre les causes de la satisfaction ou de l'insatisfaction.

La variable « résultats » peut être mesurée par une seule question (6.3) si le service est un permis ou un certificat. Si le service consiste à demander un conseil, une aide financière, une information ou encore, à s'inscrire à un programme, alors il est préférable d'ajouter un énoncé qui permet de qualifier le résultat (énoncé 6.4).

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Déterminez si vous utiliserez la variable « coûts ». Oui Non
- Déterminez si vous utiliserez la variable « résultats ». Oui Non
 - Déterminez quelle version (a, b, c, d ou e) de la question 6.3 est pertinente.
 - Déterminez quelle version (a, b, c ou d) de la question 6.4 est pertinente.

TRAITEMENT DES DONNÉES

Construction des variables

Une variable « coûts » peut être construite en calculant la moyenne des deux énoncés ou en extrayant un facteur par une analyse factorielle. Pour la variable « résultats », les questions 6.3 et 6.4 doivent être analysées individuellement. Les réponses à la question 6.3 peuvent être codées de façon binaire (oui = 1 et non = 0), alors que les réponses à la question 6.4 peuvent être utilisées directement sans transformation.

Analyses qui peuvent être effectuées

Analyses descriptives : Les analyses descriptives consistent à croiser les variables « coûts » et « résultats » avec diverses variables liées à l'expérience de service (exemple : le tarif payé, le niveau de satisfaction) ou aux caractéristiques des répondants (exemple : le revenu du ménage).

Analyses explicatives : Le coût du service et le résultat de l'expérience de service sont des variables « explicatives » de la satisfaction. Dans la section sur la satisfaction, on décrit sommairement comment ces variables peuvent être mises en relation.

SECTION 6

LES COÛTS ET LES RÉSULTATS

LES COÛTS

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

ASPECTS	ÉNONCÉS	0 = Tout à fait en désaccord										
		10 = Tout à fait en accord										
Coût raisonnable	6.1 Le prix pour obtenir le [nom du service] est raisonnable.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	6.2 Le service vaut le prix exigé.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

LES RÉSULTATS

6.3 À la suite de vos démarches :

	OUI	NON
a. Avez-vous reçu le [certificat, permis, ...] demandé ?		
b. Avez-vous reçu une [aide financière, rente, ...] ?		
c. Avez-vous reçu une réponse du [nom du ministère ou de l'organisme] au sujet de votre plainte ?		
d. Votre demande d'inscription a-t-elle été acceptée ?		
e. Avez-vous reçu l'information demandée ?		

6.4 a. En pensant au montant que vous avez reçu (aide financière, prêt ou bourse, rente...), indiquez sur une échelle de 0 à 10 si ce montant est inférieur ou supérieur à ce que vous pensiez recevoir, 0 signifiant un « montant nettement inférieur » et 10 un « montant nettement supérieur » à ce que vous attendiez :

Montant nettement inférieur	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Montant nettement supérieur
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-----------------------------

6.4 b. En pensant à la [décision ou à la conclusion] du [nom du ministère ou de l'organisme], indiquez sur une échelle de 0 à 10 si cette [décision ou conclusion] vous était favorable ou défavorable, 0 signifiant une décision « totalement défavorable » et 10 une décision « totalement favorable » :

Totalement défavorable	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Totalement favorable
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

6.4 c. Dans l'ensemble, diriez-vous que ce programme vous a été utile ?

Indiquez votre réponse sur une échelle de 0 à 10, 0 signifiant « tout à fait inutile » et 10 « extrêmement utile » :

Tout à fait inutile	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Extrêmement utile
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-------------------

6.4 d. Dans l'ensemble, diriez-vous que l'information obtenue vous a été utile ?

Indiquez votre réponse sur une échelle de 0 à 10, 0 signifiant « tout à fait inutile » et 10 « extrêmement utile » :

Tout à fait inutile	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Extrêmement utile
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-------------------

SECTION 7

L'IMPORTANCE DES DIMENSIONS DE LA QUALITÉ

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section est facultative. Elle vise à établir l'importance que les répondants accordent à chaque dimension de la qualité. Il faut donc s'assurer que seules les dimensions qui ont été retenues dans la section sur la qualité se retrouveront dans cette section. Si plusieurs services sont évalués dans la même enquête et qu'ils sont évalués selon des dimensions différentes, cela nécessitera une programmation du questionnaire avec des enchainements de questions un peu plus complexes.

Si, dans la section sur la qualité perçue, on a choisi seulement certains énoncés par dimension, il est important de s'assurer que l'énoncé retenu ici sera cohérent avec les aspects de la qualité qui auront été préalablement retenus. Par exemple, pour la dimension « apparence », si on a retenu seulement les aspects « installations attrayantes » et « équipements récents », alors l'énoncé sur l'importance doit faire référence uniquement à ces aspects et éviter de faire référence au site Web.

Importance déclarée et importance calculée

L'importance peut être mesurée de deux façons :

- L'importance peut être **déclarée** par les répondants eux-mêmes qui indiquent l'importance qu'ils accordent à chaque dimension ou à chaque déterminant; c'est l'utilité de cette section. L'utilisation de l'importance déclarée donne parfois des résultats où tout est considéré important par la clientèle. Il devient alors plus difficile de savoir ce qui compte vraiment.
- L'importance peut être **calculée** par des techniques d'analyse statistique sans qu'aucune question ne soit posée au répondant. L'importance calculée permet de réduire le nombre de questions et elle fournit généralement des résultats où on peut plus facilement distinguer ce qui est vraiment important de ce qui l'est moins. Cependant, cela exige que l'analyste maîtrise bien les techniques d'analyses statistiques appropriées et qu'il soit capable d'en communiquer les résultats de manière convaincante.

Il est possible d'utiliser les deux approches et de comparer les résultats. Il appartient à la personne responsable du projet de faire le choix qu'elle juge approprié.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

Déterminez si vous utiliserez la section sur l'importance des dimensions de la qualité ou si vous la ferez calculer.

N.B. : N'utilisez que les dimensions que vous avez jugées pertinentes dans la **section 5** de ce guide.

- Utilisation de l'importance déclarée dans le questionnaire Oui Non

TRAITEMENT DES DONNÉES

Analyses qui peuvent être effectuées

L'intérêt de la variable « importance » est qu'elle permet d'établir les priorités d'action en vue d'améliorer la qualité de la prestation de services et la satisfaction de la clientèle. En effet, avec cette variable il est possible de produire la matrice importance-qualité perçue dans laquelle on croise la qualité perçue pour une dimension avec l'importance accordée à cette même dimension. En intégrant toutes les dimensions dans la même matrice, il est alors possible d'établir les dimensions prioritaires, c'est-à-dire celles qui sont les plus importantes pour la clientèle et pour lesquelles la qualité perçue est la plus faible. L'annexe 4 présente un exemple de matrice importance-qualité perçue.

Si l'approche retenue est l'importance déclarée, on doit utiliser les réponses aux questions 7.1 à 7.10 comme valeurs de la variable « importance » pour chacune des dimensions. Si l'approche retenue est l'importance calculée, on doit utiliser les résultats des analyses statistiques décrites à la section sur la satisfaction comme valeurs de la variable « importance » pour chaque dimension (il s'agit alors de la valeur du coefficient « bêta » obtenue par l'analyse de régression ou par l'analyse par équations structurelles).

SECTION 7

L'IMPORTANCE DES DIMENSIONS DE LA QUALITÉ

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

		0 = Pas du tout important 10 = Extrêmement important
Accessibilité	7.1 La facilité d'avoir accès au service.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Simplicité	7.2 La simplicité des démarches pour obtenir le service.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Clarté	7.3 La clarté du langage utilisé.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Respect	7.4 Le sentiment d'être traité avec respect.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Empathie	7.5 L'écoute et l'attention personnelles accordées à la clientèle.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Empressement	7.6.1 L'engagement du personnel ou du [nom du ministère ou de l'organisme] à fournir un service rapide.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
	7.6.2 L'engagement du [nom du ministère ou de l'organisme] à aider la clientèle.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Fiabilité	7.7.1 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à rendre un service [sans erreurs, avec exactitude].	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
	7.7.2 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à respecter ses engagements.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Justice	7.8 Le sentiment d'être traité avec justice.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Confidentialité	7.9 La protection des renseignements personnels vous concernant.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Apparence	7.10 L'apparence [des installations, des équipements, du site Web].	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

SECTION 8

LA SATISFACTION GLOBALE

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section est essentielle car elle permet de mesurer la satisfaction à l'égard du service utilisé. Six énoncés sont proposés. Le premier traite directement de la satisfaction en utilisant une échelle de satisfaction. Les autres utilisent une échelle accord-désaccord en sept points. Il est recommandé d'utiliser le premier énoncé et deux ou trois autres énoncés.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

Choisissez au moins deux ou trois énoncés que vous ajouterez à l'énoncé de base, soit la question 8.1.

Énoncé

	Oui	Non	
Le service répond à mes besoins personnels			
Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service agréable	Oui	Non	
Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service positive	Oui	Non	
Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service déplaisante	Oui	Non	
Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service pénible	Oui	Non	

TRAITEMENT DES DONNÉES

Construction de la variable « satisfaction »

En utilisant plusieurs énoncés, on pourra, lors de l'analyse des résultats, établir un indice global de satisfaction en calculant la moyenne des énoncés ou encore, en extrayant un facteur par l'analyse factorielle, on pourra créer une nouvelle variable de satisfaction globale. Si des énoncés négatifs sont utilisés, il faudra impérativement inverser l'échelle de ces énoncés avant de calculer une moyenne.

Analyses qui peuvent être effectuées

Analyses descriptives : Les analyses descriptives consistent à croiser la variable « satisfaction » avec les autres variables de l'enquête, telles que les démarches effectuées, les modes de prestation utilisés ou les caractéristiques des personnes.

Analyses explicatives : Les analyses explicatives permettent de vérifier s'il existe une relation causale entre le niveau de satisfaction et des variables explicatives telles que la qualité de la prestation de services (les dimensions retenues à la section 5), le résultat de l'expérience de service et le coût du service. Pour effectuer ce type d'analyses, il faut utiliser des méthodes comme l'analyse de régression ou les méthodes d'équations structurelles et mettre en relation les variables retenues, tel qu'illustré dans le schéma 1 de la partie Présentation générale de l'Outil québécois de mesure.

Les résultats de ces analyses permettront de révéler les aspects du service qui ont le plus d'effet sur le niveau de satisfaction, c'est-à-dire ceux qui ont le plus **d'importance** pour la clientèle (voir l'importance calculée dans la section sur l'importance des dimensions de la qualité). Cela permettra ensuite d'établir les priorités d'action visant à améliorer la qualité du service et la satisfaction de la clientèle.

L'établissement des priorités d'action peut se faire par la construction des matrices importance-qualité perçue. L'annexe 4 présente un exemple de matrice importance-qualité perçue.

SECTION 8

LA SATISFACTION GLOBALE

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

	0 = Tout à fait insatisfait 10 = Tout à fait satisfait									
8.1 Dites-moi, dans l'ensemble, à quel point vous avez été satisfait du service ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10									

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

	0 = Tout à fait en désaccord 10 = Tout à fait en accord									
8.2 Le service répond à mes besoins personnels.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10									
8.3 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service agréable.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10									
8.4 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service positive.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10									
8.5 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service déplaisante.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10									
8.6 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service pénible.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10									

SECTION 9

LES CONSÉQUENCES

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section est facultative. Elle vise à mesurer les effets ou les conséquences de la satisfaction ou de l'insatisfaction. Deux types de conséquences sont mesurées : les conséquences sur les comportements, c'est-à-dire les démarches qui ont été effectuées à la suite de l'utilisation du service, et les conséquences sur les attitudes que les usagers ont développées face au service.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Déterminez si vous ferez appel à la section sur les conséquences de la satisfaction ou de l'insatisfaction.
Oui Non
- Déterminez quels énoncés évaluant les conséquences sur les comportements sont pertinents.
- Déterminez quels énoncés évaluant les conséquences sur les attitudes sont pertinents.

TRAITEMENT DES DONNÉES

Construction de la variable « conséquences »

Il est possible de construire une variable « conséquences » en utilisant les techniques proposées pour les autres variables (calcul de la moyenne ou extraction de facteur par l'analyse factorielle). Deux mises en garde s'imposent :

1. La question 9.4 ne peut être jumelée avec les autres car elle est (volontairement) équivoque;
2. Avant de calculer la moyenne ou d'extraire le facteur, il faut s'assurer que la variable est codée de façon binaire où « oui » est égal à 1 et où non est égal à 0.

Analyses qui peuvent être effectuées

Analyses descriptives : Les analyses descriptives consistent à croiser la variable « conséquences » avec les autres variables de l'enquête, telles que la variable satisfaction, le mode de prestation utilisé ou les caractéristiques des répondants.

Analyses explicatives : Les analyses explicatives permettent de vérifier s'il existe une relation causale entre la variable « satisfaction » et la variable « conséquences » par l'analyse de régression ou par les méthodes d'équations structurelles.

SECTION 9

LES CONSÉQUENCES

CONSÉQUENCES SUR LES COMPORTEMENTS

9.1 À la suite de vos démarches, avez-vous adressé une plainte au [nom du ministère ou de l'organisme] pendant ou après le traitement de votre demande ?	Oui	Non
9.2 À la suite de vos démarches, avez-vous demandé une révision de la décision prise par le [nom du ministère ou de l'organisme] ?	Oui	Non
9.3 À la suite de vos démarches, avez-vous parlé de façon négative du [nom du ministère ou de l'organisme] aux gens de votre entourage ?	Oui	Non
9.4 À la suite de vos démarches, avez-vous laissé voir aux employés du [nom du ministère ou de l'organisme] votre degré de satisfaction ou d'insatisfaction ?	Oui	Non

CONSÉQUENCES SUR LES ATTITUDES

9.5 a. Conseillerez-vous aux gens de votre famille ou à vos amis de ne pas utiliser ce service s'ils pouvaient s'en passer ? OU b. Conseillerez-vous aux gens de votre famille ou à vos amis de ne pas faire appel au service s'ils se trouvaient dans la même situation que vous ?	Oui	Non
9.6 Avez-vous eu envie de vous plaindre du service que vous avez reçu du [nom du ministère ou de l'organisme] ?	Oui	Non
9.7 La prochaine fois que vous aurez affaire au [nom du ministère ou de l'organisme], pensez-vous que vous aurez une attitude positive ?	Oui	Non

SECTION 10

LES NORMES DE SERVICE

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section vise à mesurer les attentes des usagers vis-à-vis divers aspects de la prestation de services, notamment en ce qui a trait aux délais d'attente, aux délais de traitement des dossiers et aux systèmes téléphoniques automatisés. Les résultats pourront aider à définir les engagements de la déclaration de services aux citoyens et à alimenter le plan ministériel d'amélioration de la qualité des services.

Ces questions peuvent être posées dans un contexte général pour l'ensemble du ministère ou de l'organisme (option A), ou encore elles peuvent être reliées directement au service évalué (option B).

Les énoncés qui portent sur les délais d'attente sont fournis à titre d'exemples. Le temps indiqué peut être exprimé en minutes, heures, jours, semaines ou mois. On peut choisir les délais qui conviennent au contexte du ministère ou de l'organisme ou proposer des choix de réponses préétablis.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

- Choisissez les normes de service pour lesquelles vous désirez évaluer les attentes de la clientèle.

Norme de service

Délai d'attente à un bureau	Oui	Non	
Délai d'attente au téléphone	Oui	Non	
Délai d'attente pour un retour d'appel	Oui	Non	
Délai d'attente pour un retour de courriel	Oui	Non	
Délai d'attente pour une réponse à une lettre	Oui	Non	
Délai d'attente pour recevoir un document par la poste	Oui	Non	
Préférence entre parler à un réceptionniste ou utiliser le clavier pour que l'appel soit transféré automatiquement à la bonne personne	Oui	Non	
Préférence entre parler à une personne ou obtenir l'information par un système vocal automatique	Oui	Non	

- Choisissez le contexte dans lequel vous désirez évaluer ces attentes.

Attentes générales envers le ministère ou l'organisme	Oui	Non	
Attentes directement liées au service évalué	Oui	Non	

Dans les deux cas, on devra préciser au répondant le contexte dans lequel ces questions sont posées.

- Déterminez les choix de réponses (minutes, heures, jours, semaines, mois) et décidez si ceux-ci seront lus aux répondants.

SECTION 10

LES NORMES DE SERVICE

LE CONTEXTE DANS LEQUEL LES ATTENTES SONT ÉVALUÉES

OPTION A Les prochaines questions concernent le [nom du ministère ou de l'organisme] en général et non plus le service que vous avez reçu.

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

- 10.1 Quel est le temps d'attente maximal que vous êtes prêt à accepter lorsque vous vous présentez à un bureau du [nom du ministère ou de l'organisme] ?

Minutes	Heures	Jours	Semaines	Mois

- 10.2 Quel est le temps d'attente maximal que vous êtes prêt à accepter lorsque vous téléphonez au [nom du ministère ou de l'organisme] ?
- 10.3 Quel est le délai maximal que vous êtes prêt à accepter pour recevoir un retour d'appel lorsque vous laissez un message dans la boîte vocale d'un employé du [nom du ministère ou de l'organisme] ?
- 10.4 Quel est le délai maximal que vous êtes prêt à accepter pour recevoir une réponse lorsque vous adressez une demande de renseignements par Internet au [nom du ministère ou de l'organisme] ?
- 10.5 En sachant que l'envoi d'une lettre par la poste prend souvent quatre jours pour parvenir à son destinataire, quel est le délai maximal que vous êtes prêt à accepter pour obtenir une réponse à une lettre à compter du moment où vous l'avez postée ?
- 10.6 En sachant que l'envoi d'une lettre par la poste prend souvent quatre jours pour arriver à son destinataire, quel est le délai maximal que vous êtes prêt à accepter pour recevoir un [certificat, permis, autorisation, etc.], à compter du moment où vous avez posté votre demande ?
- 10.7 Lorsque vous téléphonez au bureau du [nom du ministère ou de l'organisme] pour trouver quelqu'un qui répondra à vos questions, préférez-vous...
1. Attendre pour parler à un réceptionniste qui transférera votre appel à la bonne personne ?
 2. Utiliser le clavier de votre téléphone pour choisir l'option qui vous dirigera à la bonne personne ?
- 10.8 Lorsque vous téléphonez au bureau du [nom du ministère ou de l'organisme] pour obtenir un renseignement, préférez-vous...
1. Attendre pour parler à une personne qui vous donnera les renseignements ?
 2. Obtenir immédiatement les renseignements au moyen d'un système vocal automatique en choisissant la bonne option avec le clavier de votre téléphone ?
- 10.9 Avez-vous des commentaires ou des suggestions qui permettraient au [nom du ministère ou de l'organisme] de mieux répondre à vos besoins et à vos attentes ?

SECTION 11

LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICES

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section, dont l'utilisation est facultative, présente des énoncés qui concernent la prestation électronique de services et qui permettent de mesurer et d'étudier les attitudes, les aptitudes et les perceptions de la clientèle à l'égard des services rendus par Internet.

- *La première variable (aisance technologique) mesure les attitudes à l'égard des produits technologiques. Les énoncés proposés proviennent du site Internet www.bougez.com/echellesdemarketing.*
- *La seconde variable (habileté sur Internet) permet d'évaluer l'habileté du répondant à utiliser Internet.*
- *La troisième variable (qualité anticipée) évalue les perceptions du répondant quant à l'effet d'Internet sur la qualité de la prestation de services pour chaque dimension (la dimension apparence n'est pas présente car elle n'est pas pertinente dans le contexte de cette section). Si cette troisième variable est retenue, l'analyste devra s'assurer que les dimensions de la qualité anticipée qui sont évaluées sont les mêmes que celles qui ont été retenues pour l'évaluation de la qualité perçue.*

Ces variables peuvent être très utiles pour comprendre le choix du mode d'accès au service, pour évaluer le potentiel de la prestation électronique de services ou encore pour vérifier si ce mode de prestation peut contribuer à améliorer ou à consolider la qualité de la prestation de services.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

Déterminez si vous incorporez, dans le questionnaire, les énoncés sur la prestation électronique de services.

Oui Non

TRAITEMENT DES DONNÉES

Construction des variables

Les variables « aisance technologique » et « habileté à utiliser Internet » peuvent être construites en calculant la moyenne des énoncés ou en extrayant un facteur par l'analyse factorielle. Les énoncés sur la qualité anticipée peuvent être utilisés individuellement, ou par groupe de dimensions. Ces groupes sont ceux qui apparaissent au schéma 1 de la partie Présentation générale de l'Outil québécois de mesure.

Analyses qui peuvent être effectuées

Analyses descriptives : Il est possible de croiser ces variables avec celles qui établissent les caractéristiques des personnes et ainsi de vérifier si les attitudes, les aptitudes ou les perceptions sont les mêmes pour tous les groupes de répondants.

Analyses explicatives : Les analyses explicatives permettent de vérifier s'il existe une relation causale entre ces variables et, par exemple, le choix d'Internet comme mode de prestation de services. Il est alors possible de vérifier si la qualité anticipée du service, les habiletés personnelles des clients, les attitudes ou toutes autres caractéristiques des clients ont un effet sur l'utilisation d'Internet pour obtenir le service ou sur le choix d'Internet comme futur mode de prestation.

SECTION 11

LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICES

Maintenant, je vais vous poser quelques questions sur les produits technologiques (ex. : guichets automatiques, lecteurs DVD, ordinateurs...). Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous êtes « tout à fait en désaccord » et 10 signifie que vous êtes « tout à fait en accord », à quel point diriez-vous que vous êtes en accord avec les énoncés suivants ?

AISANCE TECHNOLOGIQUE	0 = Tout à fait en désaccord 10 = Tout à fait en accord										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.1 Je me sens mal à l'aise avec les produits technologiques.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.2 Je peux dire que je n'ai pas de difficulté avec les fonctions des produits technologiques que j'utilise.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.3 Je me sens incapable de faire fonctionner un appareil dont la technologie semble complexe.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.4 Je n'aime pas me trouver dans des situations où je dois utiliser un produit technologique.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

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

HABILETÉ À UTILISER INTERNET	0 = Extrêmement faible 10 = Extrêmement bonnes										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.5 Votre habileté à utiliser Internet.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.6 Votre habileté à utiliser les techniques de recherche sur le Web.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.7 Votre habileté à aider les autres personnes qui ont des problèmes lorsqu'elles utilisent Internet.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.8 Votre habileté à trouver ce que vous cherchez.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Je voudrais que vous répondiez aux prochaines questions en pensant toujours aux démarches que vous avez faites pour [nom du service]. Indiquez-moi, sur une échelle de 0 à 10, si vous pensez que l'utilisation d'Internet a ou aurait amélioré ou détérioré les aspects suivants du service. 0 signifie « fortement détérioré », 10 « fortement amélioré » et 5, « ne changerait rien ».

QUALITÉ ANTICIPÉE DU SERVICE RENDU PAR INTERNET	0 = Fortement détérioré 5 = Ne changerait rien 10 = Fortement amélioré											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Fiabilité	11.9 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à rendre le service sans erreurs.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Empressement	11.10 Le délai pour obtenir le service.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11.11 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à aider la clientèle lors de l'utilisation du service.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Empathie	11.12 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à rendre un service personnalisé.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11.13 La possibilité d'exprimer vos besoins.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Justice	11.14 L'équité dans le traitement de votre demande.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Confidentialité	11.15 La protection des renseignements personnels.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Respect	11.16 Le sentiment d'être respecté.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Accessibilité	11.17 L'accessibilité du service.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Clarté du langage	11.18 La facilité de comprendre l'information.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Simplicité des démarches	11.19 La facilité de faire les démarches pour obtenir le service.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

SECTION 12

LES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

PRÉSENTATION DE LA SECTION

Cette section vise à établir les caractéristiques de la clientèle qui sont pertinentes pour l'analyse. Il y a des variables de base, telles que le sexe, l'âge, la scolarité, le revenu et l'occupation, qui sont utilisées dans la plupart des sondages. Des questions mesurant d'autres caractéristiques sont aussi proposées; la personne responsable du projet doit déterminer si ces questions sont pertinentes. Parfois, deux versions d'une même variable sont proposées et la personne responsable du projet doit choisir celle qui lui semble la plus appropriée.

Pour plusieurs caractéristiques sociodémographiques, un classement des réponses en catégories est proposé. La personne responsable du projet doit vérifier si ces catégories sont les mêmes que celles que l'on retrouve dans les études avec lesquelles on veut établir une comparaison ou dans les bases de données sur la population étudiée. Cela permettra de vérifier si les caractéristiques de l'échantillon correspondent à celles de la population. S'il y a des différences entre l'échantillon et la population étudiée, il sera alors possible de pondérer les réponses et ainsi d'obtenir un portrait représentatif de la population, à la condition que les catégories dans lesquelles les réponses sont classées soient les mêmes.

Les variables sociodémographiques sont présentées en trois blocs :

- Les caractéristiques du ménage;
- L'occupation et le niveau socioéconomique;
- Les caractéristiques des personnes.

La personne responsable du projet connaît souvent le **lieu de résidence**. Si l'enquête est réalisée à l'aide d'un fichier usager, cette information peut faire partie de la base de données; si l'enquête est effectuée à partir d'un échantillon de numéros de téléphone tirés au hasard, la base de données qui a permis de constituer cet échantillon contient également ce renseignement. La personne responsable du projet doit s'assurer que dans les deux cas, la classification géographique du lieu de résidence (municipalité, région administrative, etc.) correspondra aux besoins de l'étude. Si le nom de la municipalité ou un numéro de municipalité est retenu, on doit s'assurer qu'on dispose des outils requis pour rassembler les réponses sur une base régionale si l'on envisage de faire des croisements par région ou par type de région. Enfin, au sein d'une même région, il peut y avoir des répondants qui résident en milieu urbain ou rural. Il appartient à la personne responsable du projet de décider si cette distinction est pertinente.

Les questions 12.8 à 12.11 permettent de vérifier si la personne est active (travailleur ou étudiant) ou inactive et de préciser le secteur d'activité. La question 12.10 est utile si l'on pense que les employés du secteur public peuvent avoir une meilleure perception de la qualité des services simplement parce qu'ils travaillent dans ce secteur.

Les questions 12.12 et 12.13 permettent de préciser le niveau socioéconomique du répondant.

CONSIGNES AU RESPONSABLE DE PROJET

Si l'étude a pour objectif de vérifier la satisfaction ou les comportements de certains groupes d'usagers ayant des caractéristiques particulières (par exemple les personnes handicapées, les jeunes de moins de 20 ans résidant en région, etc.), il peut être nécessaire de s'assurer, dès l'étape de la sélection du répondant, que vous aurez suffisamment de sujets appartenant à ces groupes pour réaliser les analyses projetées. Dans de telles situations, il faudra ajouter des questions qui permettent d'établir si le répondant appartient au groupe ciblé. Ces questions deviendront des critères de sélection des répondants qui vous assureront d'avoir un nombre suffisant d'usagers pour effectuer les analyses.

Choisissez les variables en retenant celles qui sont nécessaires aux analyses que vous prévoyez effectuer.

SECTION 12

LES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

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

LES CARACTÉRISTIQUES DU MÉNAGE

12.1 Combien de personnes composent votre ménage ?

12.2 De ce nombre, combien ont moins de 18 ans ?

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

1. Français

2. Anglais

3. Autre

12.4 Possédez-vous un ordinateur à votre domicile ?

1. Oui

2. Non

12.5 Avez-vous accès à Internet à votre domicile ou à votre travail ?

1. Oui

2. Non

12.6 Êtes-vous propriétaire ou locataire ?

1. Propriétaire

2. Locataire

3. Autre

LIEU DE RÉSIDENCE

(Si l'information n'est pas connue *a priori*.)

12.7 Quelles sont les trois premières lettres de votre code postal ?

L'OCCUPATION ET LE NIVEAU SOCIOÉCONOMIQUE

O C C U P A T I O N

VERSION A

12.8 Quel énoncé décrit le mieux votre occupation ?

1. Je travaille à temps plein

2. Je travaille à temps partiel

3. Je suis étudiant (passer à la question 12.12)

4. Je suis retraité (passer à la question 12.12)

5. Je tiens la maison

(passer à la question 12.12)

6. Je retire des prestations d'assurance emploi
(passer à la question 12.12)

7. Je retire des prestations de la Sécurité du revenu
(aide sociale)
(passer à la question 12.12)

8. Autre

VERSION B

12.9.1 Travaillez-vous à temps plein ou à temps partiel ?

1. Oui

2. Non

12.9.2 Étudiez-vous à temps plein ou à temps partiel ?

1. Oui

2. Non

SECTION 12**TRAITEMENT DES DONNÉES*****Analyses qui peuvent être effectuées***

Toute autre variable intégrée au questionnaire peut être croisée avec les variables de cette section (exemple : le sexe, l'âge, la région, la scolarité). Par exemple, on peut croiser le degré de satisfaction avec l'âge et le sexe et vérifier si l'insatisfaction est plus forte au sein de certains groupes. On peut croiser les dimensions « clarté du langage » et « simplicité des démarches » avec la scolarité et l'âge ou encore la dimension « accès » avec la région, afin de vérifier si certaines clientèles ont une perception différente de la qualité de la prestation de services.

SECTION 12

12.10 Dans quel type d'organisation travaillez-vous ?

1. Dans une entreprise privée
2. Dans le secteur parapublic (secteur de l'éducation, secteur de la santé et des services sociaux, société d'État)
3. Dans la fonction publique
4. Je suis travailleur autonome
5. Dans un organisme sans but lucratif
6. Autre

12.11 Quel type d'emploi occupez-vous ?

1. Mancœuvre, commis, employé de bureau
2. Technicien, travailleur spécialisé
3. Professionnel
4. Cadre
5. Propriétaire d'entreprise
6. Autre

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

1. Primaire
2. Secondaire (y compris la formation professionnelle)
3. Cégep (y compris la formation technique)
4. Universitaire (1^{er} cycle)
5. Universitaire (2^e ou 3^e cycle)

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

1. Aucun revenu
2. Moins de 20 000 \$
3. De 20 000 \$ à 39 999 \$
4. De 40 000 \$ à 59 999 \$
5. De 60 000 \$ à 79 999 \$
6. De 80 000 \$ à 119 999 \$
7. Plus de 120 000 \$

LES CARACTÉRISTIQUES DES PERSONNES**ÂGE****VERSION A**

12.14 Quelle est votre année de naissance ?

VERSION B

12.15 Dans quel groupe d'âge vous situez-vous ?

1. 18 à 24 ans
2. 25 à 34 ans
3. 35 à 44 ans
4. 45 à 54 ans
5. 55 à 64 ans
6. 65 à 74 ans
7. 75 ans ou plus

12.16 Avez-vous un handicap qui vous limite dans vos activités quotidiennes ?

1. Oui
2. Non

Si oui, est-ce une incapacité...

1. Auditif
2. Visuelle
3. Motrice
4. Autre

12.17 Noter le sexe du répondant

1 = masculin 2 = féminin

MOT DE REMERCIEMENT

Je vous remercie beaucoup de votre collaboration et je vous souhaite une bonne fin de journée (soirée) !

ANNEXE 1

GRILLE DE KISH

La sélection du répondant au sein du ménage est une étape très importante. Lorsque l'enquête est réalisée par téléphone, il est possible d'utiliser une procédure de sélection qui sera aléatoire, c'est-à-dire qui garantira que chaque membre du ménage aura la même chance d'être sélectionné. La procédure proposée ici est l'utilisation d'une grille de Kish.

Si la procédure de sélection n'est pas aléatoire, l'échantillon ne sera pas probabiliste et il sera impossible d'inférer les résultats à l'ensemble de la population. Il y a sélection non aléatoire lorsque, par exemple, l'interviewer réalise systématiquement l'entrevue avec la personne qui répond au téléphone. Dans de tels cas, s'il y a d'autres personnes dans le ménage, celles-ci n'ont pas la même probabilité d'être sélectionnées. Par exemple, dans un ménage, si un des conjoints répond systématiquement au téléphone même lorsque les deux sont présents, il aura plus de chance d'être sélectionné.

L'autosélection par le répondant est un autre problème qui peut survenir lors de la réalisation d'un sondage. Laisser les membres du ménage décider eux-mêmes qui répondra à l'enquête peut contribuer à biaiser les résultats du sondage car il est possible que les personnes qui se portent ainsi volontaires aient une opinion différente de celles qui préfèrent ne pas répondre au sondage.

La sélection par une grille de Kish permet d'éviter ce genre de problème. La sélection est effectuée par le logiciel qui gère l'entrevue. Si la personne sélectionnée est absente ou momentanément dans l'incapacité de répondre, l'interviewer doit alors rappeler plus tard ou prendre un rendez-vous.

La procédure est relativement simple : l'interviewer commence par demander combien il y a de personnes dans le ménage. Le logiciel sélectionne une des personnes et indique à l'interviewer qu'il doit réaliser l'entrevue soit avec la plus jeune, soit avec la plus âgée, ou encore avec la seconde plus jeune, etc. Les firmes de sondages sont familières avec ce type de procédure. Il suffit d'indiquer dans le devis d'appel d'offres que cette manière de faire est exigée.

Cette procédure se déroule en trois blocs. Ces trois blocs remplacent le texte 2 à la section 1.

BLOC 1

Bonjour (Bonsoir). Je m'appelle (nom de l'interviewer) de la firme [nom de la firme]. Nous effectuons une étude pour le [nom du ministère ou de l'organisme] sur les services rendus par le [nom du ministère ou de l'organisme].

S1 Combien de personnes de votre ménage sont âgées de [âge ciblé] ans ou plus ?

- Une
- Deux
- Trois
- Quatre
- Cinq
- Six et plus
- Aucune

SEL

Le programme de sélection informe l'interviewer de la personne sélectionnée (SEL) parmi toutes les personnes qui satisfont au critère de l'âge (ÂGE CIBLÉ). Si c'est la personne à qui l'interviewer parle, passer au bloc 3. Si non, passer à S2.

S2 Puis-je parler à « SEL » ?

- Si oui, continuer l'entrevue avec la personne sélectionnée et passer au **bloc 2**.
- Si non, prendre rendez-vous.

BLOC 2

Bonjour (Bonsoir). Je m'appelle (nom de l'interviewer) de la maison de sondage [nom de la maison de sondage]. Nous effectuons une étude pour le [nom du ministère ou de l'organisme] sur les services rendus par le [nom du ministère ou de l'organisme]. Passer au **bloc 3**.

BLOC 3

Votre opinion est très importante pour nous. Mais avant de commencer, j'aimerais vous dire que c'est une étude gouvernementale qui est réalisée dans le respect de la protection des renseignements personnels et que votre participation est volontaire. Il se pourrait que des personnes dûment autorisées écoutent notre conversation, comme mon superviseur ou le responsable du projet. Pouvons-nous commencer maintenant ?

- Si oui, passer à la section 2.
- Si non, tenter de prendre un rendez-vous.
- Si non (refus ferme), terminer l'entrevue et remercier la personne.

ANNEXE 2

EXEMPLE DE LETTRE À ENVOYER À LA CLIENTÈLE POUR LES INFORMER DU SONDAGE

Québec, (date)

OBJET : Étude sur la satisfaction des personnes qui font des démarches pour obtenir [nom du service]

Madame,
Monsieur,

Afin de mieux comprendre les besoins, les attentes et la satisfaction des citoyens, le [nom du ministère ou de l'organisme] entend réaliser une étude de satisfaction auprès des personnes qui ont fait des démarches pour obtenir un [nom du service].

Votre nom a été sélectionné au hasard parmi les personnes qui ont fait une démarche récemment pour obtenir [nom du service]. Au cours des prochaines semaines, il est probable que [NOM DE LA FIRME] communiquera avec vous par téléphone afin de connaître votre opinion sur la qualité du service que vous avez reçu. Tous les résultats sont anonymes et notre objectif est de connaître votre satisfaction et de savoir quels aspects des services peuvent être améliorés. Votre opinion est très importante et nous souhaitons pouvoir compter sur votre collaboration.

Je tiens à vous souligner que cette étude se fait en conformité avec les dispositions législatives qui garantissent la protection des renseignements personnels. Des mesures de sécurité strictes ont été prises pour assurer la confidentialité des renseignements et ces mesures font l'objet de clauses particulières dans le contrat avec [NOM DE LA FIRME]. De plus, nous vous assurons que les renseignements utilisés serviront uniquement à cette étude sur les besoins, les attentes et la satisfaction des citoyens à l'égard des services gouvernementaux.

En espérant que vous accepterez de collaborer à ce projet, je vous remercie de l'attention accordée à la présente et vous prie d'agréer, [Madame, Monsieur], l'expression de mes sentiments distingués.

SIGNATURE DE LA PERSONNE RESPONSABLE

ANNEXE 3

PROPRIÉTÉS PSYCHOMÉTRIQUES DES ÉNONCÉS ET DES DIMENSIONS OU VARIABLES

Cette annexe présente les indices de fidélité et de validité des énoncés, des dimensions ou des variables contenus dans l'Outil québécois de mesure, de même que des résultats expérimentaux obtenus lors de la réalisation du projet pilote¹. Les indices présentés peuvent être utiles à la sélection des énoncés, par exemple lorsqu'on doit choisir trois énoncés parmi cinq disponibles pour mesurer une dimension de la qualité ou toute autre variable. Dans une telle situation, il est souhaitable de choisir les énoncés qui possèdent le R² le plus élevé (ou l'erreur de mesure la plus faible).

Le coefficient de saturation est un coefficient calculé par l'analyse factorielle. Il mesure la force de l'association entre l'énoncé et la variable à laquelle il est associé (dimension de la qualité, satisfaction, image organisationnelle...). Le R² est égal au coefficient de saturation élevé au carré. Il représente la proportion de la variance de l'énoncé qui est associée à la variable que l'on cherche à mesurer. À l'inverse, l'erreur de mesure correspond à la proportion de la variance de l'énoncé qui n'est pas associée à la variable que l'on cherche à mesurer. Il faut donc choisir des énoncés qui minimisent l'erreur de mesure et qui maximisent le R². On considère comme acceptables des énoncés qui affichent un R² supérieur à 0,5. Le Rho de Joreskog est un indice de fidélité et il doit être supérieur à 0,7. Le Rho de validité convergente est un indice de validité et il doit être supérieur à 0,5. Pour plus de détails sur ces indices on peut consulter les documents suivants :

CENTRE D'EXPERTISE SUR LA PRESTATION DE SERVICES. *Rapport sur le développement et la validation du volet sectoriel de l'OQM*, ministère des relations avec les citoyens et de l'immigration, Québec, 2004

ROUSSEL et autres. *Méthodes d'équations structurelles : recherche et applications en gestion*, Économica, 2002.

1. Lors de la validation, l'échelle de Likert utilisée était de 1 à 7. Les résultats présentés ont été convertis sur une échelle de 0 à 10.

PROPRIÉTÉS PSYCHOMÉTRIQUES

	Indices de fidélité et de validité par énoncé et par dimension ou variable					Résultats expérimentaux obtenus lors des projets pilotes selon le type de services			
	Coefficient de saturation	R ²	Erreur de mesure	Rho de Joreskog >0,7	Rho de validité convergente >0,5	Démarche pour obtenir un permis ou un certificat	Démarche pour obtenir une aide financière	Démarche pour faire valoir ses droits	Moyenne de tous les types de services
Variables, dimensions et énoncés de l'OQM									
Image organisationnelle									
Confiance									
3.1 Je peux faire confiance au [nom du ministère ou de l'organisme] pour : [premier mandat, second mandat, etc.].	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
				0,89	0,67				
Efficacité									
3.2 Le [nom du ministère ou de l'organisme] réussit ce qu'il entreprend.	0,86	0,74	0,26			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.3 Le [nom du ministère ou de l'organisme] fait aboutir ses projets.	0,85	0,72	0,28			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.4 Le [nom du ministère ou de l'organisme] prend les décisions au bon moment.	0,79	0,62	0,38			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.5 Le [nom du ministère ou de l'organisme] rend les services qu'il s'engage à offrir.	0,77	0,59	0,41			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
Efficience				0,89	0,67				
3.6 Le [nom du ministère ou de l'organisme] gère les fonds publics sans gaspillage.	0,86	0,74	0,26			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.7 Le [nom du ministère ou de l'organisme] rend les services au meilleur coût.	0,85	0,72	0,28			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.8 Le [nom du ministère ou de l'organisme] utilise bien les ressources qu'il a à sa disposition.	0,79	0,62	0,38			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.9 Les services que l'on reçoit du [nom du ministère ou de l'organisme] valent les impôts que l'on paye.	0,77	0,59	0,41			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
Intégrité				0,89	0,67				
3.10 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel agit de façon honnête.	0,86	0,74	0,26			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.11 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel agit avec impartialité.	0,85	0,72	0,28			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.12 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel évite les situations de conflit d'intérêts.	0,79	0,62	0,38			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.13 Le [nom du ministère ou de l'organisme] s'assure que l'ensemble de son personnel agit pour défendre l'intérêt public.	0,77	0,59	0,41			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
Excellence				0,89	0,81				
3.14 Lorsqu'on le compare avec les autres ministères ou organismes, le [nom du ministère ou de l'organisme] est parmi les meilleurs.	0,81	0,66	0,34			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.
3.15 Dans l'ensemble, le [nom du ministère ou de l'organisme] fait un excellent travail.	0,98	0,96	0,04			S.O.	S.O.	S.O.	S.O.

Qualité perçue de la prestation de services

DIMENSIONS RELATIONNELLES

Apparence				0,89	0,72	(Moyenne sur une échelle de Likert ³ de 0 à 10)			
5.1 Le [nom du ministère ou de l'organisme] possède des équipements récents.	0,85	0,72	0,28			8,2	7,8	7,5	7,8
5.2 Les installations du [nom du ministère ou de l'organisme] sont attrayantes.	0,83	0,69	0,31			7,5	7,8	7,1	7,3
5.3 Le site Web du [nom du ministère ou de l'organisme] est attrayant.	n.d.	n.d.	n.d.			7,5	7,7	7,1	7,5
5.4 Les [documents, dépliants ou affiches] associés au service sont attrayants.	0,87	0,76	0,24			7,3	7,8	7,3	7,4
Fiabilité				0,90	0,63	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.5 L'information qui m'a été fournie était exacte.	0,81	0,66	0,34			9,5	9,1	7,4	8,8
5.6 Le service a été rendu sans erreurs.	0,82	0,67	0,33			9,3	8,7	7,1	8,6
5.7 Le [nom du ministère ou de l'organisme] a respecté ses engagements envers moi.	0,82	0,67	0,33			9,4	9,1	6,9	8,7
5.8 Le service m'a été rendu dans les délais convenus.	0,74	0,55	0,45			8,7	8,7	7,0	8,2
5.9 J'ai trouvé que les employés avec qui j'ai fait affaire (qui ont traité mon dossier) avaient les connaissances nécessaires pour répondre à mes questions.	0,79	0,62	0,38			9,1	8,5	7,7	8,3

PROPRIÉTÉS PSYCHOMÉTRIQUES

	Indices de fidélité et de validité par énoncé et par dimension ou variable					Résultats expérimentaux obtenus lors des projets pilotes selon le type de services			
	Coefficient de saturation	R ²	Erreur de mesure	Rho de Joreskog > 0,7	Rho de validité convergente > 0,5	Démarche pour obtenir un permis ou un certificat	Démarche pour obtenir une aide financière	Démarche pour faire valoir ses droits	Moyenne de tous les types de services
Variables, dimensions et énoncés de l'OQM		Qualité perçue de la prestation de services (suite)							
Empressement				0,92	0,66	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.10 Les employés étaient disposés à m'aider.	0,86	0,74	0,26			9,0	8,7	7,6	8,2
5.11 Les employés n'ont pas hésité à faire les premiers pas pour me venir en aide.	0,75	0,56	0,44			8,5	7,3	6,2	7,0
5.12 On m'a rendu un service rapide.	0,78	0,61	0,39			8,2	8,2	6,5	7,7
5.13 On m'a fourni les explications dont j'avais besoin.	0,87	0,76	0,24			s.o.	8,6	7,0	7,7
5.14 Les employés étaient disponibles pour servir la clientèle.	0,80	0,64	0,36			9,0	8,3	7,8	8,2
5.15 Quand j'ai eu un problème, le [nom du ministère ou de l'organisme] a tout fait pour le résoudre.	0,80	0,64	0,36			8,3	7,8	5,8	7,4
Empathie				0,91	0,71	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.16 On m'a accordé une attention personnelle.	0,90	0,81	0,19			8,4	7,8	7,0	7,6
5.17 Le [nom du ministère ou de l'organisme] a compris mes besoins.	0,89	0,79	0,21			9,0	8,1	7,1	7,8
5.18 On a pris le temps de m'expliquer les raisons de la décision au sujet de ma demande.	0,77	0,59	0,41			8,4	7,3	6,5	7,2
5.19 On m'a permis d'exprimer mon point de vue.	0,80	0,64	0,36			8,5	7,4	7,5	7,7
DIMENSIONS FONDAMENTALES									
Justice				0,96	0,85	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.20 J'ai été traité de manière équitable.	0,98	0,96	0,04			9,5	9,0	7,0	8,7
5.21 J'ai été traité sans favoritisme.	0,91	0,83	0,17			9,6	9,3	8,0	9,1
5.22 J'ai été servi de manière juste.	0,98	0,96	0,04			9,5	9,1	6,9	8,7
5.23 Je suis persuadé que les décisions rendues étaient fondées sur les lois et les règlements en vigueur.	0,88	0,77	0,23			s.o.	9,1	6,3	8,1
5.24 J'ai été traité sans discrimination.	0,84	0,71	0,29			9,6	9,4	8,0	9,1
Confidentialité				0,96	0,90	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.25 On a traité ma demande avec discréction.	0,96	0,92	0,08			9,3	9,2	8,6	9,1
5.26 Je suis persuadé que les renseignements personnels que j'ai donnés au [nom du ministère ou de l'organisme] sont traités de manière confidentielle.	0,95	0,90	0,10			8,9	8,8	8,4	8,8
5.27 Je suis persuadé que le [nom du ministère ou de l'organisme] utilise les renseignements personnels que je lui ai donnés uniquement dans le but prévu.	0,93	0,86	0,14			9,0	8,7	8,4	8,7
Respect				0,97	0,92	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.28 Les employés ont été polis avec moi.	0,95	0,90	0,10			9,4	8,9	8,7	9,0
5.29 Les employés m'ont traité avec dignité.	0,97	0,94	0,06			9,4	9,1	8,5	8,9
5.30 On m'a traité avec respect.	0,96	0,92	0,08			9,4	9,1	8,4	8,8
Accessibilité				0,92	0,66	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.31 J'ai trouvé que les bureaux du [nom du ministère ou de l'organisme] étaient facilement accessibles.	0,95	0,90	0,10			8,5	8,5	7,9	8,2
5.32 J'ai trouvé facile d'accéder au site Web du [nom du ministère ou de l'organisme].	0,95	0,90	0,10			8,0	8,3	7,7	8,1
5.33 J'ai trouvé facile de joindre un préposé du service téléphonique.	0,99	0,98	0,02			8	6,8	7,5	7,5
5.34 J'ai trouvé facile de joindre une personne en mesure de fournir le service.	0,76	0,58	0,42			8,4	7,5	7,3	7,7
5.35 J'ai trouvé facilement ce que je cherchais dans le site Web du [nom du ministère ou de l'organisme].	0,76	0,58	0,42			8,2	7,9	7,1	7,9
Clarté du langage				0,87	0,77	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.36 L'information obtenue était facile à comprendre.	0,89	0,79	0,21			9,3	8,4	8,3	8,8
5.37 La décision du [nom du ministère ou de l'organisme] au sujet de ma demande était facile à comprendre.	0,87	0,76	0,24			s.o.	8,6	7,9	8,3
Simplicité des démarches				0,87	0,69	(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
5.38 Les démarches pour obtenir le [nom du service] étaient faciles à effectuer.	0,91	0,83	0,17			9,2	8,5	8,0	8,7
5.39 Les formulaires étaient faciles à remplir.	0,85	0,72	0,28			9,3	8,5	8,4	9,0
5.40 Il y avait un trop grand nombre de démarches pour obtenir le service.	0,72	0,52	0,48			8,9	7,7	7,1	8,1

PROPRIÉTÉS PSYCHOMÉTRIQUES

	Indices de fidélité et de validité par énoncé et par dimension ou variable					Résultats expérimentaux obtenus lors des projets pilotes selon le type de services			
	Coefficient de saturation	R ²	Erreur de mesure	Rho de Joreskog > 0,7	Rho de validité convergente > 0,5	Démarche pour obtenir un permis ou un certificat	Démarche pour obtenir une aide financière	Démarche pour faire valoir ses droits	Moyenne de tous les types de services
Variables, dimensions et énoncés de l'OQM									
Coût, satisfaction, conséquences									
Coût						(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
6.1 Le prix pour obtenir le [nom du service] est raisonnable.	0,87	0,76	0,24			7,8	s.o.	6,3	7,5
6.2 Le service vaut le prix exigé.	0,99	0,98	0,02			7,6	s.o.	5,9	7,3
Satisfaction						(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
8.1 Dans l'ensemble, à quel point vous avez été satisfait du service ? (échelle de satisfaction ⁴).	0,84	0,71	0,29			8,7	8,2	6,1	7,9
8.2 Le service répond à mes besoins personnels.	0,83	0,69	0,31			9,3	8,1	6,0	8,2
8.3 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service agréable.	0,89	0,79	0,21			8,8	8,2	6,2	7,9
8.4 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service positive.	0,91	0,83	0,17			8,9	8,4	6,2	8,0
8.5 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service déplaisante.	0,80	0,64	0,36			9,3	8,7	6,9	8,5
8.6 Dans l'ensemble, j'ai trouvé l'expérience de service pénible.	0,77	0,59	0,41			9,4	9,0	6,9	8,6
Conséquences (réponses sur une échelle Oui - Non)						(Pourcentage de répondants ayant dit OUI)			
9.1 Avez-vous adressé une plainte au [nom du ministère ou de l'organisme] pendant ou après le traitement de votre demande ?	0,78	0,61	0,39			1 %	2 %	s.o.	1 %
9.2 Avez-vous demandé une révision de la décision prise par le [nom du ministère ou de l'organisme] ?	0,77	0,59	0,41			s.o.	6 %	17 %	10 %
9.3 Avez-vous parlé de façon négative du [nom du ministère ou de l'organisme] aux gens de votre entourage ?	0,87	0,76	0,24			3 %	10 %	29 %	12 %
9.4 Avez-vous laissé voir aux employés du [nom du ministère ou de l'organisme] votre degré de satisfaction ou d'insatisfaction ?	s.o.	s.o.	s.o.			s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
9.5 Conseilleriez-vous à votre famille ou à vos amis de ne pas utiliser ce service s'ils peuvent s'en passer ?	0,68	0,46	0,54			6 %	13 %	19 %	11 %
9.6 Avez-vous eu envie de vous plaindre du service que vous avez reçu du [nom du ministère ou de l'organisme] ?	0,88	0,77	0,23			4 %	8 %	29 %	12 %
9.7 La prochaine fois que vous aurez affaire au [nom du ministère ou de l'organisme] pensez-vous que vous aurez une attitude positive ?	0,86	0,74	0,26			96 %	96 %	78 %	91 %

Prestation électronique de services

Aisance technologique						(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
11.1 Je me sens mal à l'aise avec les produits technologiques.	0,84	0,71	0,29			7,5	6,9	6,5	7,2
11.2 Je peux dire que je n'ai pas de difficulté à assimiler les fonctions des produits technologiques que j'utilise.	0,79	0,62	0,38			7,5	7,2	7,0	7,3
11.3 Je me sens incapable de faire fonctionner un appareil dont la technologie semble complexe.	0,90	0,81	0,19			7,7	7,3	7,3	7,5
11.4 Je n'aime pas me trouver dans des situations où je dois utiliser un produit technologique.	0,91	0,83	0,17			7,6	7,0	6,8	7,3
Habileté à utiliser Internet						(Moyenne sur une échelle de Likert de 0 à 10)			
11.5 Habileté à utiliser Internet.	0,98	0,96	0,04			6,5	6,8	5,8	6,4
11.6 Habileté à utiliser les techniques de recherche sur le Web.	0,99	0,98	0,02			6,4	6,9	5,6	6,3
11.7 Habileté à aider les autres personnes qui ont des problèmes lorsqu'elles utilisent Internet.	0,95	0,90	0,10			5,8	6,2	5,0	5,7
11.8 Habileté à trouver ce que vous cherchez.	0,98	0,96	0,04			6,4	6,8	5,6	6,3

PROPRIÉTÉS PSYCHOMÉTRIQUES

	Indices de fidélité et de validité par énoncé et par dimension ou variable					Résultats expérimentaux obtenus lors des projets pilotes selon le type de services			
	Coefficient de saturation	R ²	Erreur de mesure	Rho de Joreskog > 0,7	Rho de validité convergente > 0,5	Démarche pour obtenir un permis ou un certificat	Démarche pour obtenir une aide financière	Démarche pour faire valoir ses droits	Moyenne de tous les types de services
Prestation électronique de services (suite)									
Qualité anticipée du service rendu par Internet									
DIMENSIONS RELATIONNELLES									
11.9 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à rendre le service sans erreurs.	0,79	0,62	0,38			7,1	6,6	6,2	6,8
11.10 Le délai pour obtenir le service.	0,72	0,52	0,48			7,9	7,9	6,9	7,6
11.11 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à aider la clientèle lors de l'utilisation du service.	0,83	0,69	0,31			7,2	6,9	6,3	6,9
11.12 La capacité du [nom du ministère ou de l'organisme] à rendre un service personnalisé.	0,79	0,62	0,38			6,5	6,1	5,5	6,1
11.13 La possibilité d'exprimer vos besoins.	0,78	0,61	0,39			6,7	5,9	5,8	6,3
DIMENSIONS FONDAMENTALES									
11.14 L'équité dans le traitement de votre demande.	0,85	0,72	0,28			7,2	6,7	5,9	6,8
11.15 La protection de la vie privée ou des renseignements personnels.	0,77	0,59	0,41			5,7	5,8	5,0	5,5
11.16 Le sentiment d'être respecté.	0,82	0,67	0,33			6,6	6,4	5,9	6,4
DIMENSIONS PROCÉDURALES									
11.17 L'accessibilité du service.	0,85	0,72	0,28			8,1	8,0	7,1	7,8
11.18 La facilité à comprendre l'information.	0,91	0,83	0,17			7,5	7,0	6,7	7,2
11.19 La facilité à faire les démarches pour obtenir le service.	0,94	0,88	0,12			7,6	7,3	6,7	7,3

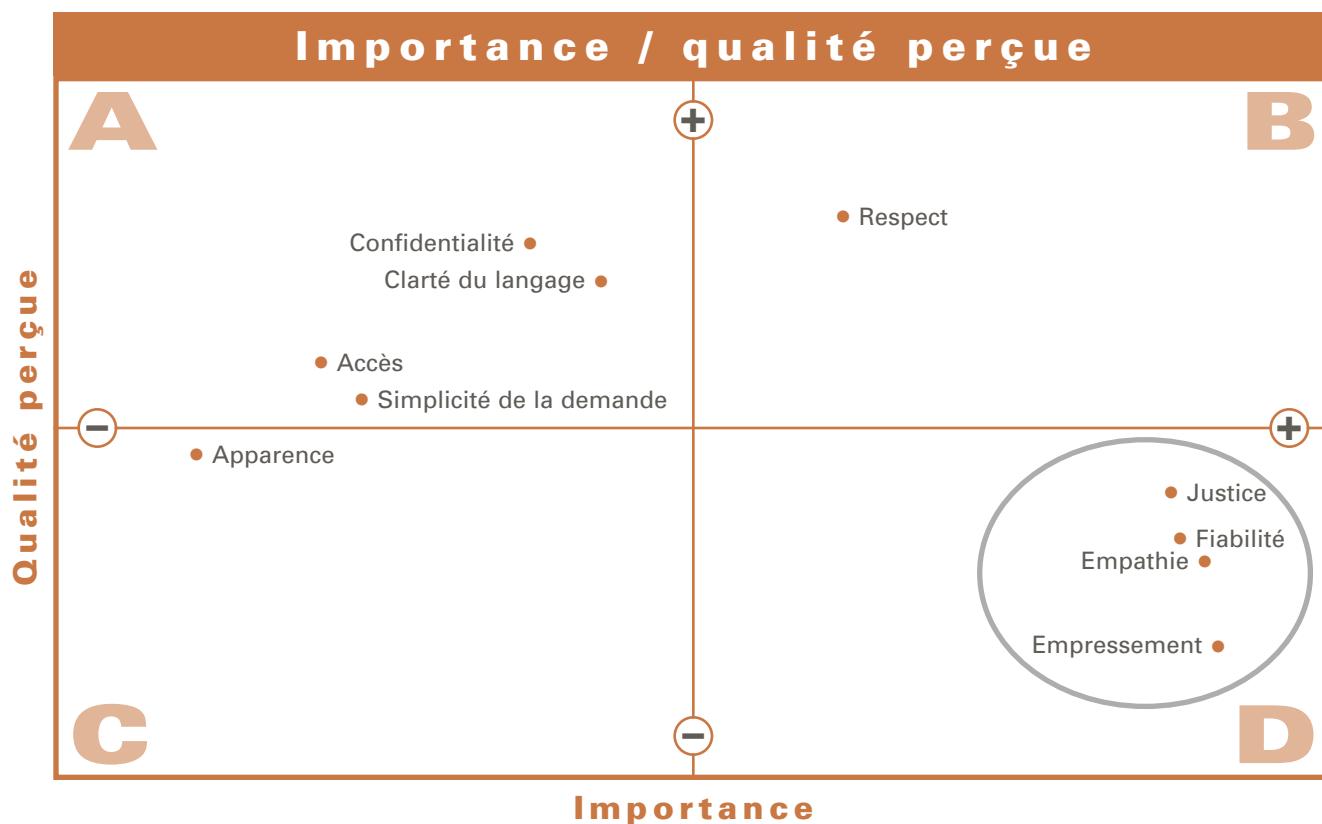
n.d. : Non disponible, nombre insuffisant d'observations.

s.o. : Sans objet.

- (1) Les énoncés sur la confiance ont été testés dans le contexte de politiques publiques spécifiques. Les indices de validité sont pertinents seulement pour le contexte dans lequel ils ont été évalués.
- (2) Les énoncés sur l'image organisationnelle ont été évalués dans un contexte gouvernemental sans qu'il y ait de relation avec un type de services. Il serait inapproprié de présenter les résultats dans un tableau où figurent d'autres résultats liés directement à des expériences de service.
- (3) Échelle mesurant le niveau d'accord, où 0 signifie « tout à fait en désaccord » et 10 « tout à fait en accord ».
- (4) Échelle mesurant la satisfaction, où 0 signifie « tout à fait insatisfait » et 10 « tout à fait satisfait ».
- (5) Échelle mesurant l'effet d'Internet sur la qualité de service, où 0 signifie « fortement détérioré », 5 « ne changerait rien » et 10 signifie « fortement amélioré ».

ANNEXE 4

EXEMPLE DE MATRICE



La matrice « importance - qualité perçue » permet d'établir les dimensions de la qualité pour lesquelles il peut être recommandé d'agir afin d'améliorer ou de consolider le niveau de satisfaction de la clientèle.

En abscisse (l'axe des x), on retrouve la variable « importance » qui mesure l'importance que la clientèle accorde à chaque dimension (voir section 7). Les dimensions situées dans la partie droite de la matrice (quadrants B et D) sont des dimensions plus importantes que la moyenne. En ordonnée (l'axe des y), on retrouve la variable « qualité perçue » qui mesure la qualité perçue de chaque dimension (voir section 5). Les dimensions situées dans la partie supérieure de la matrice (quadrants A et B) sont des dimensions pour lesquelles la qualité perçue est plus élevée que la moyenne.

Le **quadrant D** présente les dimensions à analyser en **priorité** pour lesquelles il peut être pertinent de poser des gestes visant à **améliorer** la qualité de la prestation de services. Ces dimensions sont parmi les plus importantes pour la clientèle, mais elles sont aussi parmi les dimensions qui présentent un niveau moins élevé de qualité perçue.

Le **quadrant B** présente les dimensions pour lesquelles on doit maintenir et **consolider** la qualité de la prestation de services. Ces dimensions sont parmi les plus importantes pour la clientèle et elles sont parmi les dimensions qui présentent un niveau élevé de qualité perçue.

Le **quadrant A** présente les dimensions pour lesquelles on peut **maintenir** la qualité de la prestation de services sans toutefois poser des actions particulières compte tenu que ces dimensions sont perçues comme moins importantes que les autres. S'investir sur ces aspects du service pour accroître le niveau de qualité ne présente pas d'avantages sur le plan de la satisfaction de la clientèle.

Le **quadrant C** présente les dimensions pour lesquelles la qualité perçue est moins élevée, mais ces dimensions sont parmi les moins importantes. Le choix d'investir davantage sur ces aspects du service nécessite une analyse des effets sur la satisfaction de la clientèle.

ANNEXE 5

ÉVALUATION DE LA DURÉE DES ENTREVUES

Le tableau ci-dessous peut être utilisé pour évaluer la durée moyenne des entrevues faites à l'aide d'un questionnaire conçu avec l'Outil québécois de mesure. Pour évaluer approximativement la durée d'une entrevue, il faut indiquer, pour chaque section, le nombre d'énoncés sélectionnés. L'évaluation de la durée présentée dans ce tableau est basée en partie sur la durée réelle moyenne obtenue lors du projet pilote 2004 et en partie sur une évaluation subjective lorsque, pour certaines sections, l'information sur la durée réelle n'est pas disponible.

Il est à noter que la section 4, Démarches pour obtenir le service, présente uniquement la durée moyenne pour la version 2 du questionnaire (voir Guide d'utilisation). La version 1 est nettement plus courte. Si on utilise la version 1, il faut réduire d'environ 45 secondes l'évaluation de la durée pour cette section. Dans l'exemple présenté ci-dessous, la durée moyenne d'entrevue devrait être de 9 à 10 minutes, environ.

Évaluation de la durée moyenne des entrevues pour un questionnaire conçu avec l'Outil québécois de mesure

Section de l'OQM	Numéros des questions ou des énoncés	Nombre d'énoncés retenus	Durée par section ou par énoncé	Durée totale en secondes variant...	
				de	à
Section 1 - L'introduction et la sélection du répondant	Texte 1 ou Texte 2	s.o.	Environ 90 secondes	90	90
Section 2 - L'identification du service	Q2.1 à Q2.4	0	De 10 à 12 secondes par énoncé	0	0
Section 3 - L'image organisationnelle	Q3.1 à Q3.15	0	De 10 à 12 secondes par énoncé*	0	0
Section 4 - Les démarches pour obtenir le service (démarches, version 2)	Q4.5.1 à Q4.10 seulement	s.o.	Environ 105 secondes*	105	105
Section 5 - La qualité perçue de la prestation de services	Q5.1 à Q5.40	30	De 8 à 10 secondes par énoncé*	240	300
Section 6 - Les résultats et les coûts	Q6.1 à Q6.4	3	10 secondes par énoncé*	30	30
Section 7 - L'importance des dimensions de la qualité	Q7.1 à Q7.10	0	De 8 à 10 secondes par énoncé	0	0
Section 8 - La satisfaction globale	Q8.1 à Q8.6	4	De 8 à 10 secondes par énoncé*	32	40
Section 9 - Les conséquences	Q9.1 à Q9.7	0	De 7 à 8 secondes par énoncé*	0	0
Section 10 - Les normes de service	Q10.1 à Q10.9	0	10 secondes par énoncé	0	0
Section 11 - La prestation électronique de services	Q11.1 à Q11.19	0	De 8 à 10 secondes par énoncé	0	0
Section 12 - Les caractéristiques sociodémographiques	Q12.1 à Q12.16	6	10 secondes par énoncé	60	60
			Durée totale en secondes	557	625
			Durée totale en minutes	9,3	10,4
s.o. : sans objet					

* Durée observée lors du projet pilote. Les évaluations de la durée non marquées d'un astérisque sont des évaluations subjectives.

ANNEXE 6

LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Tous les organismes publics assujettis à l'application de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels¹ (Loi sur l'accès) sont soumis à certaines obligations en matière de réalisation de sondages.

Ces obligations s'appliquent dans les situations suivantes :

- un organisme public (mandant) communique des renseignements personnels à une personne ou un organisme (mandataire) dans le cadre d'un mandat visant la réalisation d'un sondage;
- des renseignements personnels sont colligés par le mandataire ou par un organisme public dans le cadre de la réalisation d'un sondage;
- un organisme public utilise des renseignements personnels qu'il a déjà colligés pour réaliser un sondage auprès de sa clientèle.

La Commission d'accès à l'information (CAI), dans l'exercice de ses pouvoirs, a déterminé les exigences minimales que doivent respecter les organismes publics et, le cas échéant, leurs mandataires avant, pendant et après la réalisation d'un sondage. Les lignes de conduite de la Loi sur l'accès en matière de réalisation de sondage regroupent les thèmes suivants :

- les questions à évaluer avant de décider de communiquer des renseignements personnels à un mandataire pour la réalisation d'un sondage;
- le contenu du mandat de réalisation d'un sondage;
- les règles à respecter au moment de la réalisation du sondage;
- les obligations de l'organisme public au terme de la réalisation du sondage;
- l'établissement de directives par les organismes publics;
- le rôle du responsable de la protection des renseignements personnels.

La personne responsable du projet de sondage doit communiquer avec la personne désignée responsable de l'application de la Loi sur l'accès de son organisation dès l'amorce du projet, afin de connaître les mécanismes déjà mis en place pour se conformer à ces obligations.

Elle peut consulter le document officiel de la CAI, les *Exigences minimales relatives à la protection des renseignements personnels lors de sondages réalisés par un organisme public ou son mandataire*, Juin 1999, à l'adresse Internet : [http://www.cai.gouv.qc.ca/06_documentation/01_pdf/sondages.pdf]

1. L.R.Q., chapitre A-2.1.