

---

**Rapport final  
SONDAGE SUR LA  
SATISFACTION  
DE LA CLIENTÈLE 2005**

***Préparé pour  
Anciens Combattants Canada***

POR 354-04 # DU CONTRAT: cy022.51019-047026

***Septembre 2005***

---

**LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +**

206, avenue des Pins Est - Montréal (Québec) H2W 1P1

Tél. : (514) 844-1127 - Fax : (514) 288-3194

Courriel : [info@createc.ca](mailto:info@createc.ca) / Site Web : [www.createc.ca](http://www.createc.ca)

# TABLE DES MATIÈRES

<b>1. SOMMAIRE</b>	<b>1</b>
<b>2. CONTEXTE ET OBJECTIFS</b>	<b>23</b>
<b>3. MÉTHODOLOGIE</b>	<b>25</b>
3.1 Approche	25
3.2 Clients sondés	25
3.3 Plan et taille d'échantillon	26
3.4 Qualification des répondants	27
3.5 Questionnaire	27
3.6 Taux de réponse	28
3.7 Marge d'erreur	28
3.8 Traitement des données	28
3.9 Analyse des quadrants et des écarts de satisfaction	30
3.10 Importance inférée des déterminants de satisfaction	31
<b>4. RÉSULTATS DÉTAILLÉS</b>	<b>32</b>
4.1 Profil de la clientèle	33
4.2 Types de contact avec ACC	38
4.3 Moyens préférés pour contacter ACC	45
4.4 Sources d'information préférées sur les programmes et services d'ACC	48
4.5 Les clients et l'Internet	51
4.6 Déterminants de la satisfaction à l'égard de l'accès aux services	57
4.7 Déterminants de la satisfaction à l'égard des communications	66
4.8 Déterminants de la satisfaction à l'égard du service offert par le personnel	73
4.9 Déterminants de la satisfaction à l'égard du service offert par le personnel de la ligne sans frais du RNCA	79
4.10 Déterminants de la satisfaction à l'égard d'ACC en ligne	84
4.11 Activités de commémoration et programme « Le Canada se souvient »	89
4.12 Niveaux généraux de satisfaction	92
4.13 Priorités d'amélioration du service	101

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Profil de l'échantillon	36
Tableau 2a	Types de contact avec ACC – Six derniers mois –	41
Tableau 2b	Types de contact avec ACC – Six derniers mois –	43
Tableau 3a	Moyens préférés le plus et le moins pour contacter ACC	46
Tableau 3b	Moyens préférés le plus et le moins pour contacter ACC – Comparaison avec 2001 –	47
Tableau 4a	Sources d'information préférées et les moins aimées sur les programmes et services	49
Tableau 4b	Sources d'information préférées et les moins aimées sur les programmes et services – Comparaison avec 2001 –	50
Tableau 5a	Les clients et l'Internet	53
Tableau 5b	Les clients et l'Internet – Comparaison avec 2001 –	55
Tableau 6a	Déterminants de la satisfaction à l'égard de l'accès aux services : importance perçue et cotes de satisfaction	61

Tableau 6b	Analyse du déficit des déterminants de la satisfaction à l'égard de l'accès aux services . . . . .	63
Tableau 6c	Déterminants de la satisfaction à l'égard de l'accès aux services : importance perçue et cotes de satisfaction – Comparaison à 2001 – . . . . .	64
Tableau 7a	Déterminants de la satisfaction à l'égard des communications : importance perçue et cotes de satisfaction . . . . .	70
Tableau 7b	Analyse du déficit des déterminants de la satisfaction à l'égard des communications . . . . .	71
Tableau 7c	Déterminants de la satisfaction à l'égard des communications : importance perçue et cotes de satisfaction – Comparaison à 2001 – . . . . .	72
Tableau 8a	Déterminants de la satisfaction à l'égard du service offert par le personnel : importance perçue et cotes de satisfaction . . . . .	76
Tableau 8b	Analyse du déficit des déterminants de la satisfaction à l'égard du service offert par le personnel . . . . .	77
Tableau 8c	Déterminants de la satisfaction à l'égard du service offert par le personnel : importance perçue et cotes de satisfaction – Comparaison à 2001 – . . . . .	78
Tableau 9a	Déterminants de la satisfaction à l'égard du personnel de la ligne sans frais : importance perçue et cotes de satisfaction . . . . .	82
Tableau 9b	Analyse du déficit des déterminants de la satisfaction à l'égard du personnel de la ligne sans frais . . . . .	83
Tableau 10a	Déterminants de la satisfaction à l'égard d'ACC en ligne : cotes de satisfaction . . . . .	86
Tableau 10b	Déterminants de la satisfaction à l'égard d'ACC en ligne : cotes de satisfaction – Comparaison avec 2001 – . . . . .	87
Tableau 10c	Intérêt envers et importance perçue d'aspects du service relatifs au site Internet d'ACC . . . . .	88
Tableau 11a	Activités de commémoration et programme « Le Canada se souvient » : niveau global de satisfaction et notes d'importance . . . . .	90
Tableau 11b	Déterminants de la satisfaction à l'égard des activités de commémoration et du programme « Le Canada se souvient » : satisfaction et notes d'importance – Comparaison avec 2003 – . . . . .	91
Tableau 12a	Niveaux généraux de satisfaction . . . . .	97
Tableau 12b	Niveaux généraux de satisfaction – Comparaison avec 2001 – . . . . .	99
Tableau 13a	Priorités d'amélioration du service en 2001 . . . . .	103
Tableau 13b	Priorités d'amélioration du service en 2003 . . . . .	103
Tableau 14a	Récapitulatif des cotes de satisfaction, des notes d'importance moyennes et des écarts de satisfaction . . . . .	104
Tableau 14b	Récapitulatif des cotes de satisfaction, des notes d'importance moyennes et des écarts de satisfaction – Comparaison avec 2001 – . . . . .	105
Tableau 15	Contenu des quadrants de la matrice satisfaction-importance . . . . .	108

**ANNEXE 1 - SOMMAIRE DES NOTES PAR TYPE DE CLIENT . . . . . 111**

**ANNEXE 2 - IMPORTANCE (PERÇUE ET INFÉRÉE) PAR TYPE DE CLIENTS . . . . . 136**

**ANNEXE 3 - QUESTIONNAIRE SUR LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE . . . . . 157**

# 1. SOMMAIRE

## 1. Contexte et méthodologie

Le sondage national sur la satisfaction de la clientèle d'Anciens Combattants Canada (ACC) s'inscrit dans la démarche de mise en oeuvre de l'Initiative d'amélioration des services, approuvée par le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT) en mai 1999.

ACC a été l'un des premiers ministères et agences fédéraux à utiliser l'outil de mesures communes pour sonder la satisfaction de ses clients. Dès juin 2001, ACC a mandaté Créatec + pour réaliser un sondage de référence (baseline), qui a produit les résultats suivants :

### Faits saillants des sondages nationaux antérieurs sur la satisfaction de la clientèle

- ▶ Réalisés en 2001 auprès de 1 204 répondants et en 2003 auprès de 1 447 répondants répartis également parmi trois groupes de clients externes.
- ▶ Une très forte majorité (85 p. cent en 2001 et 87 p. cent en 2003) s'étaient dits satisfaits d'ACC.
- ▶ Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes étaient les répondants les moins satisfaits des services d'ACC (72 p. cent en 2001 suivi d'une amélioration à 80 p. cent en 2003).

Le sondage de référence de 2001 sert de base pour mesurer d'éventuelles améliorations.

### Marge d'erreur

Le sondage de 2005, comme tous les sondages, est sujet à une marge d'erreur. Dans le cas présent, l'échantillon de 1 604 répondants nous assure une marge due à l'échantillonnage qui ne dépasse pas 2,4 points de pourcentage en plus ou en moins des pourcentages rapportés sur le total des répondants, 19 fois sur 20.

Une plus grande marge d'erreur s'applique aux résultats de chacun des trois groupes de clients de l'échantillon lorsque pris isolément (+/- 4,9 p. cent pour chaque groupe de clients pris individuellement).

D'autres sources d'erreur, impossibles à chiffrer, proviennent de clients qui ont choisi de ne pas participer au sondage ou de clients qui n'ont pu être rejoints par téléphone durant la période de collecte.

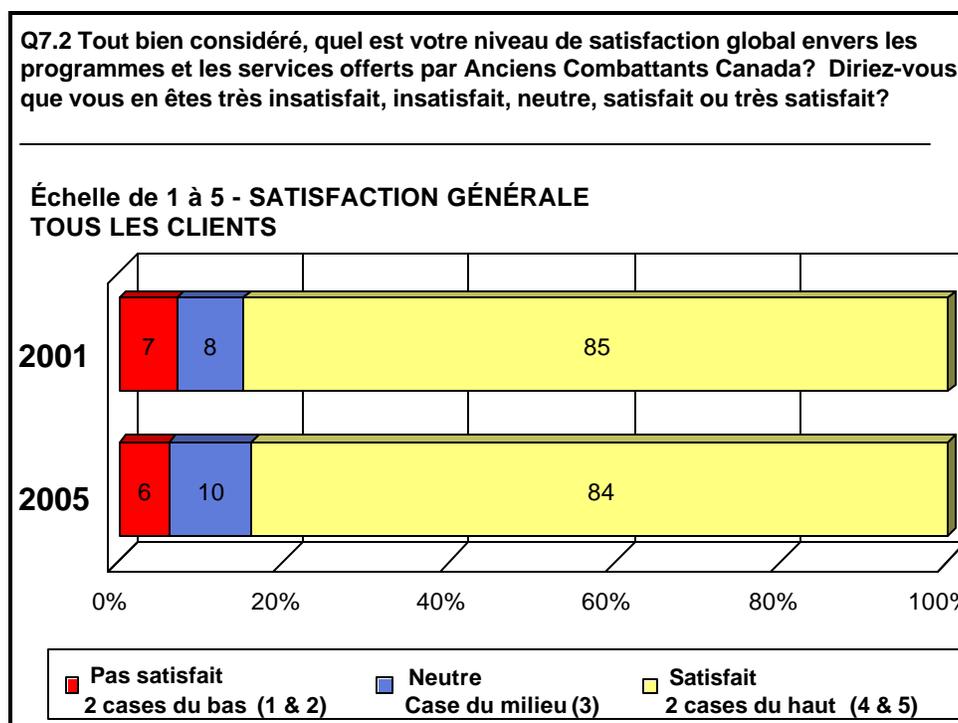
## 2. Niveau de satisfaction général

En ce qui concerne l'Initiative d'amélioration des services, le SCT a fixé, pour l'ensemble du gouvernement, un objectif sur cinq ans d'au moins 10 p. cent d'amélioration du niveau de satisfaction de la clientèle à l'égard de tous les services ayant un contact direct avec le public.

Cette année, le niveau de satisfaction général à l'égard des services offerts par ACC s'est élevé à 84 p. cent des clients, soit 88 p. cent d'anciens combattants du service de guerre qui se sont dits satisfaits, 84 p. cent de survivants, 83 p. cent de membres actifs et retraités de la GRC et 77 p. cent d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes.

- ▶ Le niveau de satisfaction général est demeuré statistiquement inchangé par rapport à 2001 pour l'ensemble des clients (-1 point) mais il s'est amélioré pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (77 p. cent comparativement à 72 p. cent en 2001).
- ▶ Bien que le niveau de satisfaction soit comparable à ce qu'il était en 2001, il est en baisse par rapport à 2003 (87 p. cent);
- ▶ Les répondants avaient une impression positive quant à l'évolution de la qualité du service offert par ACC au cours des 12 derniers mois (31 p. cent croyaient qu'elle s'est améliorée) et en comparaison du service offert par les autres ministères du gouvernement (55 p. cent l'ont noté meilleur contre 3 p. cent qui l'ont noté moins bon).
  - Dans les deux cas, il s'agit d'une amélioration par rapport aux impressions relevées en 2001;
  - Bien que les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (et dans une moindre mesure les membres actifs et retraités de la GRC) ont jugé plus sévèrement la plupart des aspects du service offert par ACC, ils partageaient la vision très positive des anciens combattants du service de guerre et des survivants.

**FIGURE #1**



### 3. Progrès accomplis

Les résultats de ce troisième sondage national laissent croire qu'en dépit des efforts bien ciblés d'ACC pour améliorer son service, les niveaux de satisfaction sont légèrement plus faibles qu'en 2003, résultat d'une base de clients en évolution, avec des besoins et des attentes différents.

- ▶ Le niveau global de satisfaction est demeuré le même qu'en 2001 (-1 point, statistiquement identique à 2001 mais en baisse significative de 3 points par rapport à 2003).
  - Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes étaient significativement plus satisfaits globalement qu'en 2001, moment où ils avaient été ciblés comme une priorité d'amélioration.
  - Plus de clients qu'en 2001 considéraient que les programmes et services d'ACC répondaient à leurs besoins.
  - Significativement plus de clients qu'en 2001 et qu'en 2003 considéraient que la qualité du service offert par ACC s'était améliorée au cours de l'année précédente.
  - Significativement plus de clients qu'en 2001 (inchangé par rapport à 2003) considéraient que le service d'ACC était meilleur que celui d'autres ministères.
  - Cependant, la satisfaction envers l'accès aux services a continué de baisser (significativement par rapport à 2001).
    - La satisfaction envers les déterminants de communication a légèrement diminué.
    - La satisfaction envers les déterminants du service offert par le personnel est demeurée stable.
  - Il semble donc que l'accès aux services plus que le service lui-même atténue les résultats par ailleurs très positifs.
- ▶ Il importe aussi de noter que par rapport à 2001, le profil de la clientèle s'est modifié de plusieurs façons qui ont toutes un impact négatif sur le niveau de satisfaction globale.
  - La base de clients comprend une plus forte proportion d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes (25 p. cent comparativement à 18 p. cent en 2001 et à 25 p. cent en 2003) qui forment le groupe de clients les moins satisfaits, ce qui entraîne à la baisse les cotes moyennes de satisfaction.
  - Les membres actifs et retraités de la GRC, qui ont tendance à être moins satisfaits que les survivants et les anciens combattants du service de guerre, ont été sondés pour la première fois lors du sondage de 2005, ce qui cause une (légère) pression négative additionnelle sur les cotes de satisfaction.
  - Davantage de clients étaient plus âgés (85 ans ou plus), ce qui a eu pour impact d'augmenter le nombre de répondants par procuration (épouse, enfant, etc.). Comme les répondants par procuration ont tendance à être plus sévères envers la qualité du service offert par ACC, cela a aussi eu un impact à la baisse sur les cotes de satisfaction.

- Finalement, plus de clients se sont vu refuser une demande de programme ou de service cette année qu'en 2001 ou qu'en 2003. Nous avons noté un lien direct entre les refus de demandes et le niveau de satisfaction.

En bout de ligne, si nous avons pondéré tous ces facteurs pour obtenir un profil de clientèle comparable à celui de 2001, le niveau de satisfaction global aurait été de 86 p. cent, ce qui est supérieur (mais pas du point de vue statistique) à ce qu'il était en 2001 (85 p. cent).

Le tableau suivant présente l'évolution des cotes de satisfaction clés par rapport aux résultats de 2001.

### ÉVOLUTION DES NIVEAUX DE SATISFACTION DEPUIS 2001

	Total %	Anciens combattants %	FC %	Survivants %
<b>NIVEAU DE SATISFACTION GLOBAL</b>				
• Niveau de satisfaction générale	-1	-1	+5	0
• Cotes moyennes (3 catégories de service)	-2,7	-2,7	-0,3	-1,8
<b>NIVEAU DE SATISFACTION GÉNÉRAL (2 cases supérieures sur l'échelle à 5 points)</b>				
• Programmes et services répondent aux besoins (Entièrement + La plupart)	0	-1	+6	+6
• Programme « Le Canada se souvient »	+3	-1	+11	////
• Qualité du service améliorée	+9	+12	+7	+8
• Meilleur service que les autres ministères	+6	+8	+6	-4
<b>NIVEAU DE SATISFACTION PAR CATÉGORIE DE SERVICE (Moyenne des 2 cases supérieures sur l'échelle à 5 points – tous les items)</b>				
• Accès aux services	-6,1	-7,3	-2,0	-2,4
• Communications	-2,6	-2,0	+0,6	-2,0
• Service offert par le personnel	+0,5	+1,3	+0,3	-0,6

\* Incluant les membres actifs et retraités de la GRC qui ne faisaient pas partie de l'échantillonnage en 2001.

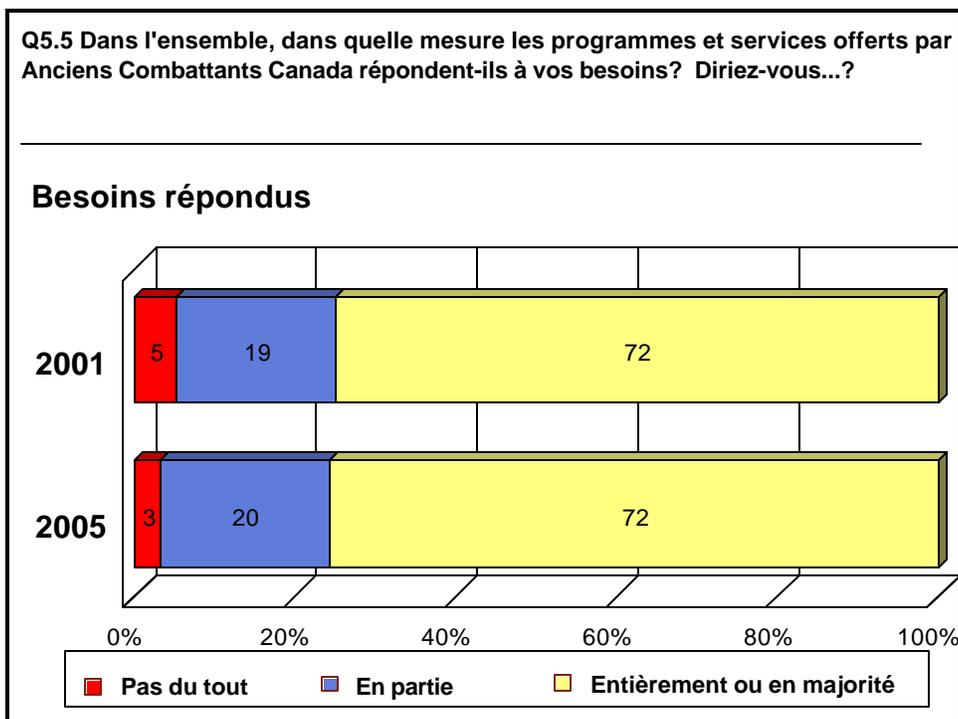
Tel que présenté au tableau suivant, on note une amélioration ou une stabilité de la situation pour la plupart des déterminants qui avaient été identifiés comme priorités d'amélioration du service en 2001. On retrouve deux exceptions : « Réponses à vos questions » (-4 points) et « Temps d'attente pour un rendez-vous » (-3 points) qui sont même plus faibles qu'en 2001.

### ÉVOLUTION DES NIVEAUX DE SATISFACTION POUR LES PRIORITÉS D'AMÉLIORATION IDENTIFIÉES EN 2001

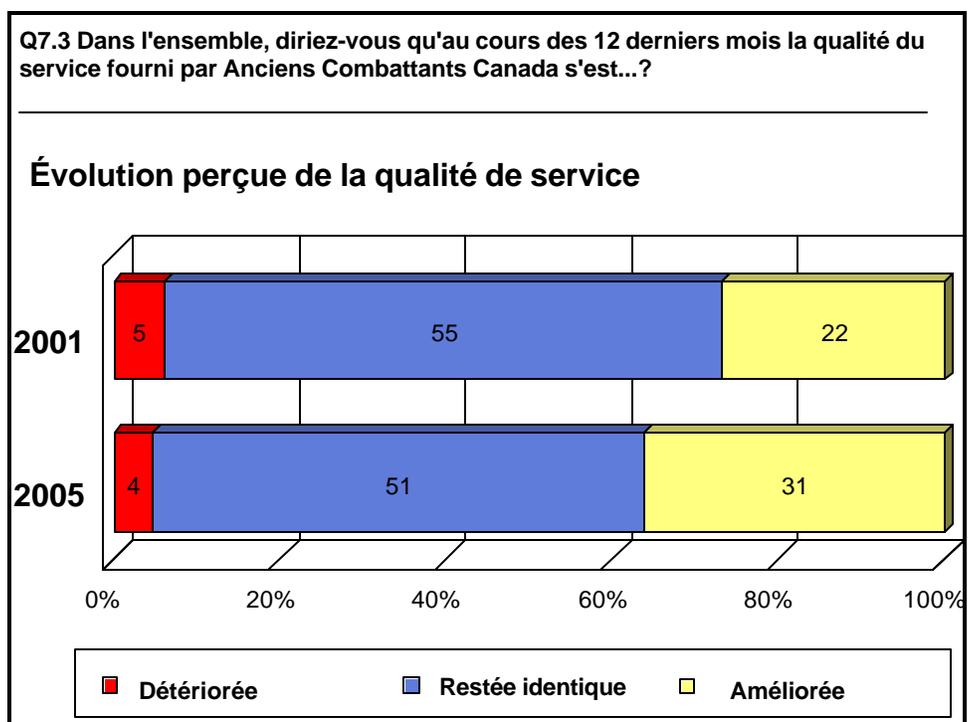
	2001 %	2003 %	2005 %	Comparaison avec 2001 %	Comparaison avec 2003 %
<b>a) Groupe de clients</b>					
<b>Satisfaction globale des anciens combattants et clients des Forces canadiennes</b>	72	80	77	+5	-3
<b>b) Priorités d'amélioration du service (Déficits / écarts de satisfaction)</b>					
1) Temps pour recevoir une réponse écrite (Q5.8a)	-18	-16	-17	-1	-1
2) Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services (Q5.3a)	-11	-7	-11	0	-4
3) Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service (Q5.3b)*	-10	-6	-8	+2	-2
4) Connaissances du personnel en ce qui concerne les programmes et services (Q5.10a1)	-10	-6	-7	+3	-1
5) Réponses à vos questions (Q9c)*	-8	-5	-12	-4	-7
6) Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes (Q14a3)*	-6	-6	-6	0	0
7) Temps d'attente pour un rendez-vous (Q5.7a)*	-3	-7	-6	-3	+1

\* Identifiés comme priorités d'amélioration en 2003.

**FIGURE #2<sup>1</sup>**



**FIGURE #3<sup>1</sup>**

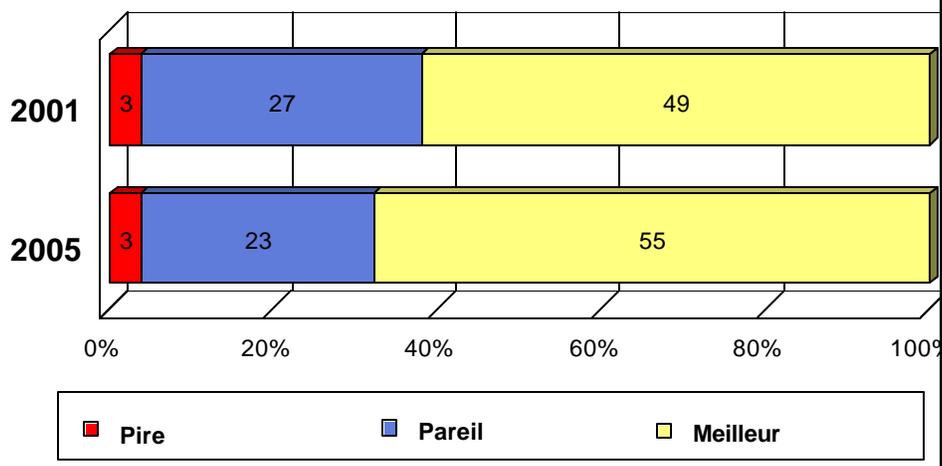


<sup>1</sup> Les résultats n'incluent pas les % de « ne sait pas ».

**FIGURE #4<sup>1</sup>**

Q7.4 Dans l'ensemble, si vous comparez les services reçus des autres ministères gouvernementaux avec lesquels vous avez eu des contacts, à ceux d'Anciens Combattants Canada, diriez-vous que les services reçus d'Anciens Combattants Canada sont...?

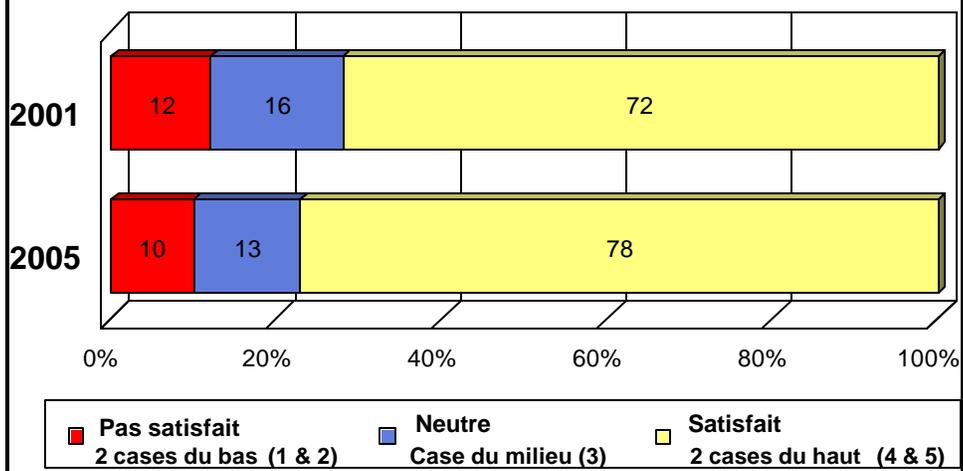
**Évaluation comparative des services reçus**



**FIGURE #5<sup>1</sup>**

Q7.2 Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

**Échelle de 1 à 5 - SATISFACTION GÉNÉRALE  
DES FORCES ARMÉES CANADIENNES**



<sup>1</sup> Les résultats n'incluent pas les % de « ne sait pas ».

#### 4. Niveau de satisfaction par catégorie de service

##### **Moyenne des cotes de satisfaction**

En incluant tous les déterminants, la satisfaction moyenne a atteint le niveau de 85,3 p. cent, soit un niveau presque identique à celui observé pour la question portant sur la satisfaction globale (84 p. cent).

- ▶ 87,8 p. cent pour les anciens combattants du service de guerre;
- ▶ 87,6 p. cent pour les survivants;
- ▶ 83,2 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC;
- ▶ et 79,6 p. cent pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes.

##### **MOYENNES DES COTES DE SATISFACTION**

<b>CATÉGORIE DE SERVICE</b>	<b>Total des clients %</b>	<b>Anciens combattants du service de guerre %</b>	<b>A.C. et clients des FC %</b>	<b>Survivants %</b>	<b>GRC %</b>
▶ Accès aux services*	79,4	81,6	73,9	85,8	75,3
▶ Communications	85,5	88,5	78,7	86,2	83,8
▶ Service offert par le personnel	90,9	93,4	86,1	90,9	90,6
<b>Moyenne globale</b>	<b>85,3</b>	<b>87,8</b>	<b>79,6</b>	<b>87,6</b>	<b>83,2</b>

\* « Le temps d'attente au téléphone » de la section sur le RNCA a été inclus à des fins de comparaison avec les sondages précédents.

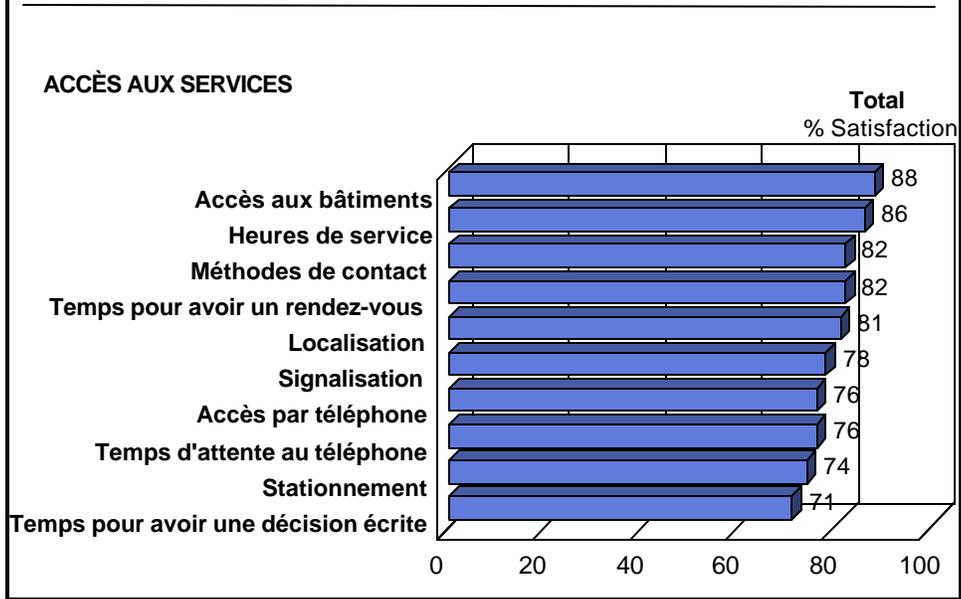
Le fait que le niveau de satisfaction à l'égard des déterminants de l'accès aux services (79,4 p. cent) soit moins élevé que celui des communications (85,5 p. cent) ou du service offert par le personnel (90,9 p. cent) n'est pas un signal suffisant en soi pour déclencher une initiative d'amélioration visant à faciliter l'accès aux services. Il faut plutôt considérer simultanément les cotes de satisfaction et les notes d'importance respectives des aspects du service.

Parmi les déterminants les mieux cotés figurent le service offert dans la langue officielle choisie par le client, la clarté des communications écrites, la clarté des communications verbales, la courtoisie du personnel, le respect du client et la protection de sa vie privée. Ce sont les mêmes déterminants qui avaient été les mieux cotés en 2003.

Les délais avant d'obtenir une réponse, soit au téléphone, par la poste ou pour avoir un rendez-vous, la facilité à trouver l'information et le stationnement figurent parmi les déterminants les moins bien cotés, tout comme en 2003.

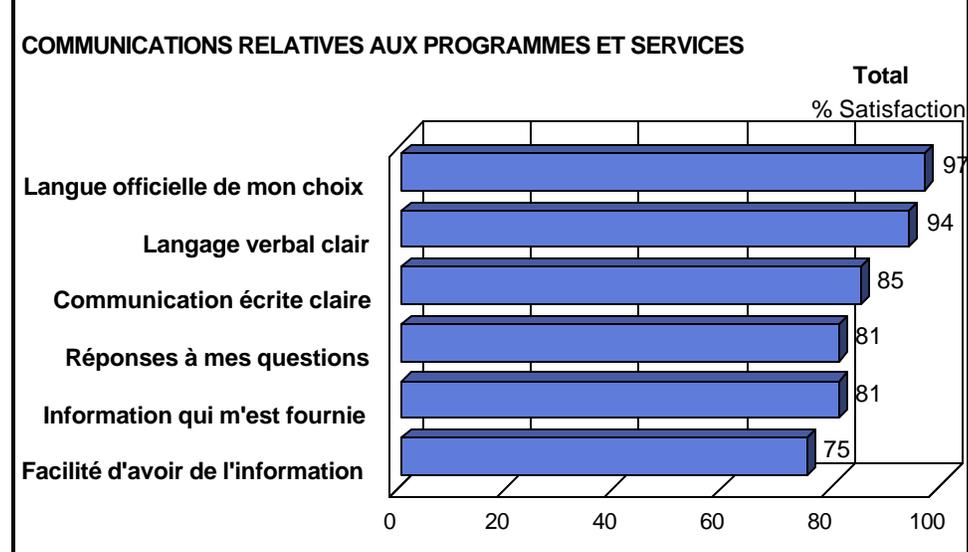
**FIGURE #6**

**Q3.1 Les questions qui suivent sont reliées aux services fournis par Anciens Combattants Canada. Pour chacun des aspects suivants, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.**

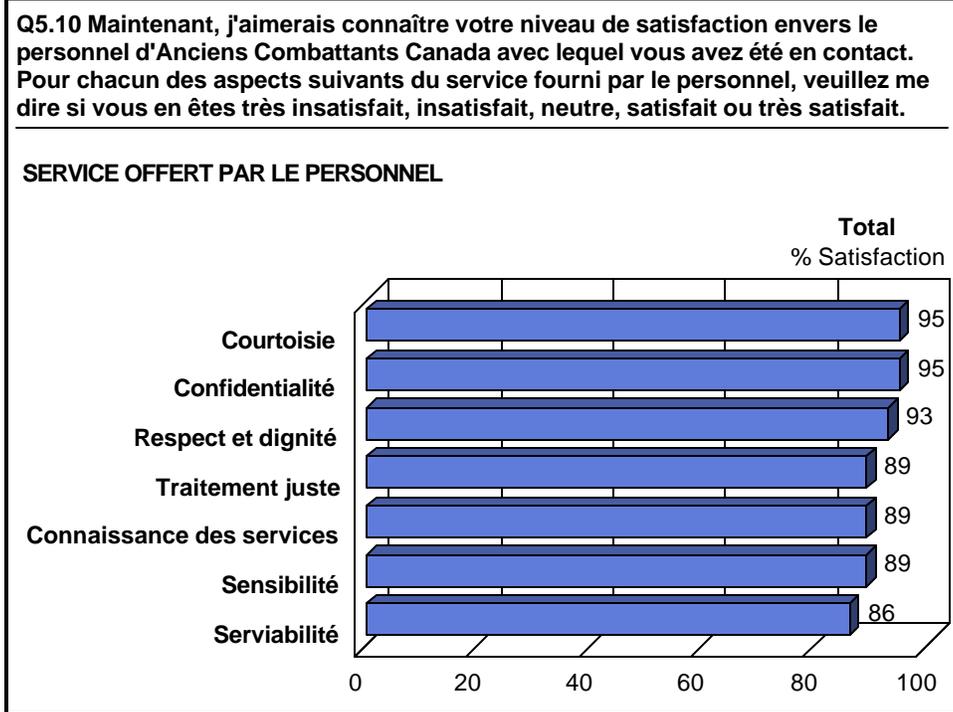


**FIGURE #7**

**Q5.3 Je vais vous lire des énoncés concernant les programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir, comme une pension d'invalidité ou des soins de santé ou tout autre avantage au cours des 6 derniers mois. Pour chaque aspect, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.**



**FIGURE #8**



**Moyennes des notes d'importance**

La note moyenne d'importance calculée sur tous les déterminants de la satisfaction et sur l'ensemble de l'échantillon est de 88,7 p. cent; le groupe des survivants a accordé plus d'importance que les autres groupes de clients, en moyenne, sur tous les déterminants.

- ▶ 92,0 p. cent pour les survivants;
- ▶ 88,3 p. cent pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes;
- ▶ 87,9 p. cent pour les anciens combattants du service de guerre;
- ▶ et 86,1 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC.

L'accès aux services, qui a reçu la cote de satisfaction moyenne la moins élevée, est aussi la catégorie jugée la moins importante, comparativement aux autres catégories.

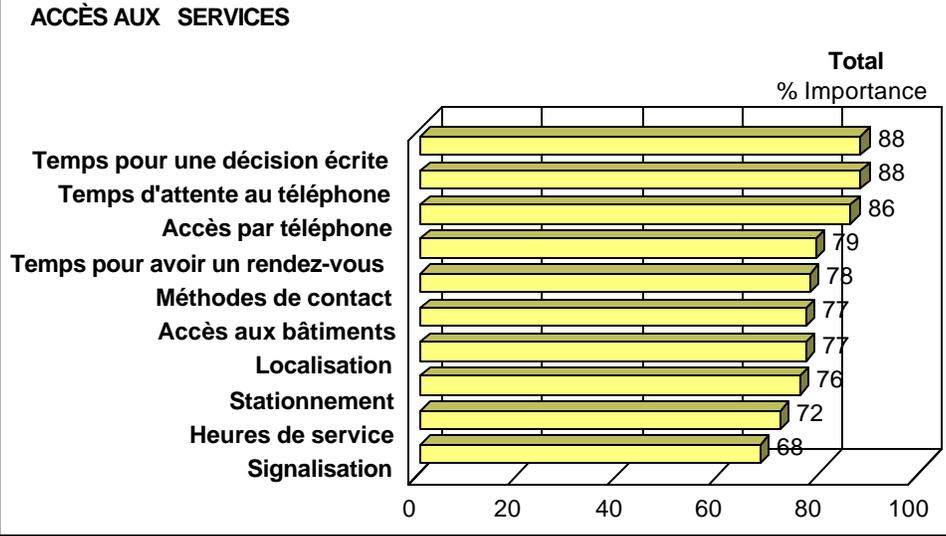
**MOYENNES DES NIVEAUX D'IMPORTANCE**

CATÉGORIE DE SERVICE	Total des clients %	Anciens combattants du service de guerre %	A.C. et clients des FC %	Survivants %	GRC %
▶ Accès aux services*	78,9	78,4	79	82,3	71,7
▶ Communications	91,8	91	90,5	95,5	90,7
▶ Service offert par le personnel	95,4	94,4	95,3	98,1	96
<b>Moyenne globale</b>	<b>88,7</b>	<b>87,9</b>	<b>88,3</b>	<b>92</b>	<b>86,1</b>

\* « Le temps d'attente au téléphone » de la section sur le RNCA a été inclus à des fins de comparaison avec les sondages précédents.

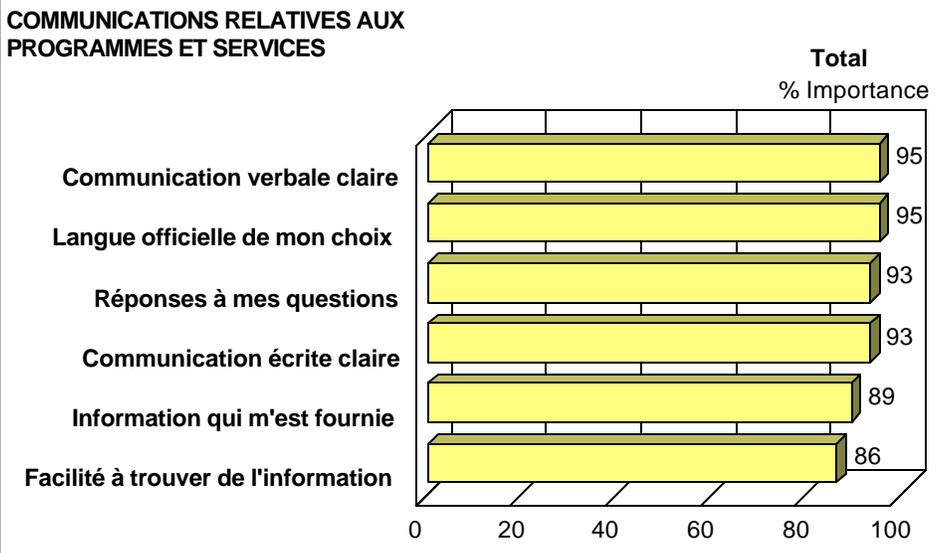
**FIGURE #9**

Q3.2 Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu.

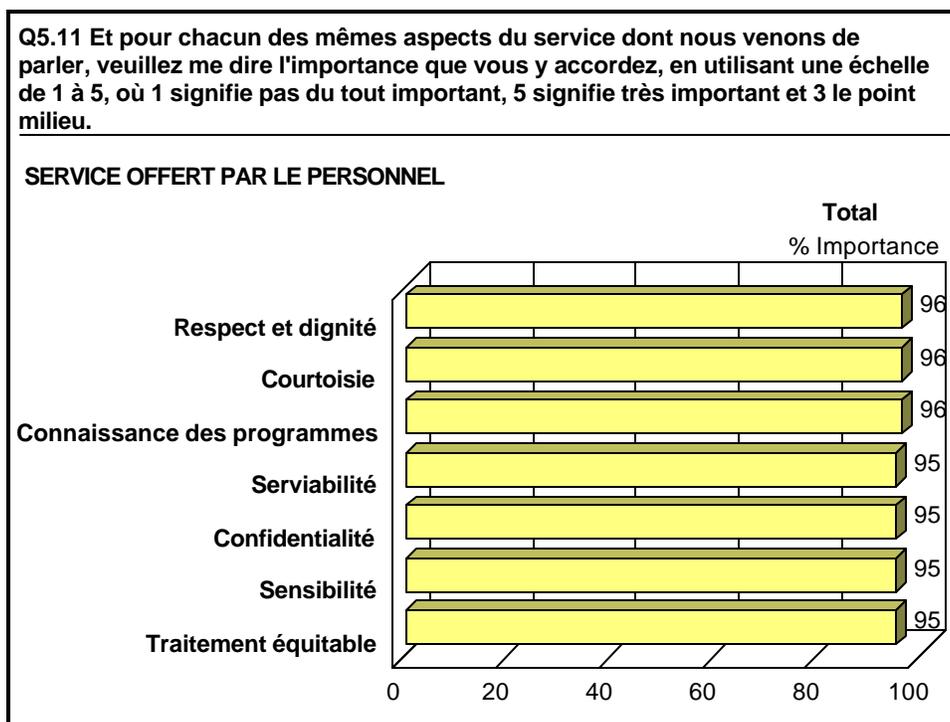


**FIGURE #10**

Q5.4 Et pour chacun des mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.



**FIGURE #11**



### **Écarts de satisfaction**

Pour chaque déterminant, nous avons comparé la proportion de clients satisfaits ou très satisfaits avec la proportion de clients qui considéraient cet aspect comme important ou très important.

Tout comme ce fut le cas en 2003, cette analyse a contribué à l'identification des priorités d'amélioration du service.

Cette analyse a permis de mettre en valeur les résultats suivants :

- ▶ L'écart de satisfaction<sup>1</sup> est plus grand que lors des sondages de 2001 et de 2003, mais d'une ampleur limitée, ce qui reflète l'organisation dont le service ne présente pas de déséquilibre évident par rapport aux besoins des clients.
- ▶ Un examen plus approfondi permet toutefois de déceler des déficits de satisfaction sur certains déterminants, constituant des pistes concrètes pour améliorer la satisfaction des clients.
  - Tout comme lors des sondages précédents, seuls les anciens combattants et clients des Forces canadiennes laissent voir un déficit de satisfaction pour toutes les catégories de service, mais de façon plus prononcée dans le cas des communications et du service offert par le personnel;

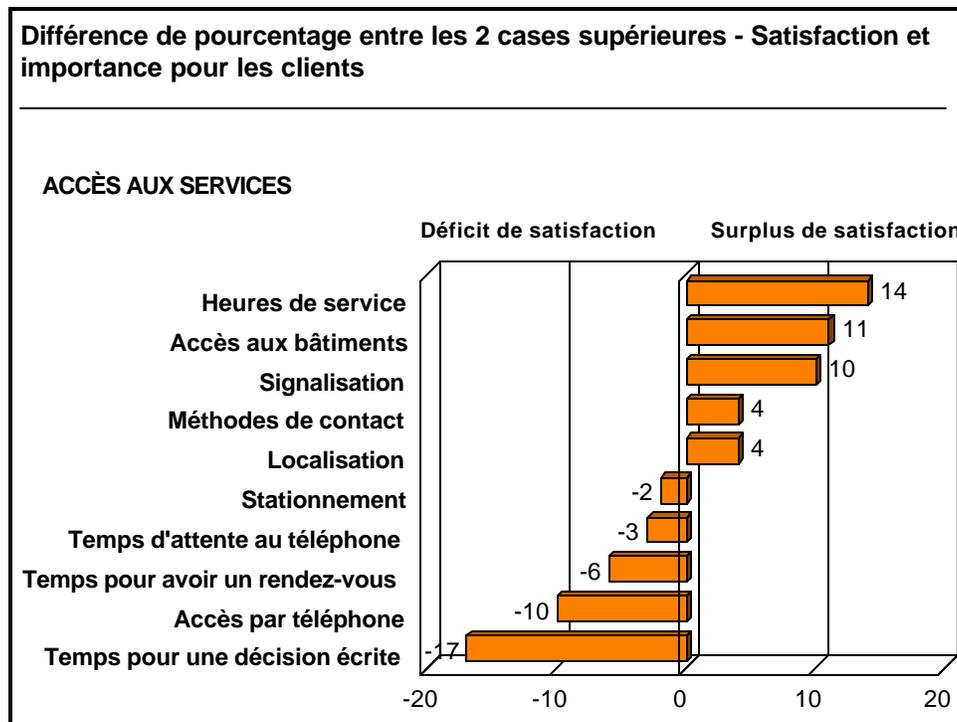
<sup>1</sup> Il y a déficit de satisfaction quand la proportion de clients satisfaits est inférieure à la proportion de clients qui considèrent le déterminant comme étant important. Plus l'écart est important, plus le déficit est grand.

- Parmi ce groupe de clients, on observe malgré tout des surplus de satisfaction sur deux déterminants de satisfaction relatifs aux communications, soit le langage utilisé par le personnel et la langue officielle de son choix.
- Chez les trois autres groupes de clients, on observe un surplus de satisfaction sur les déterminants de l'accès aux services mais un déficit sur ceux des communications et du service offert par le personnel, quoique moins prononcé que dans le cas des anciens combattants et clients des Forces canadiennes.

Ces premières constatations générales indiquent que les efforts d'amélioration devraient principalement porter sur les déterminants des communications et du service offert par le personnel plutôt que sur ceux de l'accès aux services.

- Plus précisément, les plus grands déficits de satisfaction sont liés au temps d'attente pour recevoir une réponse écrite, aux réponses fournies aux questions, à la facilité à trouver de l'information sur les programmes et services, à la facilité d'accès par téléphone et à la serviabilité, prêt à en faire plus.

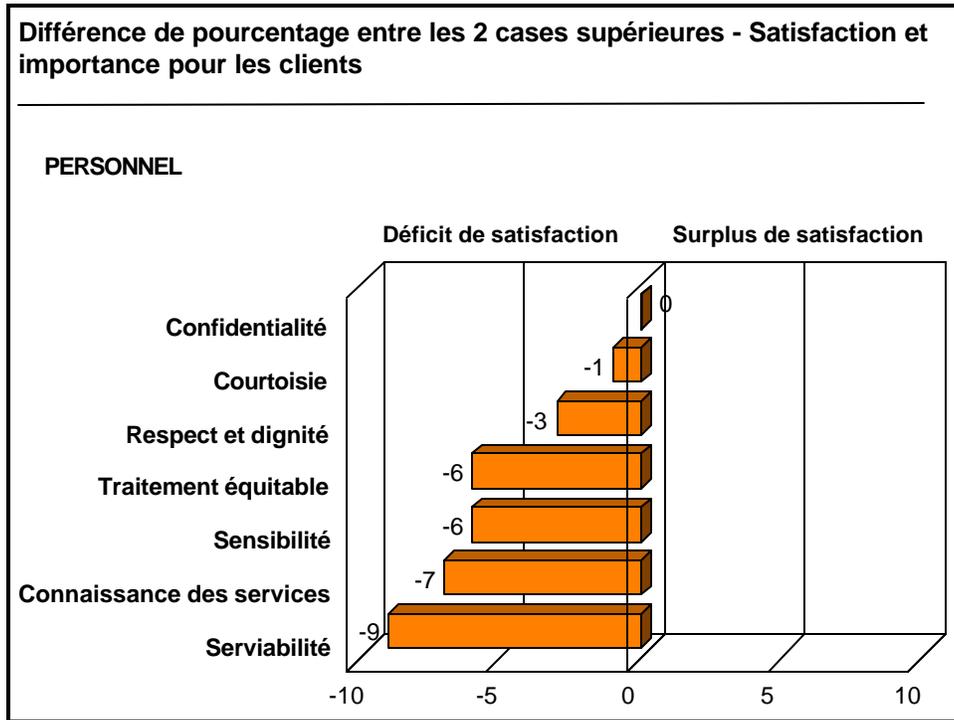
**FIGURE #12<sup>1</sup>**



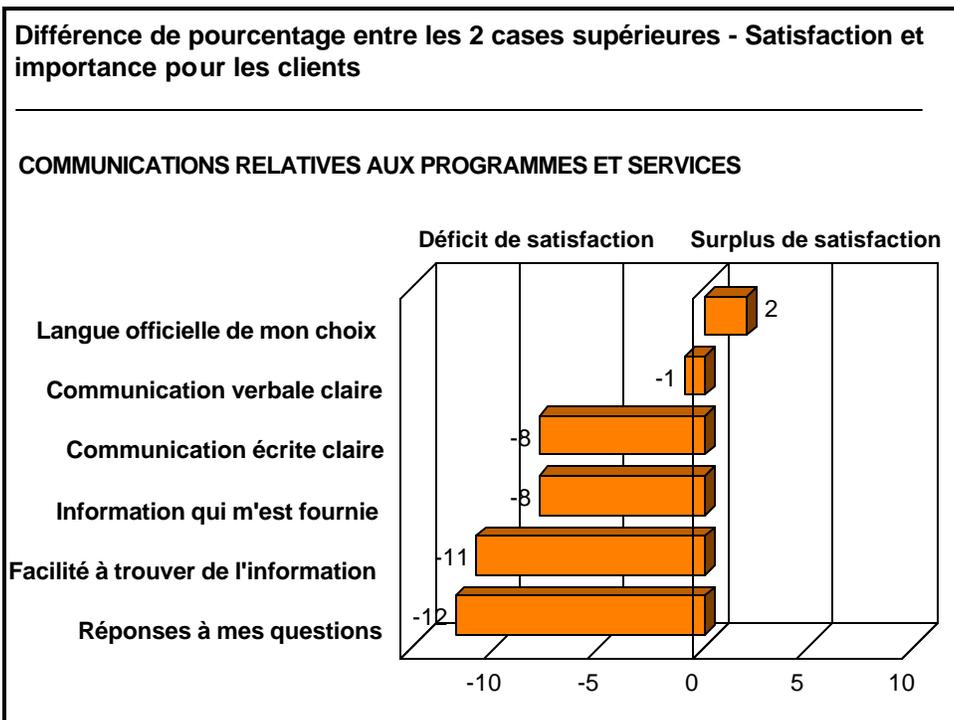
<sup>1</sup> Un nombre positif indique un surplus de satisfaction et un nombre négatif, un déficit de satisfaction.

\* Pourcentages de satisfaits ou très satisfaits et d'important et de très important.

**FIGURE #13**



**FIGURE #14**



## 5. Niveau de satisfaction envers le RNCA

Une nouvelle série de questions portant sur le Réseau national des centres d'appel (RNCA) a été introduite en 2005, suite à sa mise sur pied et à sa mise en service plus tôt cette année. Un déterminant de satisfaction (temps d'attente avant de parler à quelqu'un) est aussi présenté à la section 4 pour des fins de comparaison avec les résultats des années précédentes.

La cote moyenne de satisfaction pour le RNCA (85,1 p. cent) est identique à celle des communications (85,5 p. cent) mais inférieure à celle du service offert par le personnel (91,9 p. cent) et supérieure à celle de l'accès aux services (79,4 p. cent).

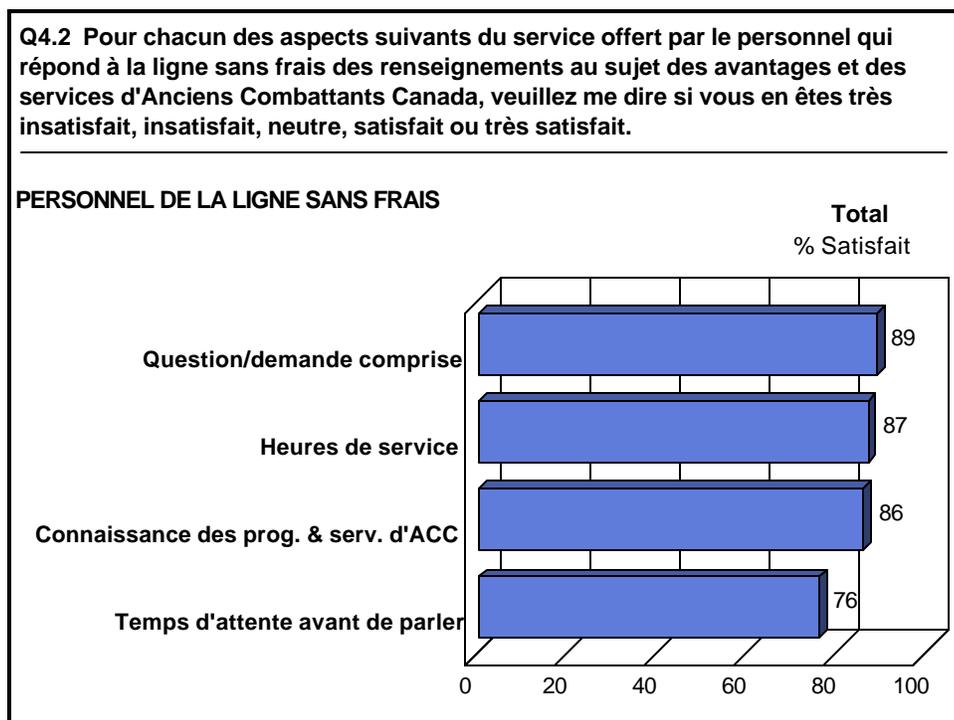
- Le temps d'attente avant de parler à quelqu'un (76 p. cent) a reçu une note de satisfaction plus faible que la compréhension des questions (89 p. cent), les heures de service (87 p. cent) et la connaissance du personnel des programmes et services d'ACC (86 p. cent).

La note d'importance moyenne (86,3 p. cent) est supérieure à celle de l'accès aux services (78,9 p. cent) mais inférieure à celle des communications (91,8 p. cent) et du service offert par le personnel (95,4 p. cent).

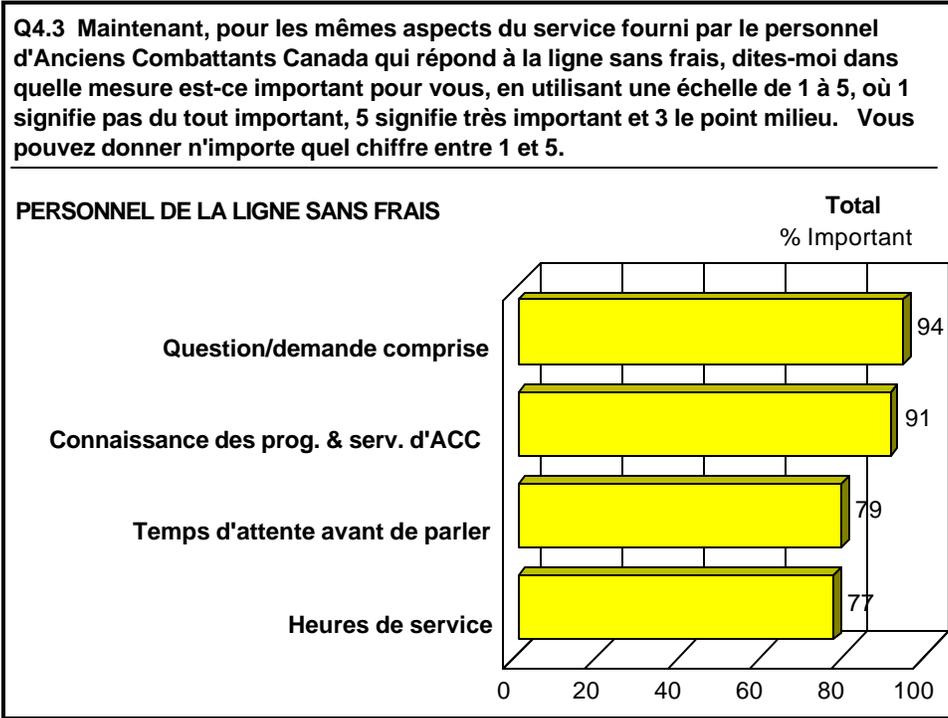
- Les répondants accordaient moins d'importance au temps d'attente avant de parler à quelqu'un (77 p. cent) et aux heures de service (79 p. cent) que la compréhension des questions (94 p. cent) et que la connaissance du personnel des programmes et services d'ACC (91 p. cent).

Tous les déterminants relatifs au RNCA se retrouvent en déficit de satisfaction (entre 3 et 5 points) sauf les heures de service (surplus de satisfaction de 10 points).

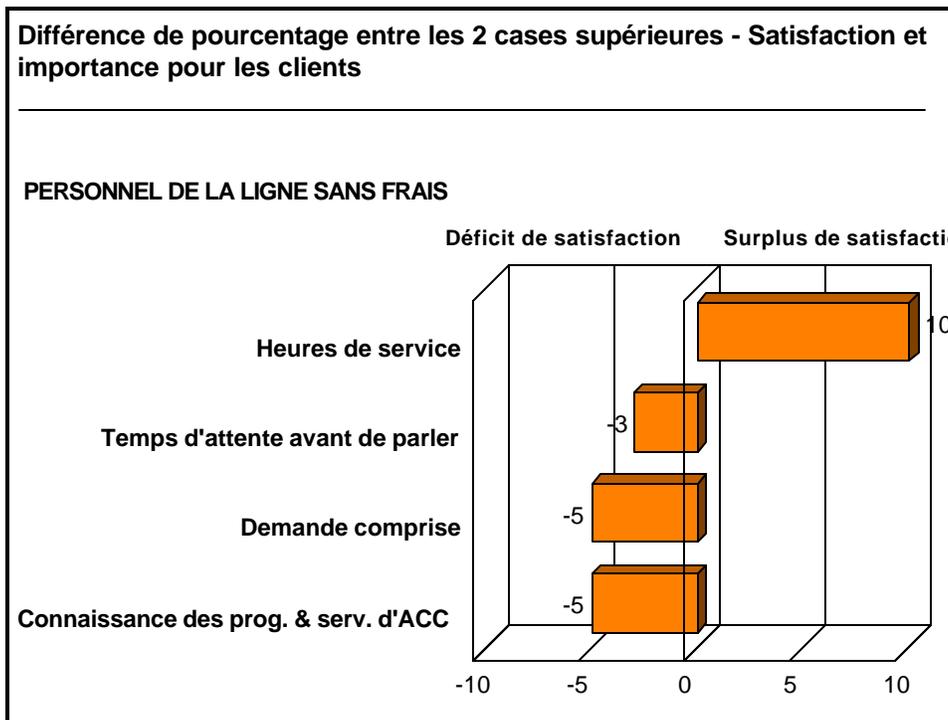
**FIGURE #15**



**FIGURE #16**



**FIGURE #17**



## 6. Niveau de satisfaction à l'égard des activités de commémoration et du programme « Le Canada se souvient »

Le niveau de satisfaction à l'égard des activités de commémoration et du programme « Le Canada se souvient » (80 p. cent) se situe légèrement supérieur à celui observé en 2003, particulièrement parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (76 p. cent comparativement à 68 p. cent en 2003) :

Client Groups	2005 %	2003 %	2001 %
▶ Survivants	82	84	78
▶ Anciens combattants du service de guerre	81	79	82
▶ Anciens combattants et clients des Forces canadiennes	76	68	65
▶ Membres actifs et retraités de la GRC	78	N/A*	N/A*

\* Groupe distinct pas sondé en 2001 ni en 2003.

L'entretien et la restauration des cimetières et des tombes des anciens combattants de guerre (94 p. cent) et la sensibilisation des jeunes à la commémoration (93 p. cent) ont reçu des notes d'importance les plus élevées des activités de commémoration, tout comme en 2003. L'aspect le moins important est la conduite de pèlerinages sur des sites de batailles outremer (76 p. cent), tout comme en 2003. Fournir du matériel de commémoration (88 p. cent) et tenir des cérémonies et des activités au Canada (86 p. cent) ont reçu des notes d'importance qui se rapprochent de la moyenne.

Le niveau de satisfaction à l'égard des activités de commémoration et du programme « Le Canada se souvient » (80 p. cent) se situe en-deçà du niveau de satisfaction général à l'égard des programmes et services offerts par ACC (84 p. cent) mais s'est amélioré par rapport à son niveau de 2003 (76 p. cent).

## 7. Niveau de satisfaction à l'égard du site Web d'ACC

Globalement, le site Web d'ACC atteint un niveau de satisfaction de 78 p. cent, légèrement en-deçà du niveau de satisfaction globale (84 p. cent). Les aspects du site ont atteint un niveau de satisfaction significativement inférieur au niveau général, soit :

- ▶ la facilité à trouver l'information recherchée (65 p. cent)
- ▶ et l'information complète (68 p. cent).

Malgré ce bon niveau de satisfaction et une proportion grandissante de clients ayant accès à l'Internet, le site Web d'ACC continue d'offrir un potentiel très limité pour améliorer les communications avec les clients :

- ▶ seule une faible minorité d'anciens combattants du service de guerre et de survivants ont accès à l'Internet, et cette situation devrait se maintenir au cours des années à venir;
- ▶ l'Internet et le courriel continuent d'être les modes d'interaction avec ACC les moins préférés, même pour les clients qui ont accès à l'Internet; seulement 5 p. cent d'entre eux ont dit préférer l'un ou l'autre de ces modes d'interaction;

- ▶ Toutefois, même si c'est le moyen le moins souvent préféré, il semble de moins en moins carrément rejeté (de 44 p. cent le moins préféré en 2001 à 34 p. cent en 2005).
- ▶ Le niveau d'intérêt envers l'utilisation du site Web d'ACC pour faire une demande et pour obtenir de l'information se situait entre la moitié et les trois quarts de ceux ayant accès à l'Internet (40 p. cent), et la plupart des clients ayant accès à l'Internet ne considéraient pas très important d'avoir la possibilité d'utiliser cette option.

## **8. Moyens utilisés pour contacter ACC**

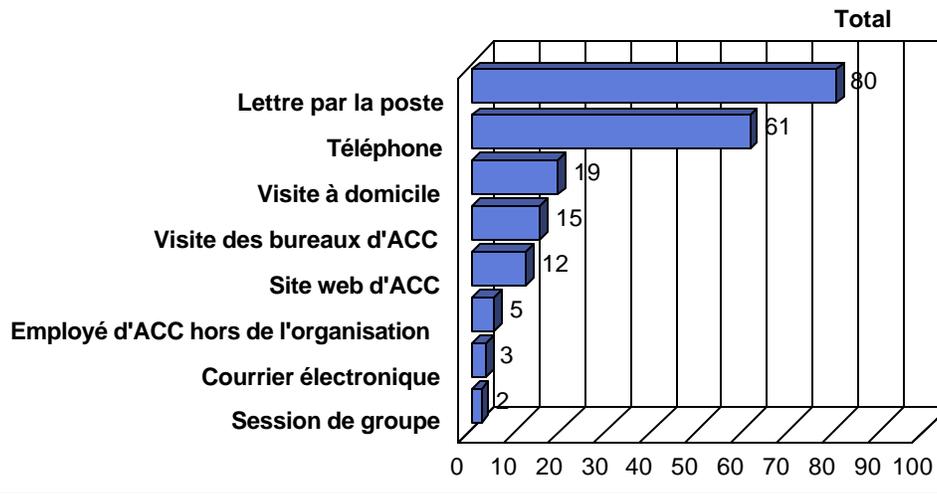
Tout comme en 2001, l'un ou l'autre des moyens de contact à distance (poste, téléphone, site Web) ont été utilisés par presque tous les répondants (96 p. cent) au cours des six derniers mois. Quant au contact personnel (visite à un bureau, rencontre), il a été beaucoup moins répandu (35 p. cent).

- ▶ Le contact personnel était moins fréquent qu'en 2003 (47 p. cent), que ce soit une visite à un bureau d'ACC (-5 points comparé à 2001), recevoir une visite d'un employé (-7 points) ou une rencontre avec un employé d'ACC lors d'une visite à un autre organisme (-8 points).
- ▶ Seulement 10 p. cent de tous les répondants ont dit avoir eu de la difficulté à contacter ACC, mais plus d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes (14 p. cent) et de membres actifs et retraités de la GRC (13 p. cent) que d'anciens combattants du service de guerre (9 p. cent) et de survivants (8 p. cent).
- ▶ La poste a été utilisée plus fréquemment que tout autre mode pour entrer en contact avec ACC (80 p. cent, en hausse de 12 points comparativement à 2001), mais ce n'est le moyen préféré que de 15 p. cent des répondants.
- ▶ Le téléphone vient au deuxième rang des modes les plus souvent utilisés (61 p. cent) et continue à être le mode le plus souvent préféré pour entrer en contact avec ACC (61 p. cent).

**FIGURE #18**

**Q1.1 Au cours des 6 derniers mois, avez-vous été en contact avec le ministère des Anciens Combattants ...**

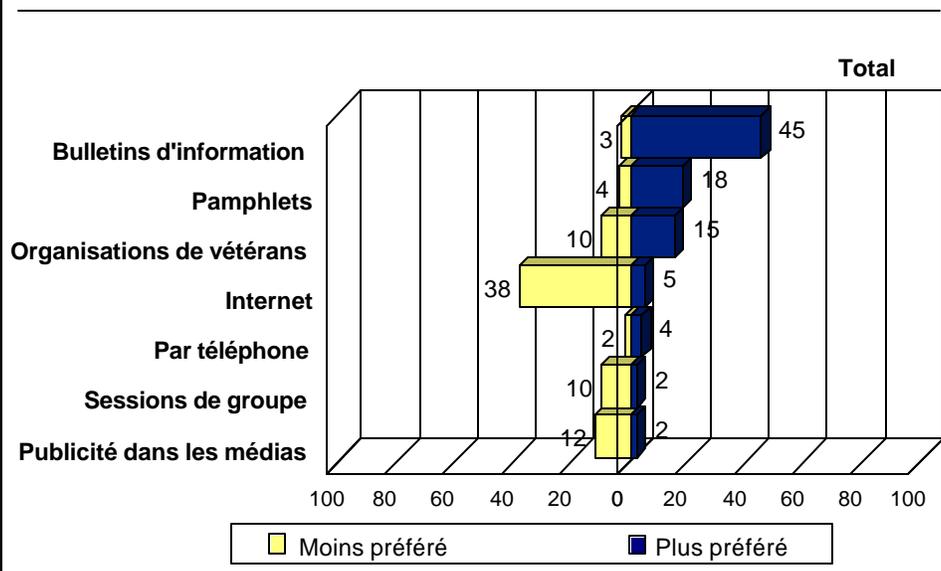
*Les clients n'ayant pas eu de contact avec ACC n'ont pas complété l'entrevue*



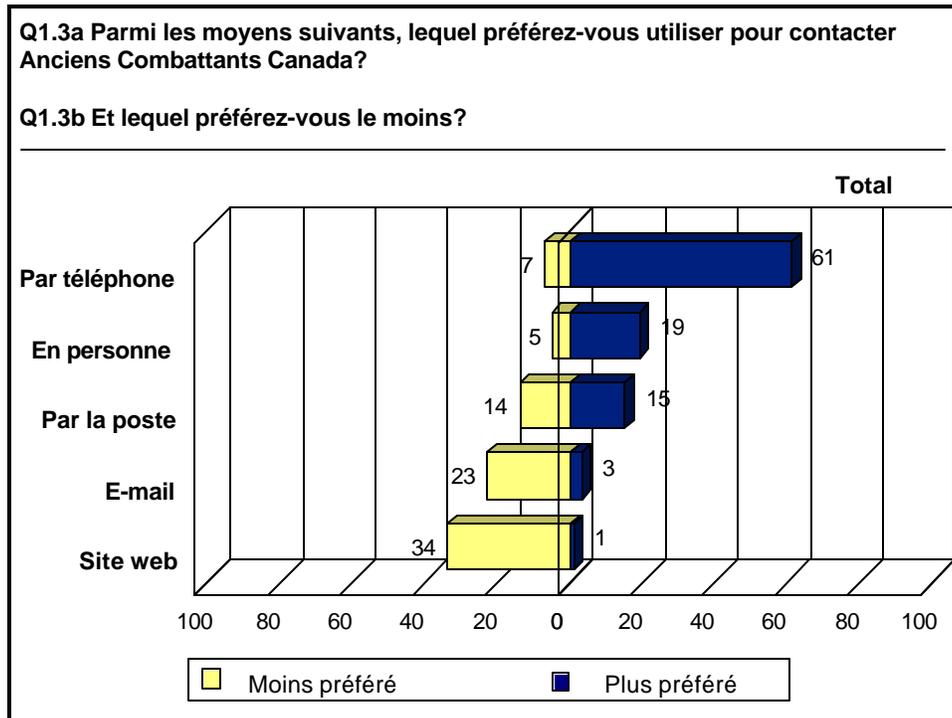
**FIGURE #19**

**Q1.4a Parmi les moyens que peuvent utiliser Anciens Combattants Canada pour vous informer à propos de leurs programmes et services, dites-moi lequel préférez-vous?**

**Q1.4b Et lequel préférez-vous le moins ?**



**FIGURE #20**



## 9. Meilleures opportunités d'amélioration du service

Les meilleures opportunités d'amélioration du service se retrouvent dans le quadrant « importance supérieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne ». L'ampleur du déficit de satisfaction de chaque déterminant qui se retrouve dans ce quadrant permet de leur donner un ordre de priorité : plus le déficit est grand, plus élevée est la priorité d'amélioration.

Cette année, seulement trois déterminants ont rencontré les critères de priorités d'amélioration selon l'analyse des quadrants (comparativement à huit en 2001 et à quatre en 2003). Ce sont, en ordre décroissant de déficit de satisfaction :

- réponses aux questions (déficit de 12 points / plus grand<sup>1</sup>);
- information fournie sur ce qui doit être fait pour formuler une demande ou avoir accès à un avantage (déficit de 8 points / plus grand);
- clarté de l'information écrite (déficit de 8 points / le même).

<sup>1</sup> L'importance inférée par corrélation est plus grande que l'importance déclarée directement par les répondants.

**Autres déterminants à considérer pour inclusion dans un plan d'amélioration du service**

Un autre indicateur qui a permis d'orienter les priorités d'amélioration est l'importance inférée par corrélation entre la satisfaction atteinte par le déterminant (ou élément de service) et le niveau général de satisfaction. Si l'importance inférée est plus grande que l'importance directement notée par les répondants, cela indique que le déterminant a un plus grand effet de levier sur la satisfaction générale que ce qu'indiquent les notes d'importance des répondants. Inversement, une importance inférée plus faible indique que ce déterminant a un effet de levier moindre.

- ▶ Parmi les neuf déterminants qui se retrouvent dans le quadrant 2 (importance supérieure à la moyenne et satisfaction supérieure à la moyenne), un seul présente à la fois un déficit de satisfaction et un meilleur effet de levier que ce qu'indiquent les notes d'importance des répondants :
  - serviabilité, prêt à en faire plus (déficit de 9 points / plus grand).
- ▶ Parmi les neuf déterminants qui se retrouvent dans le quadrant 3 (importance inférieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne), deux présentent à la fois un déficit de satisfaction et un meilleur effet de levier que ce qu'indiquent les notes d'importance des répondants (importance inférée plus grande que l'importance déclarée) :
  - facilité à trouver l'information (déficit de 11 points / plus grand);
  - délai pour recevoir une réponse écrite (déficit de 17 points / plus grand).

**FIGURE #21**

**CONTENU DES QUADRANTS DE LA MATRICE SATISFACTION – IMPORTANCE**

	<b>1 PRINCIPALES OPPORTUNITÉS D'AMÉLIORATION DU SERVICE</b>		
	<b>Importance supérieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne</b>	<b>Surplus (+) / déficit (-) de satisfaction</b>	<b>Importance inférée versus déclarée</b>
<b>Q5.3</b>	b. Information sur ce qui doit être fait pour formuler une demande	-8 points	+
	c. Réponses à vos questions	-12 points	+
	f. Clarté des communications écrites	-8 points	=

*N.B. Importance inférée versus déclarée : (+) inférée plus élevée, (=) comparable, (-) inférée inférieure.*

<b>2 AUTRES POSSIBILITÉS D'AMÉLIORATION DU SERVICE</b>			
	<b>Importance et satisfaction supérieures à la moyenne</b>	<b>Surplus (+) / déficit (-) de satisfaction</b>	<b>Importance inférée versus déclarée</b>
<b>Q5.3</b>	d. Service disponible dans la langue officielle de son choix	+2 points	-
	e. Langage parlé par le personnel	-1 point	-
<b>Q5.10</b>	a1. La connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC	- 7 points	-
	a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent	-6 points	=
	b. Courtoisie du personnel	-1 point	-
	c. Serviabilité, prêt à en faire plus	-9 points	+
	d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	-3 points	-
	e. Protection de l'information privée ou confidentielle	0	-
f. Traitement juste et équitable	-6 points	=	

N.B. Importance inférée versus déclarée : (+) inférée plus élevée, (=) comparable, (-) inférée inférieure.

<b>3 FAIBLES OPPORTUNITÉS D'AMÉLIORATION</b>			
	<b>Importance inférieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne</b>	<b>Surplus (+) / déficit (-) de satisfaction</b>	<b>Importance inférée versus déclarée</b>
<b>Q3.1</b>	b. Les façons disponibles pour entrer en contact	+4 points	+
	c. La facilité d'accès par téléphone	-10 points	=
	e. L'emplacement	+4 points	=
	f. Les affiches et les indications	+10 points	=
	g. Le stationnement	-2 points	=
<b>Q4.2a</b>	Le temps d'attente au téléphone	+3 points	=
<b>Q5.7a</b>	Le temps d'attente pour obtenir un rendez-vous	-6 points	-
<b>Q5.8a</b>	Délai écoulé pour recevoir une réponse écrite	-17 points	+
<b>Q5.3a</b>	Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services	-11 points	+

N.B. Importance inférée versus déclarée : (+) inférée plus élevée, (=) comparable, (-) inférée inférieure.

## 2. CONTEXTE ET OBJECTIFS

### CONTEXTE

Le sondage national sur la satisfaction de la clientèle d'Anciens Combattants Canada (ACC) s'inscrit dans la démarche de mise en oeuvre de l'Initiative d'amélioration des services, créée par le Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT) en mai 1999. L'Initiative d'amélioration des services est centrée sur la performance du gouvernement du Canada et :

- engage les ministères et agences fédéraux, dont l'une des activités est de rendre des services directement à la population, à mesurer la satisfaction de la clientèle, de mettre sur pied un plan d'amélioration basé sur les priorités d'amélioration identifiées et de faire un suivi régulier par voie de sondage auprès de leurs clients;
- établit un objectif d'amélioration de 10 p. cent de la satisfaction de la clientèle d'ici à la fin de l'année fiscale 2004-2005.

ACC a été l'un des premiers parmi les ministères et agences fédéraux à utiliser l'outil de mesures communes (OMC) pour sonder la satisfaction de ses clients. Dès juin 2001, Créatec + a été mandatée pour réaliser un sondage de référence, et un sondage de suivi a été réalisé en juin 2003, puis en 2005 en utilisant la même approche de recherche :

- Un échantillon de base de plus de 1 200 entrevues, également réparties entre trois groupes de clients externes.
- La version postale du questionnaire de l'Outil de mesures communes (OMC) a été adaptée pour une approche téléphonique.
- Une forte majorité de clients (85 p. cent en 2001 et 87 p. cent en 2003) étaient satisfaits des programmes et services offerts par ACC.
- Les résultats du sondage de référence de 2001 ont servi de base de référence pour mesurer d'éventuelles améliorations.
- En 2001, huit éléments de service avaient été identifiés comme priorités d'amélioration, tous reliés à trois facteurs sous-jacents :
  - la rapidité du service (rendez-vous, réponse écrite);
  - la compétence du personnel pour comprendre le cas du client;
  - la facilité à accéder ou à repérer l'information utile au client.
- En 2003, quatre éléments de service sont demeurés des priorités d'amélioration :
  - le temps d'attente pour obtenir un rendez-vous;
  - la sensibilité du personnel à la situation des clients;
  - l'information fournie sur ce qui doit être fait pour formuler une demande ou pour avoir accès à un avantage ou à un service;
  - les réponses aux questions.

## **OBJECTIFS**

Comme lors du sondage de 2001, les objectifs de la vague de sondage de 2005 étaient de mesurer et d'évaluer :

- ▶ le niveau global de satisfaction envers la qualité du service et des programmes offerts par ACC;
- ▶ le niveau d'importance accordé par les clients aux divers aspects des programmes et du service rendu;
- ▶ et dans quelle mesure ACC répond aux besoins des clients.

En plus des objectifs couverts lors des sondages précédents<sup>1</sup>, le questionnaire de cette année visait des objectifs additionnels :

- ▶ sonder le niveau de satisfaction et d'intérêt des clients envers les services et leurs priorités envers ACC en ligne (couverts en 2003);
- ▶ mesurer le niveau d'importance accordé à plusieurs activités de commémoration (couvert en 2003);
- ▶ mesurer le niveau de satisfaction envers le service offert par le personnel du RNCA (ligne sans frais / nouvelle dimension);
- ▶ mesurer le niveau de satisfaction et l'importance accordée à la carte santé d'ACC.

Tout comme lors des sondages précédents, nous avons réalisé une analyse des quadrants et des analyses de corrélation pour inférer le niveau d'importance des déterminants de satisfaction et identifier les priorités d'amélioration du service.

- ▶ De plus, les résultats ont été comparés aux résultats du sondage de référence 2001, de façon à évaluer dans quelle mesure la satisfaction de la clientèle avait évolué au cours des quatre dernières années.
- ▶ Enfin, nous avons procédé à des comparaisons régionales (tous types de clients confondus).

Finalement, un autre groupe de clients a été sondé cette année : les membres actifs et retraités de la GRC.

---

<sup>1</sup> *Le sondage de référence est identifié comme étant le sondage de 2001.*

## 3. MÉTHODOLOGIE

### 3.1 APPROCHE

Des entrevues téléphoniques ont été réalisées en utilisant le même questionnaire que celui du sondage de référence 2001. Des questions additionnelles ont été incluses pour mesurer le niveau de satisfaction envers le site Web d'ACC et le niveau d'importance accordé à diverses activités de commémoration, comme en 2003, le service de la ligne sans frais du RNCA et la carte santé d'ACC.

Les entrevues ont été réalisées entre le 24 mai et le 8 juin 2005. Au moins 10 p. cent des entrevues ont été surveillées en ligne pour s'assurer que le processus soit constant et que les entrevues soient faites selon les règles de l'art.

- ▶ Un pré-test a eu lieu du 2 au 4 mai auprès de N=200 répondants de façon à évaluer si la situation politique causait des biais importants dans les perceptions des clients envers les services offerts par ACC. Comme il n'y avait pas d'indication claire en ce sens, le projet a été réalisé tel que prévu.

L'échantillon est représentatif des clients qui ont un accès téléphonique direct, et les clients en milieu institutionnel ont donc été exclus.

### 3.2 CLIENTS SONDÉS

Quatre groupes de clients externes ont été sondés :

1. les anciens combattants du service de guerre;
2. les anciens combattants et clients des Forces canadiennes;
3. les survivants;
4. les membres actifs et retraités de la GRC.

Au total, ces groupes représentent 213 497 clients, dont 60 p. cent ou 129 314 avaient été en contact avec ACC au cours de la période de six mois précédant l'étude (69 527 anciens combattants du service de guerre, 32 479 anciens combattants et clients des Forces canadiennes, 25 257 survivants et 3 092 membres actifs et retraités de la GRC).

**Seuls les clients en contact avec ACC au cours de la période de six mois précédant le sondage sont représentés par cette étude.**

Le tableau qui suit présente la distribution comparative de tous les clients d'ACC et des clients qui avaient été en contact avec ACC au cours des 6 mois précédant l'étude.

**TABLEAU A****CLIENTS SONDÉS**

	Clients d'ACC		En contact Six mois précédents*	
	N	%	N	%
• Anciens combattants du service de guerre	94639	44,3	69527	53,7
• Anciens combattants et clients des Forces canadiennes	42621	20	32479	29,2
• Survivants	71110	33,3	25257	18,9
• Membres actifs et retraités de la GRC	5127	2,4	3092	2,4
<b>TOTAL</b>	<b>213497</b>	<b>100</b>	<b>129314</b>	<b>100</b>

\* Les clients souffrant d'une perte auditive d'au moins 40 p. cent ont été exclus des listes.

**3.3 PLAN ET TAILLE D'ÉCHANTILLON**

La technique d'échantillonnage, utilisée pour cette étude, a permis de produire un échantillon entièrement aléatoire où chaque client a eu une probabilité égale d'être choisi à l'intérieur de son groupe respectif et à l'intérieur de chacune des cinq régions du pays.

Un nombre égal d'entrevues pour chacun des quatre groupes de clients a été complété à l'intérieur de chacune des cinq régions. De façon à refléter leur importance réelle dans la base totale de clients d'ACC, les résultats ont été pondérés avant d'être analysés, en utilisant comme poids les proportions connues de clients ayant été en contact avec ACC au cours des six mois précédant le sondage.

L'échantillonnage a été extrait directement de la base des clients ACC à l'aide d'une procédure aléatoire informatisée, après avoir extrait :

- les clients n'ayant pas eu de contact avec ACC au cours des six mois précédents;
- les clients souffrant d'une perte auditive d'au moins 40 p. cent ou de conditions psychiatriques sérieuses;
- et les clients en institution.

Le **Tableau B** présente le nombre d'entrevues complétées par groupe de clients et le **Tableau C** les entrevues complétées par région.

**TABLEAU B ENTREVUES COMPLÉTÉES PAR GROUPE DE CLIENTS**

	% Clients visés	N Complétés	% Complétés
• Anciens combattants du service de guerre	53,7	402	25
• Anciens combattants et clients des Forces canadiennes	25,2	400	25
• Survivants	18,7	402	25
• Membres actifs et retraités de la GRC	2,4	403	25
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>1607</b>	<b>100</b>

**TABEAU C****ENTREVUES COMPLÉTÉES PAR RÉGION**

	<b>% Clients visés</b>	<b>N Complétés</b>	<b>% Complétés</b>
• Colombie-Britannique	21	321	20
• Prairies	19	321	20
• Ontario	30	322	20
• Québec	12	323	20
• Atlantique	18	320	20

**3.4 QUALIFICATION DES RÉPONDANTS**

Les intervieweurs demandaient à parler à la personne dont le nom sélectionné figurait à l'échantillon. Les clients étaient informés que :

1. Anciens Combattants Canada avait mandaté Créatec + afin de mener une étude sur « divers aspects des programmes et services d'ACC afin de mieux servir ses clients »;
2. leur nom avait été sélectionné au hasard;
3. leur participation était volontaire et l'information fournie demeurerait confidentielle;
4. leur nom, en tant que participant à ce sondage, ne serait jamais partagé avec Anciens Combattants, ni toute autre personne ou organisme;
5. leurs réponses n'auraient aucune conséquence sur les avantages qu'ils reçoivent actuellement;
6. quelqu'un chez ACC pourrait répondre à leurs questions au sujet de ce sondage s'ils appelaient un numéro sans frais.

Si le client sélectionné était incapable de répondre mais souhaitait que quelqu'un d'autre réponde pour lui, cette personne était alors invitée à répondre au sondage au nom du client. Au total, 12 p. cent des entrevues ont été complétées par procuration.

Lorsque requis, un numéro sans frais était fourni aux participants pour leur permettre de vérifier la légitimité du sondage.

Les répondants qui ne pouvaient pas se rappeler d'un contact avec ACC au cours des six mois précédents (première question de l'entrevue) n'ont pas complété l'entrevue. Au total, 16 p. cent des clients contactés ont ainsi été considérés « hors échantillon » et donc, exclus de l'étude, une nette réduction comparativement au taux d'exclusion de 25 p. cent obtenu en 2003.

**3.5 QUESTIONNAIRE**

Le questionnaire qui avait été conçu pour le sondage de référence 2001 a été utilisé à nouveau cette année, et des questions ont été ajoutées pour mesurer le niveau de satisfaction et l'importance accordée à plusieurs aspects du service offert par le personnel de la ligne sans frais et la satisfaction envers la carte santé d'ACC.

Tel que l'Outil de mesures communes (OMC) l'avait initialement établi, toutes les échelles de mesure d'importance et de satisfaction étaient en cinq points. Une copie du questionnaire, versions anglaise et française, se retrouve à l'annexe 3.

Les entrevues ont duré 21 minutes en moyenne.

### **3.6 TAUX DE RÉPONSE**

Un taux de réponse de 56 p. cent a été obtenu pour ce sondage, calculé selon les normes de l'Association de recherche et d'intelligence marketing (ARIM).

Jusqu'à 6 appels ont été tentés, sans substitution, avant d'abandonner un client sélectionné.

Le **Tableau D** présente le détail du mode de calcul du taux de réponse.

### **3.7 MARGE D'ERREUR**

Ce sondage, comme tous les autres, est sujet à une marge d'erreur. Avec un échantillon de 1 607 répondants, la marge d'erreur due à l'échantillonnage ne dépasse pas 2,4 points de pourcentage en plus ou en moins des pourcentages rapportés sur le total de l'échantillon, 19 fois sur 20.

La marge d'erreur s'accroît quand on isole chacun des groupes de clients de l'échantillon total (+/- 4,9 p. cent pour chaque groupe de clients pris isolément).

D'autres sources d'erreur, impossibles à chiffrer, proviennent de clients qui ont choisi de ne pas participer au sondage ou de clients qui n'ont pu être rejoints par téléphone durant la période de collecte. Le **Tableau D** détaille la distribution des contacts.

### **3.8 TRAITEMENT DES DONNÉES**

Les procédures suivantes ont été suivies :

1. pondération de l'échantillon par groupe de clients et par région;
2. résultats univariés pour les principaux sous-groupes (groupe de clients, âge, sexe, région, langue);
3. analyses de corrélation pour inférer les niveaux d'importance des déterminants de la satisfaction.

TABLEAU D

**RAPPORT ADMINISTRATIF DES CONTACTS  
ET DU TAUX DE RÉPONSE\***

	Fréquence	Total
<b>Numéros générés</b>		4 133
<b>A. Numéros non valides</b>		
• Hors service	240	
• Non résidentiels	23	263
<b>B. Numéros hors échantillon</b>		
• Problème de langue	2	
• Âge et maladie	379	
• Duplicata	3	
• Non éligible	420	
• Quota atteint	1	805
<b>C. Numéros dans l'échantillon pour lesquels il n'a pas été possible d'établir l'éligibilité</b>		
• Pas de réponse**	693	
• Refus avant d'avoir établi l'éligibilité	71	764
<b>D. Numéros dans l'échantillon éligibles pour lesquels il n'a pas été possible de compléter l'entrevue</b>		
• Absence prolongée	74	
• Questionnaires incomplets	76	
• Rendez-vous non complétés	272	
• Refus après avoir établi l'éligibilité	272	694
<b>E. Entrevues complétées</b>		1 607
<p><b>TAUX DE RÉPONSE :</b> <math display="block">\frac{E}{C \times (T.É.)^{***} + D + E} = 56 \text{ p. cent}</math></p>		

\* Présenté selon les normes de l'ARIM.

\*\* Pour qu'un numéro puisse être considéré comme « Pas de réponse », il doit correspondre à un numéro qui a toujours été sans réponse tout au long de la cueillette des données. Ainsi, par exemple, un rendez-vous non complété pour lequel il n'y a pas de réponse au moment du rappel doit être considéré comme « Rendez-vous non complété », et non pas comme « Pas de réponse ».

\*\*\* Taux d'éligibilité = 
$$\frac{D + E}{B + D + E} = 74 \text{ p. cent}$$

### 3.9 ANALYSE DES QUADRANTS ET DES ÉCARTS DE SATISFACTION

Pour chaque déterminant du service et à l'aide d'une échelle en cinq points, les répondants devaient coter leur satisfaction et ensuite noter l'importance qu'ils associaient à chacun d'eux.

Nous avons utilisé l'analyse des quadrants (aussi appelée analyse différentielle) pour mettre en relation les résultats obtenus par les déterminants sur la satisfaction et leur importance perçue. Les résultats analysés sont les pourcentages de clients se situant dans les 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à cinq points. La figure suivante illustre la mise en relation.

De façon à identifier quels déterminants de satisfaction devaient se retrouver dans chacun des quatre quadrants, nous avons procédé de la façon suivante :

1. calcul de la note moyenne d'importance (telle que déclarée par les répondants) et calcul de la cote moyenne de satisfaction basées sur tous les déterminants du sondage<sup>1</sup>;
2. attribution de chaque déterminant de satisfaction à un quadrant en fonction de ses notes par rapport aux moyennes de satisfaction et d'importance (supérieure ou inférieure à la satisfaction et à l'importance moyenne).

<b>Niveau d'importance</b>	<b>Élevée</b>	Importance supérieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne <b>(Meilleures perspectives d'amélioration)</b>	Importance supérieure à la moyenne et satisfaction supérieure à la moyenne <b>(Possibilités d'amélioration)</b>
	<b>Faible</b>	Importance inférieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne <b>(Faible priorité d'amélioration)</b>	Importance inférieure à la moyenne et satisfaction supérieure à la moyenne <b>(Possibilités de gaspillage de ressources)</b>
		<b>Faible</b>	<b>Élevée</b>
		<b>Cote de satisfaction</b>	

De façon à raffiner l'ordre des priorités d'amélioration, nous avons calculé pour chaque déterminant son écart<sup>2</sup> entre la satisfaction et l'importance. L'écart en points de pourcentage entre la proportion de clients satisfaits d'un déterminant (note de 4 ou 5 sur l'échelle en 5 points) et la proportion de clients qui l'avaient noté comme important (note de 4 ou 5 sur l'échelle d'importance en 5 points) nous a permis de mettre en ordre les déterminants de satisfaction à l'intérieur d'un même quadrant en fonction de l'ampleur de son écart de satisfaction (déficit).

<sup>1</sup> Accès aux services (10), communications (6) et service offert par le personnel (7) pour un total de 23 déterminants.

<sup>2</sup> Pour chaque déterminant : différence en point de pourcentage entre les 2 cases supérieures de la note d'importance et de la cote de satisfaction.

### 3.10 IMPORTANCE INFÉRÉE DES DÉTERMINANTS DE SATISFACTION

Afin de vérifier jusqu'à quel point l'importance directement déclarée par les répondants reflétait l'importance « réelle », nous avons effectué une analyse des corrélations entre les cotes de satisfaction obtenues par chaque déterminant et la satisfaction générale<sup>1</sup>. Une concordance entre l'importance déclarée et inférée renforce la possibilité d'amélioration. Une discordance entre l'importance déclarée et l'importance inférée est un signal pour accorder plus de réflexion aux choix finaux à inclure dans le plan d'amélioration, particulièrement lorsqu'il y a un déficit de satisfaction. Pour évaluer l'importance inférée des déterminants et la comparer à l'importance déclarée, nous avons procédé de la façon suivante :

1. calcul des corrélations entre les déterminants et le niveau de satisfaction générale pour inférer l'importance de chacun des déterminants;
2. qualification des surplus / déficits selon la différence de rang des déterminants en termes d'importance déclarée par les répondants versus inférée par corrélation.

---

<sup>1</sup> *Si la corrélation est faible ou nulle, il est peu probable qu'une initiative d'amélioration se traduira par un accroissement de la satisfaction, même si le déterminant est noté comme très important par les répondants.*

## **4. RÉSULTATS DÉTAILLÉS**

---

## 4.1 PROFIL DE LA CLIENTÈLE

---

Les anciens combattants du service de guerre représentent plus de la moitié (54 p. cent) de tous les clients d'ACC qui étaient éligibles à participer à ce sondage (qui avaient eu un contact avec ACC au cours des six mois précédents). Leur profil spécifique influence donc fortement le profil du total de l'échantillon (**voir Tableau 1** à la fin de cette section).

Les répondants des Forces canadiennes (25 p. cent) et les survivants (18 p. cent) composaient une partie beaucoup plus petite de l'ensemble de l'échantillon. Notons toutefois que les survivants ont augmenté en nombre (de 10 p. cent en 2003).

Les clients de la GRC, qui ont été inclus cette année, représentent seulement 2 p. cent de la population totale.

Une seule caractéristique était commune aux quatre groupes, soit que presque tous les répondants ont identifié l'anglais comme langue officielle préférée (90 p. cent en moyenne, variant entre 84 p. cent et 93 p. cent selon le groupe de clients).

### **Spécificités**

Sous plusieurs aspects, le profil des quatre groupes de clients diffère, principalement :

#### 1. **Accès à l'Internet**

- Dans l'ensemble, seulement 40 p. cent des répondants avaient accès à l'Internet, ce qui est beaucoup plus faible que dans la population canadienne en général. Cette faible moyenne cache des réalités très distinctes pour les anciens combattants du service de guerre (25 p. cent) et les survivants (28 p. cent) comparativement aux anciens combattants et clients des Forces canadiennes (77 p. cent) et aux membres actifs et retraités de la GRC (93 p. cent).

#### 2. **Âge**

- Les répondants des Forces canadiennes étaient beaucoup plus jeunes et les répondants de la GRC plus jeunes que ceux des deux autres groupes – près de la moitié des répondants des Forces canadiennes (46 p. cent) et 31 p. cent des clients de la GRC avaient moins de 50 ans au moment du sondage.
- La plupart des anciens combattants du service de guerre (96 p. cent) et près des trois quarts des survivants (76 p. cent) avaient 75 ans ou plus.

#### 3. **Sexe**

- Globalement, 65 p. cent de l'échantillon étaient des hommes, 91 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC, 87 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes, 74 p. cent des anciens combattants du service de guerre mais seulement 9 p. cent des survivants.

#### 4. **Distribution géographique**

- Alors qu'environ quatre répondants sur dix parmi chacun des groupes d'anciens combattants du service de guerre, des survivants et des anciens combattants et clients des Forces canadiennes habitaient en Ontario ou au Québec, c'était le cas de seulement 21 p. cent des clients de la GRC alors que 62 p. cent habitaient dans l'ouest, soit dans les Prairies (29 p. cent) ou en C.-B. (33 p. cent).

#### 5. **Refus récent**

- Peu de survivants (1 p. cent) ou d'anciens combattants du service de guerre (10 p. cent) avaient récemment essuyé un refus à une demande de services d'ACC, alors que 21 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes et 25 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC étaient dans cette situation.

#### 6. **Bureaux d'ACC habituellement contactés**

- Pour les anciens combattants du service de guerre et les survivants, les bureaux habituellement contactés étaient bien répartis à travers le pays. Cependant, une plus grande proportion d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes et de membres actifs et retraités de la GRC étaient concentrés dans quelques bureaux :
  - pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes, on note de fortes incidences à Halifax (12 p. cent), Edmonton (10 p. cent) et à Québec (7 p. cent);
  - pour les clients de la GRC, les bureaux les plus fréquents étaient Penticton (15 p. cent), Vancouver (15 p. cent), Edmonton (11 p. cent), Calgary (8 p. cent) et Ottawa (8 p. cent).

### **Profil de la clientèle comparativement à 2001**

En 2005, un nouveau groupe de clients, les clients de la GRC, a été inclus avec les trois autres. Comme ce groupe représente seulement 2 p. cent de tous les répondants, cette addition a eu un impact très limité sur le profil général des clients.

À part cet ajout, le profil de la clientèle d'ACC était similaire, sur la plupart des aspects, à ce qu'on avait observé en 2001 et en 2003. Nous avons tout de même observé une évolution à certains niveaux, plus précisément :

#### 1. **Taille des groupes de clients**

- Le nombre relatif de survivants en contact avec ACC a augmenté (de 16 p. cent en 2001 et 10 p. cent en 2003) à 19 p. cent cette année, tandis que la proportion d'anciens combattants du service de guerre a diminué de 66 p. cent en 2001 (65 p. cent en 2003) à 54 p. cent en 2005 (une baisse significative de 11 p. cent).

#### 2. **Accès à l'Internet**

- Cette année encore, l'accès à l'Internet a légèrement augmenté, de 35 p. cent en 2003 (26 p. cent en 2001) à 40 p. cent.

### 3. **Sexe**

- Dans l'ensemble, plus de femmes (35 p. cent) ont été en contact avec ACC par rapport aux années précédentes (26 p. cent en 2001 et en 2003).

### 4. **Âge**

- La proportion de clients âgés de 85 ans et plus a augmenté de 10 p. cent en 2001 (14 p. cent en 2003) à 21 p. cent cette année. C'est un élément important puisque les besoins de ce groupe d'âge sont probablement plus grands et plus exigeants ou à tout le moins, différents de ceux des groupes plus jeunes.

### 5. **Entrevue par procuration**

- Cette année, 12 p. cent des entrevues ont été faites avec des proches (18 p. cent des anciens combattants du service de guerre mais seulement 2 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes et 0 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC, comparativement à 7 p. cent en 2001 et 9 p. cent en 2003. Cela pourrait être lié au nombre croissant de clients âgés.

### 6. **Refus récent**

- Dans l'ensemble, 10 p. cent de l'échantillon a essuyé un refus pour un avantage ou un service au cours des six mois précédents, comparativement à 5 p. cent en 2001 et 4 p. cent en 2003.

En tenant compte de ces évolutions importantes dans le profil des clients d'ACC :

- ▶ Il sera important de prendre en compte l'impact des proches, des refus récents et de la taille des groupes de clients les moins satisfaits (les membres actifs et retraités de la GRC et les anciens combattants et clients des Forces canadiennes) lors de l'interprétation de l'évolution des niveaux de satisfaction envers le service offert par ACC.

TABLEAU 1

## PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

EN CONTACT AU COURS DES SIX DERNIERS MOIS	2005					TOTAL 2001 (1 204) %
	Anciens combattants du service de guerre (402) %	Forces canadiennes (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %	TOTAL (1 607) %	
<b>Groupe de clients</b>						
• Anciens combattants du service de guerre	100	---	---	---	54	66
• Anciens combattants et clients des Forces canadiennes	---	100	---	---	25	18
• Survivants	---	---	100	---	19	16
• Membres actifs et retraités de la GRC	---	---	---	100	2	---
<b>Sexe</b>						
• Hommes	74	87	9	91	65	74
• Femmes	26	13	91	9	35	26
<b>Région</b>						
• Atlantique	15	22	20	17	18	20
• Québec	9	16	11	8	11	13
• Ontario	33	29	32	13	31	31
• Prairies	18	19	17	29	19	17
• C.-B.	24	14	20	33	21	20
<b>Internet</b>						
• A accès	25	77	28	93	40	26
• Intention d'accès	2	3	1	1	2	4
<b>Répondant</b>						
• Client	82	98	92	100	88	93
• Par procuration :						
▸ Épouse	11	2	0	0	7	5
▸ Enfant	5	0	7	0	4	2
▸ Autre	2	0	1	0	1	0
<b>Langue de préférence du client</b>						
• Anglais	93	84	91	92	90	90
• Français	7	16	9	8	10	11
<b>Âge</b>						
• Moins de 40 ans	0	19	0	9	5	5
• 40-49 ans	0	27	2	22	8	5
• 50-64 ans	0	25	6	51	9	10
• 65-74 ans	4	22	16	14	11	11
• 75-84 ans	63	7	59	4	47	59
• 85 ans ou plus	33	0	17	0	21	10

N.B. À cause des arrondis, certains résultats ne cumulent pas à 100 p. cent.

EN CONTACT AU COURS DES SIX DERNIERS MOIS	2005					TOTAL 2001 (1 204) %
	Anciens combattants du service de guerre (402) %	Forces canadiennes (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %	TOTAL (1 607) %	
<b>Refus récent d'ACC</b>						
• Oui	10	21	1	25	10	5
• Non	90	79	99	75	90	95
<b>Bureau d'ACC habituellement contacté</b>						
• Charlottetown	1	2	2	2	1	1
• Sydney	2	1	4	1	2	2
• Halifax	7	12	7	6	8	6
• Saint John	2	5	3	4	3	5
• Campbellton	2	2	3	1	2	2
• St.John's	1	1	1	3	1	2
• Corner Brook	1	0	1	1	1	1
• Quebec	2	7	3	1	4	5
• Sherbrooke	1	1	1	0	1	1
• Gatineau	1	2	1	2	1	1
• Montréal	5	7	7	5	6	6
• Mississauga	6	3	4	1	5	3
• Scarborough	2	1	3	0	2	1
• Sunnybrook	0	0	0	0	0	0
• Région de Toronto	3	0	3	0	2	2
• Ottawa	3	5	4	8	4	5
• Kingston	2	2	0	1	2	2
• Peterborough	3	6	4	1	4	4
• Brampton	0	0	0	0	0	0
• Hamilton	3	2	4	1	3	3
• London	6	1	2	0	4	4
• Windsor	2	3	0	0	2	2
• North Bay	2	2	2	0	2	4
• Thunder Bay	0	0	2	0	1	1
• Winnipeg	3	4	5	3	4	2
• Brandon	2	1	1	1	1	2
• Régina	2	1	1	2	1	2
• Saskatoon	4	0	4	4	3	3
• Calgary	5	3	4	8	4	4
• Edmonton	3	10	3	11	5	5
• Vancouver	12	4	10	15	9	6
• Penticton	5	3	5	15	5	5
• Prince George	0	0	0	0	0	1
• Victoria	7	7	5	4	7	6
• Surrey	0	0	0	0	0	2
• Pembroke	1	4	1	0	2	---

N.B. À cause des arrondis, certains résultats ne cumulent pas à 100 p. cent.

## 4.2 TYPES DE CONTACT AVEC ACC

---

### **Incidence de contact**

Dans l'ensemble, comparé à 2001, l'incidence et les types de contact sont demeurés relativement stables.

De tous les clients contactés, 16 p. cent (24 p. cent en 2001) n'avaient pas ou ne se rappelaient pas avoir eu de contact avec ACC au cours des six mois précédents (**voir Tableau 2**) :

- ▶ 17 p. cent des anciens combattants du service de guerre;
- ▶ 8 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes;
- ▶ 26 p. cent des survivants;
- ▶ 8 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC.

Cela semble indiquer que, comme souhaité par ACC, le changement de méthode d'identification des clients en contact dans sa base de données des clients est plus précise que par le passé.

***Seulement les clients qui se rappelaient avoir été en contact avec ACC au cours des six mois précédents ont complété l'entrevue pour fournir leur opinion sur la qualité du service offert par ACC.***

Deux modes de contact arrivent en tête de liste chez tous les groupes de clients :

#### **1. Lettre postale (reçue ou envoyée)**

- 80 p. cent en moyenne (68 p. cent en 2001), variant de 78 p. cent pour les anciens combattants du service de guerre à 90 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC.

#### **2. Appel téléphonique (reçu ou effectué)**

- 61 p. cent en moyenne (59 p. cent en 2001), variant de 67 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC à 57 p. cent pour les survivants.
- Dans l'ensemble, 48 p. cent des répondants se rappelaient avoir eu un contact avec la ligne sans frais dans les 6 derniers mois.
  - De 46 p. cent pour les anciens combattants du service de guerre à 56 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC.
  - Les 13 p. cent restant (61 p. cent téléphone contre 48 p. cent ligne sans frais) ont pu appeler directement un employé s'ils avaient déjà son numéro ou bien n'ont pas réalisé qu'ils appelaient une ligne sans frais.

Trois autres modes de contact semblaient plus spécifiques à certains groupes de clients :

1. **Visite à domicile par un employé d'ACC**

- 19 p. cent en moyenne (en légère diminution par rapport à 26 p. cent en 2001) mais 28 p. cent pour les anciens combattants du service de guerre, et seulement 9 p. cent pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes, 7 p. cent pour les survivants et 2 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC.

2. **Visite à un bureau d'ACC**

- 15 p. cent en moyenne (en baisse par rapport à 20 p. cent en 2001 et 21 p. cent en 2003), particulièrement élevée parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (27 p. cent) et faible parmi les survivants (6 p. cent).

3. **Site Web d'ACC**

- 12 p. cent en moyenne (une augmentation notable par rapport à 2 p. cent en 2001) mais 28 p. cent pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes, et 31 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC, contre seulement 5 p. cent dans le cas des survivants et des anciens combattants du service de guerre.

Le courrier électronique (3 p. cent), une rencontre avec un employé du ministère (5 p. cent) et des sessions d'information en groupe (2 p. cent) sont des types de contact beaucoup moins utilisés.

En combinant tous les modes de contact face à face (visite à un bureau d'ACC, visite au domicile du client, une rencontre lors d'une visite à une autre organisation et sessions de groupe), on observe que le contact face à face était assez répandu (35 p. cent, en baisse par rapport à 48 p. cent en 2001), quoique beaucoup moins que les contacts à distance, tels que par la poste et le téléphone ou d'autres modes électroniques (96 p. cent, en hausse par rapport à 90 p. cent en 2001).

En combinant tous les types de contact à distance (poste, téléphone, courriel, site Web) et en les comparant aux contacts face à face, on note que :

- ▶ 96 p. cent des clients ont eu au moins un contact à distance avec ACC;
- ▶ 64 p. cent des clients ont eu seulement une forme de contact à distance, la majorité au téléphone;
  - 84 p. cent des survivants mais seulement 60 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes et 61 p. cent des anciens combattants du service de guerre.
- ▶ 3 p. cent des clients ont vécu seulement des types de contact face à face, en baisse par rapport à 8 p. cent en 2003 :
  - 2 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes, 1 p. cent des survivants, 1 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC et 6 p. cent des anciens combattants du service de guerre.

- ▶ 32 p. cent des clients ont utilisé à la fois un type de contact en face à face et à distance au moins une fois :
  - 38 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes et 35 p. cent des anciens combattants du service de guerre, mais seulement 21 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC et 14 p. cent des survivants.

### **Difficultés à contacter ACC**

Dix p. cent de tous les répondants ont déclaré avoir eu de la difficulté à contacter ACC au cours des six mois précédents, stable comparativement à 2003 (9 p. cent) et à 2001 (8 p. cent).

- ▶ C'est surtout le cas pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (14 p. cent) et les membres actifs et retraités de la GRC (13 p. cent) qui ont eu plus souvent des difficultés que les anciens combattants du service de guerre (9 p. cent) ou les survivants (8 p. cent). Ceci pourrait être lié au fait que, au-delà de leurs différences démographiques, les anciens combattants et clients des Forces canadiennes ainsi que les membres actifs et retraités de la GRC ont davantage tendance à visiter ou à contacter un bureau d'ACC et d'avoir des contacts face à face avec ACC plus souvent que les autres groupes de clients.

Les mêmes types de difficultés ont été mentionnés par tous les groupes de clients.

- ▶ Ils se sont surtout plaints de :
  - difficultés à obtenir de l'information (18 p. cent, en baisse par rapport à 41 p. cent en 2001 mais stable comparativement à 15 p. cent en 2003);
  - ne pas être rappelés suite à un appel téléphonique (23 p. cent, en baisse par rapport à 41 p. cent en 2001);
  - devoir utiliser un système téléphonique automatisé (55 p. cent, en forte hausse par rapport à 37 p. cent en 2001 mais stable par rapport à 51 p. cent en 2003);
  - changements de personnel / de ne pas pouvoir toujours parler à la même personne / d'avoir été transféré dans une autre ville ou province sont liés aux caractéristiques d'un centre d'appel centralisé. Ces difficultés ont été mentionnées par 3 p. cent des répondants en 2005 (30 p. cent de 10 p. cent ont rencontré une difficulté) tandis que ça n'avait pas été relevé en 2001 ou en 2003.

TABLEAU 2A

**TYPES DE CONTACT AVEC ACC  
– SIX DERNIERS MOIS –**

	<b>TOTAL Clients (1 946)<sup>1</sup> 100%</b>	<b>A. C. du service de guerre (499) 100%</b>	<b>FC (441) 100%</b>	<b>Survivants (561) 100%</b>	<b>GRC (445) 100%</b>
<b>Q1.1 Au cours des 6 derniers mois, avez-vous été en contact avec le ministère des Anciens Combattants... (LIRE EN ROTATION a à h)</b>					
Au moins un type	84	83	92	74	92
Aucun contact avec ACC	16	17	8	26	8
<b>TOTAL*</b>	<b>(1,607)** %</b>	<b>(402) %</b>	<b>(400) %</b>	<b>(402) %</b>	<b>(403) %</b>
a. en écrivant ou recevant une lettre par la poste?	80 <sup>2</sup>	78	85	81	90
b. en téléphonant ou recevant un appel téléphonique?	61	60	66	57	67
c. en envoyant ou recevant un message par courrier électronique?	3	2	7	2	7
d. en visitant un de ses bureaux?	15	13	27	6	17
e. en recevant la visite d'un employé du ministère à votre domicile?	19	28	9	7	2
f. en rencontrant un employé du ministère lors d'une visite à un autre organisme?	5	4	9	3	4
g. en assistant à une séance d'information de groupe?	2	1	5	0	1
h. <b>2001</b> : par l'intermédiaire du site Web du ministère / <b>2003 et 2005</b> : en visitant le site Web d'Anciens Combattants Canada?	12	5	28	5	31

\* **BASE** : Au moins un type de contact avec ACC au cours des 6 derniers mois.

\*\* Les résultats sont basés sur les quatre groupes de clients.

<sup>1</sup> Au total, 1 946 clients ont été contactés dans le cadre du sondage mais seulement 1 607 d'entre eux se rappelaient avoir eu un contact avec ACC au cours des 6 mois précédents. Seulement ceux qui se rappelaient d'un tel contact ont complété l'entrevue.

<sup>2</sup> Chaque répondant pouvait mentionner plus d'un type de contact. Les pourcentages totalisent donc plus de 100 p. cent.

TABLEAU 2A

**TYPES DE CONTACT AVEC ACC**  
**– SIX DERNIERS MOIS –**  
(Suite)

TOTAL*	TOTAL Clients (1 607)** 100%	A. C. du service de guerre (402) 100%	FC (400) 100%	Survivants (402) 100%	GRC (403) 100%
--------	------------------------------------	---	---------------------	-----------------------------	----------------------

**Q1.2a Au cours des 6 derniers mois, avez-vous eu des difficultés à contacter le ministère des Anciens Combattants?**

Oui	10	9	14	8	13
No / Nsp/Nrp	90	91	86	92	87

**Q1.2b Quel genre de difficultés?**

	(182)*** %	(43) %	(56) %	(32) %	(51) %
Ils changent trop souvent d'employés	6	7	1	15	5
Difficile d'obtenir de l'information	18	18	13	32	13
Pas de retour d'appels	23	24	21	20	27
Pas de contact direct avec les gens (répondeur, système automatisé)	55	62	57	31	41
Long d'avoir de l'information par courrier	6	7	8	0	2
Pas toujours le même interlocuteur	11	7	14	17	19
Transféré dans un centre d'appel lointain	13	15	11	12	13
Processus trop long	6	5	7	3	11
Suivi déficient des demandes	6	4	8	8	9
Autres	5	4	6	5	6
Nsp/Nrp	4	5	5	0	1

\* **BASE :** Au moins un type de contact avec ACC au cours des 6 derniers mois.

\*\* Les résultats sont basés sur les quatre groupes de clients.

\*\*\* **BASE :** A éprouvé des difficultés en contactant ACC au cours des 6 derniers mois.

**TABLEAU 2B**

**TYPES DE CONTACT AVEC ACC  
– SIX DERNIERS MOIS –**

	<b>TOTAL 2005 (1 946)<sup>1</sup> 100%</b>	<b>TOTAL 2003 (2 042) 100%</b>	<b>TOTAL 2001 (1 651) 100%</b>	<b>DIFF. vs 2001 %</b>
--	--	--	--	--------------------------------

**Q1.1 Au cours des 6 derniers mois, avez-vous été en contact avec le ministère des Anciens Combattants...** (LIRE EN ROTATION a à h)

Au moins un type	84	75	76	+7
Aucun contact avec ACC	16	25	24	-7

<b>TOTAL *</b>	<b>(1 607)** %</b>	<b>(1 447) %</b>	<b>(1 204) %</b>	
a. en écrivant ou recevant une lettre par la poste?	80 <sup>2</sup>	71	68	+12
b. en téléphonant ou recevant un appel téléphonique?	61	63	59	+2
c. en envoyant ou recevant un message par courrier électronique?	3	3	2	+1
d. en visitant un de ses bureaux?	15	21	20	-5
e. en recevant la visite d'un employé du ministère à votre domicile?	19	25	26	-7
f. en rencontrant un employé du ministère lors d'une visite à un autre organisme?	5	7	11	-6
g. en assistant à une séance d'information de groupe?	2	4	2	0
h. <b>2001</b> : par l'intermédiaire du site Web du ministère / <b>2003 et 2005</b> : en visitant le site Web d'Anciens Combattants Canada?	12	9	2	+9

\* **BASE** : Au moins un type de contact avec ACC au cours des 6 derniers mois.

\*\* Les résultats basés sur les trois mêmes groupes de clients qu'en 2001 et 2003.

<sup>1</sup> Au total, 1 946 clients ont été contactés dans le cadre du sondage mais seulement 1 607 d'entre eux se rappelaient avoir eu un contact avec ACC au cours des 6 mois précédents. Seulement ceux qui se rappelaient d'un tel contact ont complété l'entrevue.

<sup>2</sup> Chaque répondant pouvait mentionner plus d'un type de contact. Les pourcentages totalisent donc plus de 100 p. cent.

**TABLEAU 2B** **TYPES DE CONTACT AVEC ACC**  
**- SIX DERNIERS MOIS -**  
(Suite)

TOTAL*	TOTAL 2005 (1 607)** 100%	TOTAL 2003 (1 447) 100%	TOTAL 2001 (1 204) 100%	DIFF. vs 2001 %
<b>Q1.2a Au cours des 6 derniers mois, avez-vous eu des difficultés à contacter le ministère des Anciens Combattants?</b>				
Oui	10	9	8	+2
Non / Nsp/Nrp	90	91	92	-2
<b>Q1.2b Quel genre de difficultés?</b>				
	(182)*** %	(140) %	(110) %	
Ils changent trop souvent d'employés	6	5	8	-2
Difficile d'obtenir de l'information	18	15	41	-23
Pas de retour d'appels	23	35	41	-18
Pas de contact direct avec les gens (répondeur, système automatisé)	55	51	37	+18
Autre	42	24	3	+34
Nsp/Nrp	4	3	10	-6

\* **BASE** : Au moins un type de contact avec ACC au cours des 6 derniers mois.

\*\* Les résultats basés sur les trois mêmes groupes de clients qu'en 2001 et 2003.

\*\*\* **BASE** : A éprouvé des difficultés en contactant ACC au cours des 6 derniers mois.

## 4.3 MOYENS PRÉFÉRÉS POUR CONTACTER ACC

Les moyens préférés pour contacter ACC sont les mêmes qu'en 2001, avec une très faible tendance à préférer les communications par l'Internet ou le courriel.

Tous groupes de clients confondus, le téléphone est de loin le moyen préféré de communication avec ACC parmi les cinq méthodes sondées (**voir le Tableau 3**).

- ▶ En moyenne, 61 p. cent préféraient le téléphone à toute autre façon de communiquer avec ACC et seulement 7 p. cent ont identifié le téléphone comme étant le moyen de contact avec ACC qu'ils préféraient le moins (59 p. cent au premier rang et 5 p. cent au dernier rang des préférences en 2001).

Le contact en personne se situe au second rang des moyens de communication préférés pour la plupart des groupes de clients.

- ▶ En moyenne, 19 p. cent préféraient les contacts en personne alors que seulement 5 p. cent le plaçaient au dernier rang.
  - Le contact en personne se situe au second rang parmi les anciens combattants du service de guerre (20 p. cent préféré et 3 p. cent le moins aimé), les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (21 p. cent préféré et 6 p. cent le moins aimé) et les membres actifs et retraités de la GRC (12 p. cent préféré et 13 p. cent le moins aimé).

La poste se situe au deuxième rang parmi les survivants (17 p. cent préféré et 10 p. cent le moins aimé), devant les contacts en personne (14 p. cent préféré et 4 p. cent le moins aimé).

- ▶ Parmi les trois autres groupes de clients, comme lors des sondages précédents, même si la poste était le mode de contact le plus fréquent avec ACC, il n'était pas très apprécié, particulièrement par les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (8 p. cent préféré et 26 p. cent le moins aimé) et les membres actifs et retraités de la GRC (11 p. cent préféré et 24 p. cent le moins aimé).
- ▶ Seulement 1 p. cent des clients sondés ont déclaré qu'ils préféraient l'Internet comme moyen pour contacter ACC tandis que 34 p. cent ont dit qu'ils le préféraient le moins.
  - Même ceux qui avaient accès à l'Internet au moment de l'entrevue avaient tendance à ne pas aimer cette méthode de contact (1 p. cent préféré et 23 p. cent le moins aimé).

Ces résultats illustrent clairement l'importance pour ACC d'entretenir un système téléphonique performant. En général, c'est aussi le cas de la grande majorité des organisations publiques et privées, mais le très faible intérêt manifesté par les clients d'ACC, plus particulièrement les anciens combattants du service de guerre et les survivants, envers l'Internet et, partant de là, pour le site Web d'ACC, est de loin moindre que l'importance qu'ils accordent à un bon système téléphonique et remet en doute le rôle que le site Web d'ACC pourrait jouer dans le processus d'accès ou de demande en ligne.

**TABLEAU 3A MOYENS PRÉFÉRÉS LE PLUS ET LE MOINS POUR CONTACTER ACC**

Q1.3a Parmi les moyens suivants, lequel préférez-vous utiliser pour contacter Anciens Combattants Canada? (LIRE EN ROTATION / NOTER UNE RÉPONSE)

Q1.3b Et quel moyen aimeriez-vous le moins? (NOTER UNE RÉPONSE)

	TOTAL Clients (1 607) * 100%	A. C. du service de guerre (402) 100%	FC (400) 100%	Survivants (402) 100%	GRC (403) 100%
<b>En personne</b>					
• Le plus	19	20	21	14	12
• Le moins	5	3	6	4	13
• Préférence nette <sup>1</sup>	14	17	15	10	-1
<b>Par téléphone</b>					
• Le plus	61	62	63	56	60
• Le moins	7	5	9	7	8
• Préférence nette	54	57	54	49	52
<b>Par l'Internet (faire une demande en ligne)</b>					
• Le plus	1	0	2	0	1
• Le moins	34	38	25	41	17
• Préférence nette	-33	-38	-23	-41	-16
<b>Par courrier électronique</b>					
• Le plus	3	2	6	2	13
• Le moins	23	22	24	22	22
• Préférence nette	-20	-20	-18	-20	-9
<b>Par la poste</b>					
• Le plus	15	15	8	27	11
• Le moins	14	10	26	10	24
• Préférence nette	1	5	-18	17	-13
<b>Aucun n'est préféré le plus</b>	1	1	0	2	2
<b>Aucun n'est préféré le moins</b>	17	21	10	16	15

\* Résultats basés sur les quatre groupes de clients.

<sup>1</sup> Préférence nette = (% préféré - % le moins).

**TABLEAU 3B MOYENS PRÉFÉRÉS LE PLUS ET LE MOINS  
POUR CONTACTER ACC  
– COMPARAISON AVEC 2001 –**

Q1.3a Parmi les moyens suivants, lequel préférez-vous utiliser pour contacter Anciens Combattants Canada? (LIRE EN ROTATION / NOTER UNE RÉPONSE)

Q1.3b Et quel moyen aimeriez-vous le moins? (NOTER UNE RÉPONSE)

	TOTAL 2005 (1 607)* %	TOTAL 2003 (1 447) %	TOTAL 2001 (1 204) %	DIFF. vs 2001 %
<b>En personne</b>				
• Le plus	19	24	22	-3
• Le moins	5	5	5	0
• Préférence nette <sup>1</sup>	14	19	17	-3
<b>Par téléphone</b>				
• Le plus	61	58	59	+2
• Le moins	7	6	5	+2
• Préférence nette	54	52	54	0
<b>Par l'Internet (faire une demande en ligne)</b>				
• Le plus	1	0	1	0
• Le moins	34	44	44	-10
• Préférence nette	-33	-44	-43	+10
<b>Par courrier électronique</b>				
• Le plus	3	2	2	+1
• Le moins	23	23	22	+1
• Préférence nette	-20	-21	-20	0
<b>Par la poste</b>				
• Le plus	15	14	15	0
• Le moins	14	13	13	+1
• Préférence nette	1	1	2	-1
<b>Aucun n'est préféré le plus</b>	1	1	1	0
<b>Aucun n'est préféré le moins</b>	17	10	11	+6

\* Résultats basés sur les trois mêmes groupes de clients qu'en 2001 et 2003.

<sup>1</sup> Préférence nette = (% préféré - % le moins).

## 4.4 SOURCES D'INFORMATION PRÉFÉRÉES SUR LES PROGRAMMES ET SERVICES D'ACC

---

Comme en 2001, le matériel imprimé domine les six sources d'information sur les programmes et services d'ACC, comme en témoignent les mentions relatives aux bulletins d'information et aux brochures / dépliant à titre de sources préférées d'information (**voir le Tableau 4**), mais pour une deuxième fois de suite, les brochures et dépliant semblent perdre en popularité au profit des bulletins d'information. Un autre changement à noter concerne l'Internet, qui est moins fortement rejeté qu'en 2001, même s'il demeure l'une des sources d'information les moins aimées au sujet des programmes et services d'ACC.

### 1. Bulletins d'information

- En moyenne, près de la moitié de tous les répondants (45 p. cent) ont placé les bulletins d'information en tête de liste de leurs préférences, mais un peu moins les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (41 p. cent) et les membres actifs et retraités de la GRC (39 p. cent).
  - Très peu de répondants ont classé les bulletins d'information au dernier rang de leurs préférences (3 p. cent).

### 2. Brochures / dépliant

- En moyenne, 18 p. cent ont dit préférer les brochures / dépliant, dans des proportions comparables pour les trois groupes de clients. Très peu (4 p. cent) ont classé cette source d'information sur les programmes et services d'ACC au dernier rang de leur préférence.

### 3. La Légion royale canadienne et d'autres organismes de vétérans (15 p. cent préféré et 10 p. cent le moins aimé) sont aussi souvent préférés que les brochures mais moins parmi les membres actifs et retraités de la GRC (6 p. cent préféré et 18 p. cent le moins aimé) que parmi les autres groupes de clients.

Les autres moyens, tel que le site Web, n'ont pas été identifiés comme des méthodes aimées pour obtenir de l'information au sujet des programmes et services d'ACC (5 p. cent préféré comparativement à 38 p. cent le moins aimé).

Bien que l'Internet demeure l'une des sources d'information les moins préférées pour les programmes et services d'ACC, il n'est pas aussi fortement rejeté qu'en 2001, alors que plus de la moitié des répondants avaient dit que c'était le moyen qu'ils aimaient le moins (56 p. cent contre 38 p. cent cette année).

- Ces tendances s'observent même parmi ceux qui avaient accès à l'Internet (1 p. cent préféré contre 23 p. cent le moins aimé).

Encore une fois, on observe un faible intérêt pour l'Internet comme moyen pour obtenir de l'information sur les programmes et services d'ACC. Les résultats de cette année renforcent l'opinion exprimée lors des années précédentes, à savoir que pour l'information au sujet des programmes et services d'ACC, une approche traditionnelle de "push" plutôt que de "pull" devrait être privilégiée.

**TABLEAU 4A SOURCES D'INFORMATION PRÉFÉRÉES ET LES MOINS AIMÉES SUR LES PROGRAMMES ET SERVICES**

Q1.4a Parmi les moyens que peuvent utiliser Anciens Combattants Canada pour vous informer à propos de leurs programmes et services, dites-moi lequel préférez-vous? (LIRE EN ROTATION / NOTER UNE RÉPONSE)

Q1.4b Et quel moyen aimeriez-vous le moins? (NOTER UNE RÉPONSE)

	TOTAL Clients (1 607)* 100%	A. C. du service de guerre (402) 100%	FC (400) 100%	Survivants (402) 100%	GRC (403) 100%
<b>Publicité dans les médias (p. ex. : journaux, radio, télé)</b>					
• Le plus	2	2	2	4	2
• Le moins	12	11	18	8	22
• Préférence nette <sup>1</sup>	-10	-9	-16	-4	-20
<b>Brochures/dépliants (p. ex. : à une base des FC, aux bureaux d'ACC ou dans le courrier)</b>					
• Le plus	18	17	19	17	22
• Le moins	4	4	6	2	5
• Préférence nette	14	13	13	15	17
<b>Information sur l'Internet</b>					
• Le plus	5	1	13	1	22
• Le moins	38	42	29	43	14
• Préférence nette	-33	-41	-16	-42	8
<b>Bulletins d'information</b>					
• Le plus	45	45	41	52	39
• Le moins	3	3	2	3	3
• Préférence nette	42	42	39	49	36
<b>Sessions de groupe d'information</b>					
• Le plus	2	1	4	1	4
• Le moins	10	7	17	9	22
• Préférence nette	-8	-6	-13	-8	-18
<b>La Légion royale canadienne ou un autre organisme d'anciens combattants</b>					
• Le plus	15	18	11	12	6
• Le moins	10	8	11	11	18
• Préférence nette	5	10	0	1	-12
<b>Autre</b>					
• Le plus	9	11	7	9	3
• Le moins	3	3	3	1	1
• Préférence nette	6	8	4	8	2
<b>Aucun n'est préféré le plus</b>	4	5	3	4	3
<b>Aucun n'est préféré le moins</b>	21	24	14	23	16

\* Résultats basés sur les quatre groupes de clients.

<sup>1</sup> Préférence nette = (% préféré - % le moins aimé).

**TABLEAU 4B SOURCES D'INFORMATION PRÉFÉRÉES ET LES MOINS  
AIMÉES SUR LES PROGRAMMES ET SERVICES  
- COMPARAISON AVEC 2001 -**

Q1.4a Parmi les moyens que peuvent utiliser Anciens Combattants Canada pour vous informer à propos de leurs programmes et services, dites-moi lequel préférez-vous? (LIRE EN ROTATION / NOTER UNE RÉPONSE)

Q1.4b Et quel moyen aimeriez-vous le moins? (NOTER UNE RÉPONSE)

	TOTAL 2005 (1 607)* %	TOTAL 2003 (1 447) %	TOTAL 2001 (1 204) %	DIFF. vs 2001 %
<b>Publicité dans les médias (p. ex. : journaux, radio, télé)</b>				
• Le plus	2	3	1	+1
• Le moins	12	9	8	+4
• Préférence nette <sup>1</sup>	-10	-6	-7	-3
<b>Brochures/dépliants (p. ex. : à une base des FC, aux bureaux d'ACC ou dans le courrier)</b>				
• Le plus	18	25	30	-12
• Le moins	4	3	3	+1
• Préférence nette	14	22	27	-13
<b>Information sur l'Internet</b>				
• Le plus	5	4	4	+1
• Le moins	38	52	56	-18
• Préférence nette	-33	-48	-52	+19
<b>Bulletins d'information</b>				
• Le plus	45	43	32	+13
• Le moins	3	3	2	+1
• Préférence nette	42	40	30	+12
<b>Sessions de groupe d'information</b>				
• Le plus	2	2	3	-1
• Le moins	10	10	8	+2
• Préférence nette	-8	-8	-5	+3
<b>La Légion royale canadienne ou un autre organisme d'anciens combattants</b>				
• Le plus	15	16	19	-4
• Le moins	10	5	7	+3
• Préférence nette	5	13	12	-7
<b>Autre</b>				
• Le plus	9	2	3	+6
• Le moins	3	2	1	+2
• Préférence nette	6	0	2	+4
<b>Aucun n'est préféré le plus</b>	4	5	7	-3
<b>Aucun n'est préféré le moins</b>	21	15	15	+6

\* Résultats basés sur les trois mêmes groupes de clients qu'en 2001 et 2003.

<sup>1</sup> Préférence nette = (% préféré - % le moins aimé).

## 4.5 LES CLIENTS ET L'INTERNET

---

### Accès

Comme nous avons pu le constater précédemment, 40 p. cent des clients déclarent avoir accès à l'Internet, ce qui est un niveau nettement inférieur à ce qu'on peut observer en moyenne dans la population canadienne adulte (plus de 65 p. cent).

- ▶ Il s'agit toutefois d'une augmentation significative par rapport à 2001 (26 p. cent) et à 2003 (35 p. cent).
- ▶ Les anciens combattants du service de guerre (25 p. cent contre 21 p. cent en 2003) et les survivants (28 p. cent contre 20 p. cent en 2003) sont peu nombreux à pouvoir interagir avec ACC par l'entremise de l'Internet, mais ces niveaux sont en hausse significative par rapport à 2003, pour les deux groupes.
- ▶ Par contre, beaucoup plus d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes (77 p. cent, stable par rapport à 2003) et de membres actifs et retraités de la GRC (93 p. cent) ont accès à l'Internet que les survivants ou les anciens combattants du service de guerre.
- ▶ Cette différence entre les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et les membres actifs et retraités de la GRC et les autres groupes de clients dans leur capacité à utiliser l'Internet devrait se maintenir encore longtemps puisque seulement 1 p. cent des survivants et 2 p. cent des anciens combattants du service de guerre ont l'intention de se brancher à l'Internet au cours de la prochaine année.
- ▶ *Ainsi, à court terme, le nombre de clients qui pourraient accéder au site Web d'ACC ne dépasse pas les 43 p. cent. Seuls les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et les membres actifs et retraités de la GRC (les deux groupes de clients les plus insatisfaits de la qualité du service, comme on le verra plus loin) représentent un segment de la clientèle où ACC en ligne pourrait avoir un impact notable.*

### Communication avec ACC

Les résultats de ce sondage indiquent cependant que ACC en ligne n'est pas actuellement un moyen susceptible d'améliorer rapidement les communications avec la clientèle, ni leur satisfaction, y compris chez les anciens combattants et clients des Forces canadiennes.

- ▶ Seulement 2 p. cent de tous les clients ont été informés par l'Internet sur les programmes et services offerts par ACC;
- ▶ Seulement 14 p. cent des clients ont été en contact avec ACC, soit par courriel ou en ligne, une légère augmentation par rapport à 2003 (9 p. cent);
- ▶ Seulement 1 p. cent des clients préféreraient l'Internet pour contacter ACC et 5 p. cent pour s'informer sur les programmes et services offerts par ACC.

Ces constats varient peu d'une région à l'autre du pays et d'un groupe de clients à l'autre, même pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (dont 77 p. cent ont accès à l'Internet) et les membres actifs et retraités de la GRC (93 p. cent). L'attrait de l'Internet comme moyen pour communiquer avec ACC ou d'obtenir de l'information sur ses programmes et services demeure très faible.

### **Intérêt à utiliser le site Web d'ACC**

Des N=930 clients qui avaient ou qui prévoient obtenir un accès à l'Internet, environ les deux tiers utiliseraient l'Internet pour :

- ▶ obtenir de l'information au sujet des bénéfices offerts par ACC (72 p. cent, stable par rapport à 2003);
- ▶ se renseigner sur l'état de leur demande (65 p. cent, stable par rapport à 63 p. cent en 2003);
- ▶ accéder en ligne à des informations personnelles (61 p. cent, non demandé en 2003);
- ▶ faire une demande pour les bénéfices ou services offerts par ACC (54 p. cent, stable par rapport à 50 p. cent en 2003).
  - Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et les membres actifs et retraités de la GRC seraient plus enclins que les deux autres groupes de clients à utiliser l'Internet pour chacun de ces usages.

Le niveau d'importance accordée au fait de pouvoir utiliser l'Internet pour ces utilisations était plus faible que le niveau d'intérêt à les utiliser, bien que légèrement :

- ▶ obtenir de l'information au sujet des bénéfices offerts par ACC (54 p. cent, stable par rapport à 50 p. cent en 2003);
- ▶ se renseigner sur l'état de leur demande (47 p. cent, plus faible que le 56 p. cent de 2003);
- ▶ faire une demande pour les bénéfices ou services offerts par ACC (43 p. cent, stable par rapport à 43 p. cent en 2003);
- ▶ 48 p. cent des clients trouveraient important de pouvoir accéder à de l'information personnelle en ligne (non demandé en 2003).
  - Encore une fois, les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et les membres actifs et retraités de la GRC ont des cotes moyennes d'importance plus élevées que les survivants et les anciens combattants du service de guerre.

Parmi les clients qui ont indiqué qu'ils n'utiliseraient l'Internet pour aucun de ces usages, bien qu'ils y aient accès ou aient l'intention d'y obtenir l'accès, les principaux motifs de leur réticence étaient :

- ▶ manque d'aptitudes techniques (25 p. cent);
- ▶ préoccupations quant à la sécurité de l'information personnelle (19 p. cent);
- ▶ trop impersonnel (18 p. cent);
- ▶ n'a pas accès à un ordinateur (13 p. cent);
- ▶ site pas assez convivial (8 p. cent).

**TABLEAU 5A LES CLIENTS ET L'INTERNET**

<b>BASE : TOTAL DE L'ÉCHANTILLON</b>	<b>TOTAL Clients (1 607) %</b>	<b>A. C. du service de guerre (402) %</b>	<b>FC (400) %</b>	<b>Survivants (402) %</b>	<b>GRC (403) %</b>
<b>Accès à l'Internet</b>					
• Actuellement	40	25	77	28	93
• Prévu d'ici un an	2	2	3	1	1
• Total potentiel	42	27	81	30	94
<b>Mode préféré de contact avec ACC</b>					
• Le plus	1	0	2	0	1
• Le moins	34	38	25	41	17
• Différentiel	-33	-38	-23	-41	-16
<b>Mode préféré d'information sur ACC</b>					
• Le plus	5	1	13	1	22
• Le moins	38	42	29	43	14
• Différentiel	-33	-41	-16	-42	8
<b>Contact avec ACC – 6 derniers mois</b>					
• Courriel	3	2	7	2	7
• Site Web d'ACC	12	5	28	5	31
• L'un ou l'autre	14	7	31	7	33
<b>A utilisé le site Web d'ACC pour obtenir de l'information</b>	13	5	33	7	38
<b>Source de notoriété des programmes et services d'ACC</b>	2	1	6	1	3

**TABLEAU 5A**
**LES CLIENTS ET L'INTERNET**

(Suite)

<b>BASE : A ACCÈS À L'INTERNET OU INTENTION DE S'ABONNER</b>	<b>TOTAL Clients (930) %</b>	<b>A. C. du service de guerre (108) %</b>	<b>FC (325) %</b>	<b>Survivants (118) %</b>	<b>GRC (379) %</b>
--	------------------------------	---	-------------------	---------------------------	--------------------

**Utiliserait l'Internet pour...**

Obtenir de l'information en ligne sur les avantages d'ACC	73	61	82	62	86
Faire une demande d'avantages et de services d'ACC en ligne	55	42	64	48	68
Se renseigner en ligne sur l'état de leur demande	65	52	76	56	78
Accéder en ligne à vos informations personnelles	62	49	73	50	80

<b>Raisons pour ne pas l'utiliser</b>	<b>(432)</b>	<b>(70)</b>	<b>(144)</b>	<b>(71)</b>	<b>(147)<sup>1</sup></b>
Manque d'aptitudes techniques	25	37	12	27	8
Préoccupation quant à la sécurité de l'information personnelle sur l'Internet	19	13	22	30	26
Trop impersonnel	18	14	22	17	19
Pas facile d'utilisation	8	9	5	11	7
Pas accès à un ordinateur / Internet	13	14	13	11	5
Aucun intérêt pour l'Internet	8	8	5	16	6
Autres	15	16	16	11	10
Nsp/Nrp	15	9	21	8	33

<b>Important<sup>2</sup> de pouvoir utiliser l'Internet pour...</b>	<b>(930)</b>	<b>(108)</b>	<b>(325)</b>	<b>(118)</b>	<b>(379)</b>
Obtenir de l'information en ligne sur les avantages d'ACC	55	39	67	48	68
Faire une demande d'avantages et de services d'ACC en ligne	43	31	52	39	56
Se renseigner en ligne sur l'état de leur demande	48	30	63	36	65
Accéder en ligne à vos informations personnelles	48	36	58	36	58

<sup>1</sup> *N'utilisera pas l'Internet dans le futur.*

<sup>2</sup> *Les 2 cases supérieures (4 - important et 5 - très important cumulés). « Ne sait pas » a été exclu des calculs.*

**TABLEAU 5B**

**LES CLIENTS ET L'INTERNET  
- COMPARAISON AVEC 2001 -**

<b>BASE : TOTAL DE L'ÉCHANTILLON</b>	<b>TOTAL 2005 (1 607) %</b>	<b>TOTAL 2003 (1 447) %</b>	<b>TOTAL 2001 (1 204) 100%</b>	<b>DIFF. vs 2001 %</b>
<b>Accès à l'Internet</b>				
• Actuellement	40	35	26	+14
• Prévu d'ici un an	2	4	4	-2
• Total potentiel	42	39	30	+12
<b>Mode préféré de contact avec ACC</b>				
• Le plus	1	0	3	-2
• Le moins	34	44	66	-32
• Différentiel	-33	-44	-63	+30
<b>Mode préféré d'information sur ACC</b>				
• Le plus	5	4	4	+1
• Le moins	38	52	56	-18
• Différentiel	-33	-48	-52	+19
<b>Contact avec ACC – 6 derniers mois</b>				
• Courriel	3	3	2	+1
• Site Web d'ACC	12	9	2	+10
• L'un ou l'autre	14	12	4	+10
<b>A utilisé le site Web d'ACC pour obtenir de l'information</b>	13	9		
<b>Source de notoriété des programmes et services d'ACC</b>	2	1	1	+1

**TABLEAU 5B**

**LES CLIENTS ET L'INTERNET  
- COMPARAISON AVEC 2001 -  
(Suite)**

<b>BASE : A ACCÈS À L'INTERNET OU INTENTION DE S'ABONNER</b>	<b>TOTAL 2005 (930) %</b>	<b>TOTAL 2003 (604) %</b>		
<b>Utiliserait l'Internet pour...</b>				
Obtenir de l'information en ligne sur les avantages d'ACC	73	72		
Faire une demande d'avantages et de services d'ACC en ligne	55	50		
Se renseigner en ligne sur l'état de leur demande	65	63		
Accéder en ligne à vos informations personnelles	62			
<b>Raisons pour ne pas l'utiliser <sup>1</sup></b>			<b>(432)</b>	<b>(337)</b>
Manque d'aptitudes techniques	25	23		
Préoccupation quant à la sécurité de l'information personnelle sur l'Internet	19	14		
Trop impersonnel	18	25		
Pas facile d'utilisation	8	16		
Pas accès à un ordinateur / Internet	13			
Aucun intérêt pour l'Internet	8			
Autres	15	4		
Nsp/Nrp	15	12		
<b>Important<sup>2</sup> de pouvoir utiliser l'Internet pour...</b>			<b>(430)</b>	<b>(604)</b>
Obtenir de l'information en ligne sur les avantages d'ACC	55	53		
Faire une demande d'avantages et de services d'ACC en ligne	43	43		
Se renseigner en ligne sur l'état de leur demande	48	56		
Accéder en ligne à vos informations personnelles	48			

<sup>1</sup> **Base** : n'utiliseront pas l'Internet à l'avenir.

<sup>2</sup> Les 2 cases supérieures (4 - important et 5 - très important cumulés). « Ne sait pas » a été exclu des calculs.

## 4.6 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES

### RÉSULTATS 2005

#### Aperçu des cotes de satisfaction

La moyenne des cotes de satisfaction obtenues par les dix déterminants de la satisfaction à l'égard de l'accès aux services a été de 79,4 p. cent (**voir le Tableau 6a**).

- ▶ Cette cote moyenne de satisfaction est la plus faible des trois principales catégories de service couvertes lors de ce sondage (incluant les communications et le service offert par le personnel).
- ▶ Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (cote moyenne de satisfaction 73,9 p. cent) et les membres actifs et retraités de la GRC (cote moyenne de 73,3 p. cent) étaient nettement moins satisfaits que les anciens combattants du service de guerre (81,6 p. cent) et que les survivants (85,8 p. cent).
- ▶ Les clients de l'Ontario (83,4 p. cent) étaient plus satisfaits que ceux des Prairies (71,2 p. cent) ou de la C.-B. (75,5 p. cent).
- ▶ Les clients de l'Ontario ont été parmi les moins satisfaits en 2003 (81,5 p. cent).
- ▶ Les clients du Québec (81,1 p. cent) et de l'Atlantique (81,8 p. cent) ont été plus satisfaits avec l'accès aux services que la moyenne.

#### Cotes de satisfaction les plus élevées et les plus faibles

Les cotes de satisfaction de l'accès aux services les plus élevées étaient pour :

- ▶ la facilité d'accès aux édifices (88 p. cent);
- ▶ les heures de service (86 p. cent);
- ▶ le temps d'attente pour un rendez-vous (82 p. cent);
- ▶ les façons disponibles pour entrer en contact (82 p. cent).

Les cotes de satisfaction les moins élevées étaient pour :

- ▶ le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite (71 p. cent dans l'ensemble mais 55 p. cent parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et 59 p. cent parmi les membres actifs et retraités de la GRC);
- ▶ le stationnement (74 p. cent; 89 p. cent au Québec mais seulement 41 p. cent dans les Prairies);

- ▶ le temps d'attente au téléphone (76 p. cent dans l'ensemble; 69 p. cent dans les Prairies et 70 p. cent en C.-B.);
- ▶ la facilité d'accès par téléphone (76 p. cent dans l'ensemble; 82 p. cent en Atlantique mais seulement 73 p. cent au Québec et en C.-B.).

Rappelons que la faiblesse d'une cote de satisfaction n'est pas en soi une information suffisante pour permettre d'identifier un besoin d'amélioration. Pour cela, il faut mettre en rapport les cotes de satisfaction avec les notes d'importance attribuées aux déterminants, de façon à identifier les priorités d'amélioration.

### **Aperçu des notes d'importance**

Les dix déterminants reliés à l'accès aux services ont obtenu, en moyenne, une note d'importance de 78,9 p. cent (**voir le Tableau 6a**). Les trois groupes de clients ont accordé à ces déterminants des notes d'importance à peu près égales (entre 78,4 p. et 82,3 p. cent en moyenne) mais les membres actifs et retraités de la GRC accordaient beaucoup moins d'importance à ces déterminants, en moyenne (71,7 p. cent).

- ▶ Les clients de l'Atlantique accordaient plus d'importance à ces déterminants, en moyenne (83 p. cent) que les clients des Prairies (72,9 p. cent) ou de la C.-B. (76 p. cent).

### **Notes d'importance les plus élevées et les plus faibles**

Trois déterminants ont reçu des notes d'importance nettement plus élevées que les autres parmi les dix évalués dans cette section :

- ▶ le temps d'attente pour un rendez-vous (88 p. cent, particulièrement élevé en Ontario – 91 p. cent);
- ▶ le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite (88 p. cent, particulièrement élevé dans les Prairies – 94 p. cent);
- ▶ la facilité d'accès par téléphone (86 p. cent).

Trois déterminants ont reçu des notes d'importance plus faibles :

- ▶ les écriteaux et les indications vers les bureaux (68 p. cent mais 56 p. cent parmi les membres actifs et retraités de la GRC);
- ▶ les heures de service (72 p. cent mais 63 p. cent parmi les membres actifs et retraités de la GRC);
- ▶ le stationnement (76 p. cent mais 61 p. cent parmi les membres actifs et retraités de la GRC).

En 2001, les mêmes déterminants avaient reçu les notes d'importance les plus fortes et les plus faibles.

## Analyse des écarts de satisfaction

L'analyse des quadrants (voir **section 4.12**) nous a permis d'identifier les meilleures perspectives d'amélioration, soit les déterminants dont la note d'importance est au-dessus de la moyenne et la cote de satisfaction sous la moyenne. De façon à raffiner le choix des déterminants de service dont l'amélioration est prioritaire, en les mettant en ordre de priorité, nous avons procédé à une analyse des écarts de satisfaction.

Cette analyse calcule, pour chaque déterminant de satisfaction, l'écart en points de pourcentage entre la proportion de clients satisfaits (deux cases supérieures<sup>1</sup>) et ceux qui l'ont noté important. Les déterminants pour lesquels la proportion de clients satisfaits est inférieure à la proportion de clients qui les ont notés importants ont un déficit de satisfaction : plus le déficit est grand, plus il est prioritaire d'améliorer la satisfaction sur ce déterminant.

Pour l'accès aux services, la cote de satisfaction moyenne (79,4 p. cent) est supérieure à la note d'importance moyenne (78,9 p. cent) de 0,5 point (**voir le Tableau 6b**).

- ▶ Ce surplus signale que les clients sont généralement satisfaits à l'égard de l'accès aux services, une situation qui n'appelle vraisemblablement pas d'actions correctives urgentes sur l'ensemble de cette catégorie de service.
- ▶ Parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes, on note un déficit de satisfaction de -5,1 points. Une analyse détaillée des évaluations de chaque déterminants nous permettra de mieux comprendre si, pour ce groupe de clients, le déficit est généralisé à l'ensemble de la catégorie de service ou spécifique à certains de ses déterminants.
- ▶ Dans la plupart des régions, on observe un état de quasi-équilibre (allant d'un déficit de satisfaction de -1,7 point en C.-B. à un surplus de satisfaction surplus de +2,1 points en Ontario).
- ▶ En 2003, la C.-B. montrait un surplus de satisfaction de +15,4 points, ce qui semble indiquer que la situation dans cette province s'est significativement détériorée par rapport à ce qu'elle était il y a deux ans.

De façon détaillée, on observe un surplus de satisfaction (cote de satisfaction plus élevée que la note d'importance) pour cinq des dix déterminants.

- ▶ On observe un léger déficit pour deux déterminants :
  - le stationnement (-2 points);
  - le temps d'attente au téléphone (-3 points; - 9 points parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes).
- ▶ Enfin, on observe un fort déficit de satisfaction pour deux déterminants liés aux délais :
  - le temps pour recevoir une réponse écrite (-17 points);
  - le temps d'attente pour un rendez-vous (-6 points).

Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes font voir un déficit de satisfaction

---

<sup>1</sup> Pourcentage de clients satisfaits (4) et très satisfaits (5) moins le pourcentage de clients qui déclarent qu'un déterminant est important (4) ou très important (5). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

sur tous les déterminants ayant trait aux délais avant d'être servi ou répondu, tout particulièrement le temps d'attente pour une réponse écrite (-33 points) et la facilité d'accès par téléphone (-19 points). Sur les mêmes aspects, les membres actifs et retraités de la GRC font aussi voir de forts déficits de satisfaction (-28 et -12 points respectivement). Sur tous les autres déterminants, on notait des surplus de satisfaction ou des situations de neutralité.

Afin de poser un diagnostic plus précis sur les actions à entreprendre pour améliorer la satisfaction de la clientèle, ces déficits doivent être replacés dans un contexte plus large, incluant les autres volets de la satisfaction, soit les communications et le service offert par le personnel (voir analyse des quadrants à la **Section 4.12**).

## **COMPARAISON AVEC LES RÉSULTATS DE 2001**

La cote de satisfaction moyenne pour les déterminants de l'accès aux services (-6,1 points) a significativement diminué depuis 2001 alors que la note d'importance moyenne est demeurée à peu près inchangée (-1,4 point).

Plusieurs cotes de satisfaction ont significativement diminué :

- ▶ la facilité d'accès par téléphone (-13 points);
- ▶ l'emplacement (-10 points);
- ▶ les écriteaux et les indications (-9 points);
- ▶ les façons disponibles pour entrer en contact (-8 points);
- ▶ les heures de service (-7 points).

Les notes d'importance de quatre déterminants ont significativement évolué par rapport à 2001 :

- ▶ le temps d'attente au téléphone (-4 points);
- ▶ les écriteaux et les indications (+5 points).
- ▶ la facilité d'accès aux édifices (+5 points);
- ▶ l'emplacement (+5 points).

La diminution du surplus de satisfaction de 5,2 points en 2001 à un surplus de 0,5 point cette année est surtout due à une baisse des surplus pour :

- ▶ l'emplacement (-15 points, d'un surplus de 19 points à un surplus de 4 points);
- ▶ la facilité d'accès par téléphone (-11 points, d'un surplus de 1 point à un déficit de 10 points);
- ▶ le stationnement (-9 points, d'un surplus de 7 points à un déficit de 2 points).

*Deux éléments de service reliés à l'accès aux services faisaient partie de la liste des priorités d'amélioration en 2003 :*

- ▶ *le temps d'attente pour un rendez-vous (aussi une priorité d'amélioration en 2003) : sa note d'importance est demeurée inchangée alors que sa cote de satisfaction s'est légèrement détériorée de 3 points, ce qui résulte en un plus grand déficit de satisfaction pour cet élément de service qu'en 2001 (augmentation du déficit de -3 à -6 points).*
- ▶ *le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite (pas une priorité en 2003) : sa note d'importance est demeurée inchangée alors que sa cote de satisfaction s'est très légèrement améliorée de 1 point, ce qui résulte en une situation, pour cet élément de service, à peu près la même qu'en 2001 et 2003.*

**TABLEAU 6A**

**DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES : IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION**

Q3.1 Les questions qui suivent sont reliées aux services fournis par Anciens Combattants Canada. Pour chacun des aspects suivants, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q3.2 Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

	Total des clients (1 607)		A. C. du service de guerre (402)		Forces canadiennes (400)		Survivants (402)		GRC (403)	
	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.
<b>a. Les heures de service</b>										
• % 2 cases supérieures*	86	72	89	71	82	74	87	77	78	63
• % ne peut dire	7	4	6	5	6	2	12	3	6	1
• Cote moyenne	4,2	4,1	4,3	4,1	4,1	4,1	4,3	4,2	4,1	3,7
<b>b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)</b>										
• % 2 cases supérieures	82	78	85	76	76	79	82	83	79	78
• % ne peut dire	3	3	2	3	1	1	5	4	2	0
• Cote moyenne	4,1	4,2	4,2	4,2	3,9	4,2	4,1	4,4	4,0	4,2
<b>c. La facilité d'accès par téléphone</b>										
• % 2 cases supérieures	76	86	81	86	65	84	81	88	71	83
• % ne peut dire	3	1	3	1	3	0	6	1	2	1
• Cote moyenne	4,0	4,5	4,1	4,5	3,6	4,4	4,1	4,5	3,9	4,3
<b>d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)**</b>										
• % 2 cases supérieures	88	77	85	76	89	80	93	78	90	64
• % ne peut dire	5	1	7	1	4	1	2	0	5	3
• Cote moyenne	4,3	4,1	4,2	4,1	4,2	4,2	4,5	4,3	4,4	3,8
<b>e. L'emplacement**</b>										
• % 2 cases supérieures	81	77	79	79	81	76	96	76	77	60
• % ne peut dire	4	1	4	1	6	0	0	0	3	0
• Cote moyenne	4,1	4,2	4,0	4,2	4,0	4,2	4,5	4,2	4,1	3,7
<b>f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux**</b>										
• % 2 cases supérieures	78	68	82	69	72	67	89	78	75	56
• % ne peut dire	10	3	12	5	9	3	11	8	6	0
• Cote moyenne	4,0	3,9	4,1	3,8	3,9	3,9	4,3	4,1	4,0	3,7
<b>g. Le stationnement**</b>										
• % 2 cases supérieures	74	76	75	77	72	75	83	75	57	61
• % ne peut dire	9	1	9	1	8	1	14	0	5	2
• Cote moyenne	3,8	4,1	3,8	4,1	3,8	4,1	4,1	4,1	3,5	3,7
<b>h. Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?<sup>1</sup></b>										
• % 2 cases supérieures	84	/	86	/	79	/	83	/	80	/
• % ne peut dire	3	/	3	/	2	/	3	/	1	/
• Cote moyenne	4,2	/	4,3	/	4,0	/	4,2	/	4,1	/

\* Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

\*\* **BASE** : a visité un bureau d'ACC au cours des 6 derniers mois.

<sup>1</sup> Ce résultat doit être interprété avec précaution. D'une part parce que le terme « accès aux services » pourrait être compris par plusieurs comme accès « physique » et non pas dans son sens le plus large. Deuxièmement, parce que cette question d'évaluation globale a été posée avant les questions sur les délais d'attente pour être servi, déterminants importants où les cotes de satisfaction sont inférieures à la moyenne. Enfin, il est possible que certains clients n'aient pas donné leur opinion sur l'accès aux services mais sur l'ensemble des programmes et services d'ACC.

**TABLEAU 6A DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION**  
(Suite)

	Total des clients (1 607)		A. C. du service de guerre (402)		Forces canadiennes (400)		Survivants (402)		GRC (403)	
	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.
<b>Q4.2a Temps d'attente au téléphone</b>										
• % 2 cases supérieures	76	79	77	76	70	79	85	86	79	77
• % ne peut dire	0	2	1	2	0	1	1	2	0	0
• Cote moyenne	4,0	4,2	4,0	4,1	3,7	4,2	4,2	4,4	4,1	4,1
<b>Q5.7a Temps d'attente pour un rendez-vous</b>										
• % 2 cases supérieures	82	88	86	86	77	88	83	93	88	88
• % ne peut dire	3	1	3	1	4	2	0	0	6	6
• Cote moyenne	4,1	4,5	4,2	4,4	4,0	4,5	4,2	4,6	4,3	4,5
<b>Q5.8a Temps d'attente pour recevoir une réponse écrite</b>										
• % 2 cases supérieures	71	88	77	88	55	88	79	89	59	87
• % ne peut dire	3	1	2	2	6	0	3	2	7	0
• Cote moyenne	3,9	4,5	4,0	4,5	3,4	4,5	4,1	4,5	3,6	4,4
<b>Moyenne générale* – % 2 cases supérieures</b>	79,4	78,9	81,6	78,4	73,9	79,0	85,8	82,3	75,3	71,7

\* L'item (h) de Q3.1.a a été exclu lors du calcul de la moyenne générale.

**TABLEAU 6B**
**ANALYSE DU DÉFICIT DES DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION  
À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES**

	TOTAL Clients (1 204) %	A. C. du service de guerre (402) %	FC (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %	TOTAL 2001 (1 239) %	DIFF. avec 2001 %
a. Les heures de service	+14	+18	+8	+10	+15	+20	-6
b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)	+4	+9	-3	-1	+1	+10	-6
c. La facilité d'accès par téléphone	-10	-5	-19	-7	-12	+1	-11
d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)	+11	+9	+9	+15	+26	+9	+2
e. L'emplacement	+4	0	+5	+20	+17	+19	-15
f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux	+10	+13	+5	+11	+19	+11	-1
g. Le stationnement	-2	-2	-3	+8	-4	+7	-9
Q4.2a Temps d'attente au téléphone	-3	+1	-9	-1	+2	-4	+1
Q5.7a Temps d'attente pour un rendez-vous	-6	0	-11	-10	0	-3	-3
Q5.8a Temps d'attente pour recevoir une réponse écrite	-17	-11	-33	-10	-28	-18	+1
<b>Écart moyen</b>	+0,5	+3,2	-5,1	+3,5	+3,6	+5,2	-4,7

N.B. *Écarts en points de pourcentage entre les 2 cases supérieures des cotes de satisfaction et d'importance des clients. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.*

*(+) indique un surplus, (-) un déficit.*

**TABLEAU 6C DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
- COMPARAISON À 2001 -**

Q3.1 Les questions qui suivent sont reliées aux services fournis par Anciens Combattants Canada. Pour chacun des aspects suivants, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q3.2 Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% NOTES DES 2 CASSES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Les heures de service</b>								
• % 2 cases supérieures	86	90	93	-7★	72	70	73	-1
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,3	-0,1	4,1	4,1	4,1	0
<b>b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)</b>								
• % 2 cases supérieures	82	89	90	-8★	78	80	80	-2
• Cote moyenne	4,1	4,2	4,2	-0,1	4,2	4,2	4,3	-0,1
<b>c. La facilité d'accès par téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	76	84	89	-13★	86	86	88	-2
• Cote moyenne	4,0	4,1	4,1	-0,1	4,5	4,5	4,5	0
<b>d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)*</b>								
• % 2 cases supérieures	88	89	92	-4★	77	80	83	-6★
• Cote moyenne	4,3	4,2	4,4	-0,1	4,1	4,3	4,4	-0,3
<b>e. L'emplacement*</b>								
• % 2 cases supérieures	81	89	91	-10★	77	76	72	5★
• Cote moyenne	4,1	4,1	4,2	-0,1	4,2	4,2	4,1	0,1
<b>f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux*</b>								
• % 2 cases supérieures	78	86	87	-9★	68	73	76	-8★
• Cote moyenne	4,0	4,1	4,1	-0,1	3,9	4,1	4,2	-0,3
<b>g. Le stationnement*</b>								
• % 2 cases supérieures	74	70	79	-5★	76	72	72	4★
• Cote moyenne	3,8	3,8	3,9	-0,1	4,1	4,0	4,1	0
<b>h. Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?</b>								
• % 2 cases supérieures	84	89	91	-7★	/	89	91	/
• Cote moyenne	4,2	4,3	4,3	-0,1	/	4,3	4,3	/

**BASE :** a visité un bureau d'ACC au cours des 6 derniers mois.

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 6C DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 – COMPARAISON À 2001 –  
 (Suite)**

% NOTES DES 2 CASES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>Q4.2a Temps d'attente au téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	76	81	79	-3	79	79	83	-4★
• Cote moyenne	4,0	4,0	4,0	0	4,2	4,3	4,3	-0,1
<b>Q5.7a Temps d'attente pour un rendez-vous</b>								
• % 2 cases supérieures	82	83	85	-3★	88	90	88	0
• Cote moyenne	4,1	4,2	4,2	-0,1	4,5	4,5	4,5	0
<b>Q5.8a Temps d'attente pour recevoir une réponse écrite</b>								
• % 2 cases supérieures	71	70	70	+1	88	86	88	0
• Cote moyenne	3,9	3,8	3,7	0,2	4,5	4,4	4,5	0
<b>Moyenne générale<sup>1</sup> – 2 cases supérieures</b>	79,4	83,1	85,5	-6,1★	78,9	79,3	80,3	-1,4

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) of importance and satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

## 4.7 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS

---

### RÉSULTATS 2005

#### Aperçu des cotes de satisfaction

La cote de satisfaction moyenne pour les six déterminants relatifs aux communications a été de 85,5 p. cent (**voir le Tableau 7a**).

- ▶ Cette moyenne de satisfaction est supérieure à celle obtenue par l'accès aux services (79,4 p. cent) mais plus faible que celle obtenue par le service offert par le personnel (90,9 p. cent).
- ▶ Encore une fois, on note que les anciens combattants et clients des Forces canadiennes étaient moins satisfaits à cet égard (78,7 p. cent) que les membres actifs et retraités de la GRC (83,8 p. cent), les survivants (86,2 p. cent) et les anciens combattants du service de guerre (88,5 p. cent).

#### Cotes de satisfaction les plus élevées et les plus faibles

Tout comme lors des années précédentes, une très forte proportion de clients étaient satisfaits de la langue officielle de service (97 p. cent) et de la facilité à comprendre le langage du personnel (94 p. cent).

- ▶ La possibilité de communiquer dans la langue officielle de son choix a satisfait tant les francophones (99 p. cent) que les anglophones (97 p. cent).

L'aspect le moins satisfaisant relativement aux communications a été la facilité à trouver de l'information sur les programmes et les services, bien qu'une forte proportion de clients (75 p. cent) s'en soient dits satisfaits.

Notons que malgré ces résultats globalement positifs, environ un tiers des anciens combattants et clients des Forces canadiennes se sont dits insatisfaits de trois aspects :

- ▶ facilité à trouver de l'information sur les programmes et services (seulement 67 p. cent satisfaits);
- ▶ information fournie sur ce qui doit être fait pour formuler une demande ou accéder à un bénéfice ou service (69 p. cent);
- ▶ réponses aux questions (70 p. cent).

Les cotes les plus fortes et les plus faibles et les particularités des anciens combattants et clients des Forces canadiennes sont les mêmes qu'en 2001 et 2003.

La proportion d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes satisfaits a significativement diminué pour les réponses à vos questions (-6 points) et pour les lettres et communications écrites (-10 points).

Aucune particularité régionale ne ressort quant aux cotes de satisfaction envers les aspects de communication.

### **Aperçu des notes d'importance**

La note d'importance moyenne pour les six déterminants de satisfaction à l'égard des communications a été de 91,8 p. cent, nettement plus élevée que la note d'importance moyenne accordée aux déterminants relatifs à l'accès aux services (79,2 p. cent) mais sous la note d'importance moyenne pour les déterminants du service offert par le personnel (95,4 p. cent).

Tous les groupes de clients ont accordé une grande importance à ces déterminants (entre 90,5 p. cent et 95,5 p. cent).

### **Notes d'importance les plus élevées et les plus faibles**

Les six déterminants de satisfaction relatifs aux communications ont reçu des notes d'importance comparables, avec peu d'écart d'un élément de service à l'autre.

La facilité à trouver de l'information sur les programmes et services a reçu une note d'importance un peu plus faible (86 p. cent) que les autres aspects des communications, malgré une note très élevée.

- ▶ Les cinq autres déterminants ont reçu des notes d'importance très élevées (entre 89 et 95 p. cent).
- ▶ Les niveaux d'importance accordée à chacun de ces aspects étaient très comparables d'un groupe de clients et d'une région à l'autre.

### **Analyse des écarts de satisfaction**

En moyenne (**voir le Tableau 7b**), 85,5 p. cent des clients sondés se sont dits satisfaits à l'égard des déterminants relatifs aux communications alors que 91,8 p. cent ont déclaré qu'ils les jugeaient importants.

Cela résulte donc en un déficit de satisfaction de 6,3 points pour cette catégorie de service :

- ▶ le déficit est particulièrement élevé parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (-11,8 points) mais également parmi les survivants (-9,3 points) et dans les Prairies (-9,6 points).

Il s'agit là d'un premier indice que certains aspects des communications pourraient encore nécessiter un effort d'amélioration cette année.

Trois des quatre déterminants responsables de l'écart de satisfaction générale en ce qui a trait aux communications étaient aussi en déficit de satisfaction en 2001 et en 2003 :

- ▶ facilité à trouver de l'information sur les programmes et services (-11 points; -17 points au Québec);
- ▶ réponses aux questions (-12 points; -23 points parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes);
- ▶ information fournie sur tout ce qui doit être fait pour formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou service (-8 points; -18 points parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et -14 points dans les Prairies).

Les lettres de décision, formulaires et communications écrites (-8 points; -19 points parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes) est un aspects qui contribue maintenant aussi au déficit de satisfaction.

### **COMPARAISON AVEC LES RÉSULTATS DE 2001**

La cote moyenne de satisfaction a légèrement diminué en comparaison à 2001 (-2,6 points, non significatif) alors que la note moyenne d'importance accordée aux déterminants relatifs aux communications est demeurée inchangée (-0,2 point, non significatif).

La cote de satisfaction de trois éléments de service a diminué :

- ▶ lettres de décision, formulaires et communications écrites (baisse significative de -7 points);
- ▶ réponses aux questions (baisse significative de -4 points);
- ▶ facilité à trouver de l'information sur les programmes et services (baisse significative de -3 points).

Bien que la note d'importance moyenne soit demeurée la même, on note des changements significatifs dans les notes d'importance de plusieurs éléments de service :

- ▶ service disponible dans la langue officielle de votre choix (hausse significative de +3 points);
- ▶ langage parlé par le personnel (hausse significative de +3 points);
- ▶ facilité à trouver de l'information sur les programmes et services (baisse significative de -3 points);
- ▶ information fournie sur tout ce qui doit être fait pour formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou service (hausse significative de +3 points).

Le déficit/surplus de satisfaction de trois éléments de service s'est ainsi détérioré :

- ▶ lettres de décision, formulaires et communications écrites (-6 points, d'un déficit de 2 points à un déficit de 8 points);

- ▶ réponses aux questions, qu'on avait identifié comme étant une priorité d'amélioration du service en 2001 et en 2003 (-4 points, d'un déficit de 8 points à un déficit de 12 points);
- ▶ langage parlé par le personnel (-4 points, d'un surplus de 3 points à un déficit de 1 point).

### **Autres aspects relatifs aux communications**

Un peu moins de la moitié (47 p. cent) de tous les répondants ont découvert les programmes et services d'ACC via les médias officiels.

- ▶ 12 p. cent via un représentant du ministère;
- ▶ 5 p. cent via un autre organisme de vétérans;
- ▶ 13 p. cent via une base des FC;
  - 34 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes.
- ▶ 12 p. cent via des brochures et bulletins d'information;
- ▶ 2 p. cent via l'Internet;
- ▶ 1 p. cent par la poste;
- ▶ 1 p. cent via des sessions d'information en groupe;
- ▶ 1 p. cent via la GRC.
  - 45 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC.
- ▶ 56 p. cent des survivants les ont découverts par leur conjoint.
- ▶ Un quart (23 p. cent de tous les répondants) par le bouche à oreille.

Un quart (27 p. cent) de tous les répondants ont déclaré qu'ils avaient été informés des programmes et services disponibles avant leur départ :

- ▶ 24 p. cent des anciens combattants du service de guerre;
- ▶ 33 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes;
- ▶ 33 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC.

**TABLEAU 7A DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS :  
IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION**

Q5.3 Je vais tout d'abord vous lire des énoncés concernant les programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir, comme une pension d'invalidité ou des soins de santé ou tout autre avantage au cours des 6 derniers mois. Pour chaque aspect, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q5.4 Et pour chacun des mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

	Total des clients (1 607)		Anciens combattants du service de guerre (402)		Forces canadiennes( 400)		Survivants (402)		GRC (403)	
	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.
<b>a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services</b>										
• % 2 cases supérieures*	75	86	80	85	67	85	74	93	69	84
• % ne peut dire	9	2	8	2	6	2	13	2	9	2
• Cote moyenne	4,0	4,5	4,1	4,5	3,8	4,4	3,9	4,7	3,8	4,4
<b>b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service</b>										
• % 2 cases supérieures	81	89	86	87	69	87	81	94	78	91
• % ne peut dire	6	2	6	2	5	2	9	4	7	2
• Cote moyenne	4,1	4,5	4,2	4,5	3,8	4,4	4,1	4,7	4,0	4,5
<b>c. Réponses à vos questions</b>										
• % 2 cases supérieures	81	93	85	92	70	93	83	97	82	94
• % ne peut dire	6	2	6	1	6	2	8	3	6	1
• Cote moyenne	4,1	4,7	4,2	4,7	3,8	4,6	4,2	4,8	4,1	4,7
<b>d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix</b>										
• % 2 cases supérieures	97	95	97	95	97	92	97	97	96	90
• % ne peut dire	2	1	2	1	2	1	4	1	4	1
• Cote moyenne	4,6	4,7	4,6	4,8	4,6	4,6	4,6	4,8	4,6	4,6
<b>e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)</b>										
• % 2 cases supérieures	94	95	94	95	95	93	94	97	95	95
• % ne peut dire	4	1	3	1	3	1	7	2	4	1
• Cote moyenne	4,5	4,7	4,5	4,7	4,5	4,6	4,5	4,8	4,6	4,7
<b>f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)**</b>										
• % 2 cases supérieures	85	93	89	92	74	93	88	95	83	90
• % ne peut dire	6	2	5	2	5	1	8	2	6	2
• Cote moyenne	4,2	4,7	4,3	4,6	3,9	4,6	4,3	4,7	4,2	4,6
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	<b>85,5</b>	<b>91,8</b>	<b>88,5</b>	<b>91,0</b>	<b>78,7</b>	<b>90,5</b>	<b>86,2</b>	<b>95,5</b>	<b>83,8</b>	<b>90,7</b>

\* Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

\*\* Item légèrement modifié par rapport à 2001 (2001 : Formulaires et communication écrite (clairs et faciles à comprendre)).

**TABEAU 7B**

**ANALYSE DU DÉFICIT DES DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS**

	TOTAL Clients (1 607) %	A. C. du service de guerre (402) %	FC (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %	TOTAL 2001 (1 239) %	DIFF. avec 2001 %
a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services	-11	-5	-18	-19	-15	-11	0
b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service	-8	-1	-18	-13	-13	-10	+2
c. Réponses à vos questions	-12	-7	-23	-16	-12	-8	-4
d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix	+2	+2	+5	0	+6	+5	-3
e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)	-1	-1	+2	-3	0	+3	-4
f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)	-8	-3	-19	-7	-7	-2	-6
<b>Écart moyen</b>	-6,3	-2,5	-11,8	-9,3	-6,9	-3,9	-2,4

*N.B. Écarts en points de pourcentage entre les 2 cases supérieures des cotes de satisfaction et d'importance des clients. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.*

*(+) indique un surplus, (-) un déficit.*

**TABLEAU 7C DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS :  
IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
- COMPARAISON À 2001 -**

Q5.3 Je vais tout d'abord vous lire des énoncés concernant les programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir, comme une pension d'invalidité ou des soins de santé ou tout autre avantage au cours des 6 derniers mois. Pour chaque aspect, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q5.4 Et pour chacun des mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% NOTES DES 2 CASES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services</b>								
• % 2 cases supérieures	75	80	78	-3★	86	87	89	-3★
• Cote moyenne	4,0	4,0	3,9	0,1	4,5	4,5	4,6	-0,1
<b>b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service</b>								
• % 2 cases supérieures	81	84	82	-1	89	90	92	-3★
• Cote moyenne	4,1	4,1	4,0	0,1	4,5	4,5	4,6	-0,1
<b>c. Réponses à vos questions</b>								
• % 2 cases supérieures	81	86	85	-4★	93	91	93	0
• Cote moyenne	4,1	4,2	4,1	0	4,7	4,6	4,7	0
<b>d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix</b>								
• % 2 cases supérieures	97	97	97	0	95	92	92	+3★
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	0,1	4,7	4,7	4,7	0
<b>e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	94	96	95	-1	95	93	92	+3★
• Cote moyenne	4,5	4,5	4,4	0,1	4,7	4,7	4,7	0
<b>f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	85	89	92	-7★	93	90	94	-1
• Cote moyenne	4,2	4,3	4,3	-0,1	4,7	4,6	4,7	0
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	85,5	88,7	88,1	-2,6	91,8	90,5	92,0	-0,2

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

## 4.8 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT PAR LE PERSONNEL

---

### RÉSULTATS 2005

#### Aperçu des cotes de satisfaction

Les six déterminants relatifs au service offert par le personnel ont obtenu une moyenne de cotes de satisfaction très élevée : 90,9 p. cent (**voir le Tableau 8a**).

- ▶ Globalement, il s'agit de la cote moyenne de satisfaction la plus élevée, comparativement à l'accès aux services (79,4 p. cent) et aux communications (85,5 p. cent).
  - Ce constat s'applique à tous les groupes de clients, incluant les anciens combattants et clients des Forces canadiennes.
- ▶ Il s'agit là d'un indice favorable en ce qui a trait à la qualité du service offert par le personnel et de leurs interactions avec les clients.
- ▶ Tout comme pour les autres aspects de service qui ont été évalués dans ce sondage, les anciens combattants et clients des Forces canadiennes ont été, en moyenne, moins satisfaits du service offert par le personnel (86,1 p. cent) que les autres groupes de clients (de 90,6 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC à 93,4 p. cent pour les anciens combattants du service de guerre).
- ▶ *Les cotes moyennes de satisfaction étaient comparables pour chaque région.*
  - *La plus élevée en Ontario (93,0 p. cent) et la plus faible au Québec (89,0 p. cent).*

#### Cotes de satisfaction les plus élevées et les plus faibles

Tout comme en 2001 et 2003, les trois déterminants ayant obtenu les cotes de satisfaction les plus élevées sont :

- la courtoisie du personnel (95 p. cent);
- la protection de la vie privée, de la confidentialité (95 p. cent);
- le respect et la dignité avec lesquels les clients ont été traités (93 p. cent).

Ces trois déterminants ont reçu des cotes de satisfaction comparables d'un groupe de clients à l'autre et d'une région du pays à l'autre.

Aucun déterminant n'a reçu de cote de satisfaction faible ou plus faible, mais les cotes les « plus faibles » ont été pour :

- ▶ la connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services (89 p. cent);

- ▶ la sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (89 p. cent; 82 p. cent parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes);
- ▶ le traitement juste et équitable (89 p. cent; 83 p. cent parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et 84 p. cent parmi les membres actifs et retraités de la GRC);
- ▶ et la serviabilité, prêt à en faire plus (86 p. cent; 78 p. cent parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes).

En 2003, le déterminant de service ayant obtenu la cote la plus faible était « en bout de ligne, vous avez obtenu ce dont vous aviez besoin ». Cette année, cet aspect a été déplacé avec les niveaux de satisfaction globale et est présenté à la section 4.12. Notons qu'en 2005, cet aspect a obtenu une cote de satisfaction de 79 p. cent, plus faible qu'en 2003 (85 p. cent). Le fait d'avoir déplacé la question vers la fin de l'entrevue peut avoir eu un impact sur le résultat sans égard à un réel changement dans la satisfaction. Il est donc impossible de tirer des conclusions sur ce qui semble être un changement dans le niveau de satisfaction envers cet aspect.

### **Aperçu des notes d'importance**

En moyenne, une très forte proportion de clients considéraient les déterminants relatifs au service offert par le personnel comme importants (95,4 p. cent), davantage que les communications (91,8 p. cent) et nettement plus que l'accès aux services (78,9 p. cent).

- ▶ *Les clients des quatre groupes et des cinq régions ont accordé des niveaux d'importance très comparables pour ces éléments de service.*

### **Notes d'importance les plus élevées et les plus faibles**

Aucun des sept éléments de service relatifs au service offert par le personnel n'a reçu de note d'importance significativement différente de la note moyenne. Ils étaient tous jugés également importants.

- ▶ Ce constat s'applique aux clients des quatre groupes et des cinq régions du pays.

### **Analyse des écarts de satisfaction**

Malgré un niveau de satisfaction de 91 p. cent, en moyenne, les déterminants du service offert par le personnel souffrent d'un déficit de satisfaction de 4,6 points (**voir le Tableau 8b**).

Tout comme en 2001, les moyennes de notes d'importance et de cotes de satisfaction se situant toutes deux au-dessus de la barre des 89 p. cent, le déficit de satisfaction observé doit être interprété avec prudence. Dans un tel contexte, le déficit de satisfaction peut représenter un potentiel limité d'amélioration.

Ce déficit moyen, relativement petit, cache toutefois des déficits spécifiques plus sérieux pour certains déterminants et pour certains groupes de clients que ne le laisse présager la forte cote de satisfaction moyenne de cette catégorie (90,9 p. cent).

*Les déficits par groupe de clients :*

- ▶ Déficit presque nul parmi les anciens combattants du service de guerre (-1,0 points);
- ▶ Déficit moyen parmi les membres actifs et retraités de la GRC (-5,4 points);
- ▶ Plus substantiel parmi les survivants (-7,3 points);
- ▶ Assez élevé parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (-9,4 points).

*Les déficits par déterminant de service :*

- ▶ Serviabilité, prêt à en faire plus (-9 points, ce qui représente une baisse significative par rapport à 2003);
- ▶ Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services (-7 points, tout de même mieux que le -10 points en 2001);
- ▶ Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (-6 points; -12 points parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes);
- ▶ Traitement juste et équitable (-6 points; -13 points pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et les membres actifs et retraités de la GRC).

## **COMPARAISON AVEC LES RÉSULTATS DE 2001**

La cote de satisfaction moyenne et la note moyenne d'importance sont retournées à leur niveau respectif de 2001, contribuant tous les deux légèrement à accroître le déficit de satisfaction par rapport à 2003.

En termes de **satisfaction** :

- ▶ la connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services s'est maintenue au niveau de 2003, significativement plus élevé qu'en 2001 (+5 points);
- ▶ la serviabilité, prêt à en faire plus a significativement diminué (-4 points) comparativement à 2001;
- ▶ la sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (+3 points) a légèrement mais significativement augmenté en comparaison de 2001.

Simultanément, certaines notes **d'importance** ont augmenté significativement (quoique légèrement) par rapport à 2001 :

- ▶ sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (+3 points);
- ▶ connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services (+2 points).

Un élément de service relatif au service offert par le personnel a été identifié comme priorité d'amélioration du service en 2001 et 2003 :

- ▶ la sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent pour lequel on note une augmentation significative de la cote de satisfaction et de la note d'importance de 3 points chacun, résultant ainsi en un déficit de satisfaction inchangé à -6 points dans l'ensemble.

**TABLEAU 8A DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION**

Q5.10 *Maintenant, j'aimerais connaître votre niveau de satisfaction envers le personnel d'Anciens Combattants Canada avec lequel vous avez été en contact. Pour chacun des aspects suivants du service fourni par le personnel, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.*

Q5.11 *Et pour chacun des mêmes aspects du service dont nous venons de parler, veuillez me dire l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.*

	Total des clients (1 607)		Anciens combattants du service de guerre (402)		Forces canadiennes (400)		Survivants (402)		GRC (403)	
	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.
<b>a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services</b>										
• % 2 cases supérieures*	89	96	91	95	86	96	90	98	92	97
• % ne peut dire	9	3	8	5	8	1	13	3	8	1
• Cote moyenne	4,4	4,7	4,4	4,7	4,3	4,7	4,4	4,8	4,4	4,7
<b>a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent</b> (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)										
• % 2 cases supérieures	89	95	92	94	82	94	88	98	88	95
• % ne peut dire	7	2	7	2	4	1	8	1	5	1
• Cote moyenne	4,4	4,7	4,5	4,7	4,2	4,6	4,4	4,8	4,4	4,8
<b>b. Courtoisie du personnel</b>										
• % 2 cases supérieures	95	96	96	95	93	96	93	99	96	97
• % ne peut dire	4	1	3	2	3	1	6	1	4	0
• Cote moyenne	4,6	4,8	4,7	4,8	4,6	4,7	4,6	4,9	4,6	4,7
<b>c. Serviabilité, prêt à en faire plus</b>										
• % 2 cases supérieures	86	95	90	95	78	95	85	98	86	95
• % ne peut dire	7	2	8	3	7	1	10	2	5	0
• Cote moyenne	4,4	4,7	4,5	4,8	4,2	4,7	4,4	4,8	4,3	4,6
<b>d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité</b>										
• % 2 cases supérieures	93	96	95	94	89	95	94	99	93	96
• % ne peut dire	3	2	2	3	3	0	5	1	3	1
• Cote moyenne	4,6	4,7	4,6	4,7	4,4	4,7	4,6	4,9	4,6	4,7
<b>e. Protection de l'information privée ou confidentielle</b> (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)										
• % 2 cases supérieures	95	95	97	94	92	97	96	97	95	95
• % ne peut dire	14	1	14	2	13	0	16	1	20	2
• Cote moyenne	4,6	4,8	4,6	4,7	4,5	4,8	4,6	4,8	4,6	4,8
<b>f. Traitement juste et équitable</b>										
• % 2 cases supérieures	89	95	93	94	83	96	90	98	84	97
• % ne peut dire	5	2	5	2	5	0	7	1	6	1
• Cote moyenne	4,4	4,8	4,5	4,7	4,2	4,8	4,4	4,9	4,3	4,8
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	90,9	95,4	93,4	94,4	86,1	95,6	90,9	98,1	90,6	96,0

\* Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABLEAU 8B ANALYSE DU DÉFICIT DES DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION  
À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT PAR LE PERSONNEL**

	TOTAL Clients (1 607) %	A. C. du service de guerre (402) %	FC (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %	TOTAL 2001 (1 239) %	DIFF. avec 2001 %
a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services	-7	-4	-10	-8	-5	-10	+3
a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)	-6	-2	-12	-10	-7	-6	0
b. Courtoisie du personnel	-1	+1	-3	-6	-1	0	-1
c. Serviabilité, prêt à en faire plus	-9	-5	-17	-13	-9	-5	-4
d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	-3	+1	-6	-5	-3	0	-3
e. Protection de l'information privée ou confidentielle (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)	0	+3	-5	-1	0	0	0
f. Traitement juste et équitable	-6	-1	-13	-8	-13	-7	+2
<b>Écart moyen</b>	-4,6	-1	-9,4	-7,3	-5,4	-4	-0,6

*N.B. Écarts en points de pourcentage entre les 2 cases supérieures des cotes de satisfaction et d'importance des clients.  
« Ne peut dire » a été exclu des calculs.*

*(+) indique un surplus, (-) un déficit.*

**TABLEAU 8C DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE  
OFFERT PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
- COMPARAISON À 2001 -**

Q5.10 *Maintenant, j'aimerais connaître votre niveau de satisfaction envers le personnel d'Anciens Combattants Canada avec lequel vous avez été en contact. Pour chacun des aspects suivants du service fourni par le personnel, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.*

Q5.11 *Et pour chacun des mêmes aspects du service dont nous venons de parler, veuillez me dire l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.*

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF, <sup>2</sup>	Total 2005 (1 607)	Total 2003 (1 447)	Total 2001 (1 204)	DIFF, <sup>2</sup>
<b>a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services<sup>3</sup></b>								
• % 2 cases supérieures	89	89	84	+5★	96	95	94	+2★
• Cote moyenne	4,4	4,3	4,1	+0,3	4,7	4,7	4,7	0
<b>a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent</b> (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)								
• % 2 cases supérieures	89	87	86	+3★	95	93	92	+3★
• Cote moyenne	4,4	4,3	4,2	+0,2	4,7	4,6	4,6	+0,1
<b>b. Courtoisie du personnel</b>								
• % 2 cases supérieures	95	96	96	-1	96	96	96	0
• Cote moyenne	4,6	4,6	4,6	0	4,8	4,7	4,7	0,1
<b>c. Serviabilité, prêt à en faire plus</b>								
• % 2 cases supérieures	86	91	90	-4★	95	94	95	0
• Cote moyenne	4,4	4,4	4,4	0	4,7	4,7	4,7	0
<b>d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité</b>								
• % 2 cases supérieures	93	95	95	-2★	96	96	95	+1
• Cote moyenne	4,6	4,6	4,5	+0,1	4,7	4,7	4,8	-0,1
<b>e. Protection de l'information privée ou confidentielle</b> (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)								
• % 2 cases supérieures	95	95	94	+1	95	94	94	+1
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	+0,1	4,8	4,7	4,7	+0,1
<b>f. Traitement juste et équitable</b>								
• % 2 cases supérieures	89	90	89	0	95	95	96	-1
• Cote moyenne	4,4	4,3	4,3	+0,1	4,8	4,7	4,8	0
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>								
	90,9	91,9	90,4	+0,5	95,4	94,7	94,4	+1,0

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

<sup>3</sup> En 2001, cette question était légèrement différente pour les anciens combattants et clients des Forces canadienne et pour les anciens combattants du service de guerre. Elle se lisait : « Connaissances du personnel en ce qui concerne les programmes disponibles suite à une blessure/souffrance résultant de votre service dans les Forces canadiennes ».

## **4.9 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT PAR LE PERSONNEL DE LA LIGNE SANS FRAIS DU RNCA**

---

*Cette section a été ajoutée cette année suite à la mise sur pied et à la mise en fonction, plus tôt en 2005, d'un nouveau système téléphonique muni d'une ligne sans frais. De l'ensemble des N=1 607 répondant au sondage, les 48 p. cent (N=812) qui ont déclaré avoir eu un contact par téléphone avec ACC au cours des 6 mois précédents ont évalué le personnel de la ligne sans frais.*

### **Aperçu des cotes de satisfaction**

La cote moyenne de satisfaction pour les quatre déterminants de satisfaction relatifs au personnel de la ligne sans frais a été de 84,5 p. cent, égal au niveau global de satisfaction général envers le contact téléphonique avec ACC (84 p. cent) et plus élevé que la cote moyenne de satisfaction envers l'accès aux services (79,4 p. cent).

- ▶ Cette cote de satisfaction est plus faible que celle relative au service offert par le personnel (90,9 p. cent) et égal à celle relative aux communications (85,5 p. cent).
- ▶ Encore une fois, les anciens combattants et clients des Forces canadiennes étaient beaucoup moins satisfaits (77,0 p. cent) et les membres actifs et retraités de la GRC un peu moins satisfaits (81,3 p. cent) que les survivants (89,0 p. cent) et les anciens combattants du service de guerre (87,8 p. cent). Notons que la marge d'erreur pour chaque sous-groupe est plus grande que pour l'échantillon total de N=1 607.

### **Les cotes de satisfaction les plus élevées et les plus faibles**

La compréhension par le personnel des demandes ou questions des clients (89 p. cent), les heures de service (87 p. cent) et la connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC (86 p. cent) ont tous obtenu des cotes de satisfaction assez élevées et comparables.

- ▶ Le temps attendu au téléphone avant de parler à quelqu'un (76 p. cent) a obtenu une cote de satisfaction relativement plus faible.
  - Beaucoup plus faible en C.-B. (70 p. cent) et dans les Prairies (69 p. cent) qu'en Ontario (83 p. cent). Le Québec (75 p. cent) et l'Atlantique (80 p. cent) ont donné des cotes de satisfaction comparables à la moyenne sur cet aspect.
- ▶ Ce constat s'applique à tous les groupes de clients, sauf pour les membres actifs et retraités de la GRC qui ont accordé des cotes comparables aux quatre déterminants.

Comparativement à l'élément du service offert par le personnel – « la connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC » (89 p. cent satisfaits), la connaissance du personnel de la ligne sans frais au sujet des programmes et services d'ACC a reçu une cote plus faible (86 p. cent).

- ▶ Les survivants ont évalué les deux à peu près également (90 p. cent et 88 p. cent) tout comme les anciens combattants du service de guerre (91 p. cent contre 90 p. cent).
- ▶ Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (86 p. cent contre 77 p. cent) et les membres actifs et retraités de la GRC (92 p. cent contre 81 p. cent) ont évalué le personnel de la ligne sans frais moins bien au niveau de la connaissance du personnel.
- ▶ Une attention particulière pourrait être accordée à la formation du personnel de la ligne sans frais sur les programmes et services spécifiques aux anciens combattants et clients des Forces canadiennes et aux membres actifs et retraités de la GRC puisque ces deux groupes de clients semblent avoir des attentes plus élevées en termes de connaissances directes du personnel de la ligne sans frais.

### **Aperçu des notes d'importance**

La note d'importance moyenne pour tous les déterminants de la satisfaction relatifs au personnel de la ligne sans frais est de 85,3 p. cent (voir le **Tableau 9a**). Cela la situe à mi-chemin entre la note d'importance moyenne des déterminants des communications (91,8 p. cent) et celle des déterminants de l'accès aux services (78,9 p. cent).

### **Notes d'importance les plus élevées et les plus faibles**

Deux aspects ont été notés comme étant plus importants :

- ▶ le personnel a compris la demande ou la question (94 p. cent)
- ▶ et la connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC (91 p. cent).

Les deux autres aspects ont reçu des notes d'importance plus faibles :

- ▶ les heures de service (77 p. cent; 84 p. cent parmi les survivants mais seulement 65 p. cent parmi les membres actifs et retraités de la GRC)
- ▶ et le temps d'attente au téléphone avant de parler à quelqu'un (79 p. cent).

Encore une fois, beaucoup moins important pour les clients des Prairies (74 p. cent) et de la C.-B. (69 p. cent) que pour les clients des autres régions du pays (entre 81 et 86 p. cent).

## Analyse des écarts de satisfaction

Avec une cote de satisfaction moyenne de 84,5 p. cent et une note moyenne de 85,3 p. cent, on obtient un très léger déficit de satisfaction de -0,8 point.

- ▶ Le déficit de satisfaction est de -8,0 points pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes tandis que les anciens combattants du service de guerre ont un surplus de satisfaction de +4,0 points.
- ▶ La connaissance du personnel au sujet des programmes et services et leur compréhension du problème ou de la question du personnel font voir un déficit de satisfaction chez tous les groupes de clients sauf les anciens combattants du service de guerre;
  - Un déficit beaucoup plus grand en C.-B. (-12 points) qu'en Ontario (-1 point).
- ▶ Les heures de service font voir un surplus de satisfaction chez tous les groupes de clients et dans toutes les régions;
- ▶ On observe globalement un déficit de satisfaction pour le temps attendu avant de parler à une personne seulement pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (-9 points) et dans les Prairies (-5 points).

**TABLEAU 9A DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU PERSONNEL  
DE LA LIGNE SANS FRAIS : IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION**

Q4.2 Pour chacun des aspects suivants du service offert par le personnel qui répond à la ligne sans frais des renseignements au sujet des avantages et des services d'Anciens Combattants Canada, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait. (LIRE EN ROTATION a - d)

Q4.3 Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par le personnel d'Anciens Combattants Canada qui répond à la ligne sans frais, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5. (LIRE EN ROTATION a - d / VÉRIFIER LA COMPRÉHENSION DE L'ÉCHELLE / 1 POUR LE PLUS FAIBLE, 5 POUR LE PLUS ÉLEVÉ)

	Total des clients (812)		Anciens combattants du service de guerre (190)		Forces canadiennes (205)		Survivants (197)		GRC (220)	
	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.	Satis.	Imp.
<b>a. Le temps que vous avez attendu (attendez) au téléphone avant de parler à quelqu'un</b>										
• % 2 cases supérieures*	76	79	77	76	70	79	85	86	79	77
• % ne peut dire	0	2	1	2	0	1	1	2	0	0
• Cote moyenne	4,0	4,2	4,0	4,1	3,7	4,2	4,2	4,4	4,1	4,1
<b>b. Les heures de service, (c'est-à-dire de 8h30 à 16h30)</b>										
• % 2 cases supérieures	87	77	90	76	80	77	92	84	80	65
• % ne peut dire	2	1	2	1	2	1	3	3	1	0
• Cote moyenne	4,3	4,2	4,3	4,2	4,1	4,2	4,4	4,4	4,1	3,9
<b>c. La connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC</b>										
• % 2 cases supérieures	86	91	90	90	77	91	88	96	81	91
• % ne peut dire	4	1	5	1	2	1	3	1	2	1
• Cote moyenne	4,3	4,6	4,4	4,6	4,0	4,6	4,3	4,7	4,2	4,6
<b>d. Le personnel a compris (comprend) votre demande ou question</b>										
• % 2 cases supérieures	89	94	94	93	81	93	91	95	85	98
• % ne peut dire	2	1	3	2	0	0	1	1	1	1
• Cote moyenne	4,3	4,7	4,5	4,6	4,1	4,7	4,4	4,7	4,3	4,7
<b>e. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait de votre contact téléphonique avec ACC?</b>										
• % 2 cases supérieures	84	/	87	/	75	/	90	/	80	/
• % ne peut dire	1	/	1	/	0	/	1	/	0	/
• Cote moyenne	4,2	/	4,4	/	3,9	/	4,4	/	4,2	/
<b>Moyenne générale* - % 2 cases supérieures</b>	84,5	85,3	87,8	83,8	77,0	85,0	89,0	90,3	81,3	82,8

\* Q4.2e a été exclue du calcul de la moyenne générale.

**TABEAU 9B ANALYSE DU DÉFICIT DES DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION  
À L'ÉGARD DU PERSONNEL DE LA LIGNE SANS FRAIS**

	<b>TOTAL Clients (812)* %</b>	<b>A. C. du service de guerre (190) %</b>	<b>FC (205) %</b>	<b>Survivants (197) %</b>	<b>GRC (220) %</b>
a. Le temps que vous avez attendu (attendez) au téléphone avant de parler à quelqu'un	-3	+1	-9	-1	+2
b. Les heures de service, (c'est-à-dire de 8h30 à 16h30)	+10	+14	+3	+8	+15
c. La connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC	-5	0	-14	-8	-10
d. Le personnel a compris (comprend) votre demande ou question	-5	+1	-12	-4	-13
<b>Écart moyen</b>	-0,8	+4,0	-8,0	-1,3	-1,5

N.B. *Écarts en points de pourcentage entre les 2 cases supérieures des cotes de satisfaction et d'importance des clients. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.*

*(+) indique un surplus, (-) un déficit.*

\* *Basé sur ceux qui ont dit avoir été en contact avec ACC par téléphone au cours des 6 mois précédents.*

## 4.10 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD D'ACC EN LIGNE

---

*Cette série de questions a été introduite en 2003 et a été demandée seulement aux répondants qui ont mentionné avoir visité le site Web d'ACC.*

Dans l'ensemble, 13 p. cent des clients sondés ont déclaré avoir utilisé le site Web d'ACC (N=327). Ce sont seulement eux qui ont coté leur niveau de satisfaction envers le site Web.

- ▶ 38 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC et 33 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes mais seulement 5 p. cent des anciens combattants du service de guerre et 7 p. cent des survivants.

Le taux de satisfaction moyen pour les déterminants de la satisfaction à l'égard du site Web d'ACC était bon (76,6 p. cent) mais c'était le plus bas taux de satisfaction de toutes les catégories de service.

- ▶ La facilité d'accès au site (87 p. cent) ainsi que la sécurité et la protection des informations personnelles (84 p. cent) ont obtenu des niveaux de satisfaction supérieurs à la moyenne.
- ▶ La facilité à trouver l'information recherchée (65 p. cent) et l'information complète (68 p. cent) ont obtenu des taux de satisfaction inférieurs à la moyenne.

Par rapport à 2003, le niveau de satisfaction de la facilité d'accès au site a augmenté de 3 points (significatif) alors que le niveau de satisfaction sur la facilité à trouver de l'information (-4 points, significatif) et sur la facilité à comprendre l'information (-2 points, non significatif) ont baissé.

Tous les clients sondés ont répondu aux questions sur l'importance attribuée à plusieurs utilisations possibles du site Web d'ACC et leur intention de l'utiliser dans ces buts.

Somme toute, les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (entre 56 p. cent et 71 p. cent utiliseraient les différentes utilisations) et les membres actifs et retraités de la GRC (entre 65 et 82 p. cent) étaient plus enclins à utiliser le site Web d'ACC et à trouver important de pouvoir utiliser le site Web d'ACC pour chacun des usages sondés que les survivants (entre 21 et 25 p. cent l'utiliseraient) et les anciens combattants du service de guerre (entre 17 et 23 p. cent).

- ▶ Obtenir de l'information en ligne sur les avantages et les services d'ACC (37 p. cent l'utiliseraient et 32 p. cent important) est l'usage pour lequel les clients ont démontré le plus d'intérêt.
- ▶ S'informer sur l'état de leur demande (33 p. cent l'utiliseraient et 30 p. cent le trouve important) serait le deuxième en importance.
- ▶ Faire une demande en ligne (29 p. cent l'utiliseraient et 26 p. cent le trouve important) et accéder aux informations personnelles en ligne (31 p. cent l'utiliseraient et 27 p. cent le trouve important) semblaient susciter moins d'intérêt.

Des clients qui ont ou qui envisageaient d'avoir accès à Internet dans les 12 prochains mois mais qui n'envisagent pas d'utiliser le site Web d'ACC pour aucune des utilisations testées, les principaux inconvénients mentionnés étaient :

- ▶ manque de connaissances techniques (25 p. cent);
- ▶ craintes sur la sécurité de l'information (19 p. cent);
- ▶ trop impersonnel (18 p. cent).

Les mêmes craintes avaient été énoncées en 2003.

**TABLEAU 10A DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD D'ACC EN LIGNE : COTES DE SATISFACTION**

<b>COTES DE SATISFACTION* % 2 cases supérieures</b>	<b>TOTAL Clients (327) %</b>	<b>A. C. du service de guerre (18)<sup>1</sup> %</b>	<b>FC (31) %</b>	<b>Survivants (143)<sup>1</sup> %</b>	<b>GRC (143) %</b>
---	--	--	--------------------------	---	----------------------------

Q2.2 *Quel a été votre niveau de satisfaction par rapport à chacun des aspects suivants? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?*

<b>a. Facilité d'accès au site</b>					
• % 2 cases supérieures	87	90	88	78	88
• % ne peut dire	1	5	0	0	0
• Cote moyenne	4,2	4,4	4,2	3,9	4,3
<b>b. Facilité à trouver l'information que vous recherchez</b>					
• % 2 cases supérieures	65	68	67	51	67
• % ne peut dire	2	10	0	0	0
• Cote moyenne	3,7	3,9	3,7	3,4	3,8
<b>c. Facilité à comprendre l'information</b>					
• % 2 cases supérieures	79	89	79	65	78
• % ne peut dire	1	5	0	0	0
• Cote moyenne	4,0	4,2	4,0	3,6	4,1
<b>d. Information complète</b>					
• % 2 cases supérieures	68	61	73	48	70
• % ne peut dire	2	10	1	0	2
• Cote moyenne	3,8	3,8	3,8	3,4	3,9
<b>e. Votre information personnelle est en sécurité et protégée</b>					
• % 2 cases supérieures	84	90	82	87	82
• % ne peut dire	11	13	10	16	10
• Cote moyenne	4,2	4,4	4,1	4,3	4,2

Q2.3 *Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au site Web d'ACC? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?*

• % 2 cases supérieures	78	78	78	71	85
• % ne peut dire	0	0	0	4	0
• Cote moyenne	4,0	4,1	4,0	3,7	4,1

<b>Moyenne générale – % 2 cases supérieures</b>	76,6	79,6	77,8	65,8	77,0
---	------	------	------	------	------

\* Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

N.B. Q2.3 a été exclue du calcul de la moyenne générale.

<sup>1</sup> Compte tenu du très faible nombre de répondants de ce groupe de clients, les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

**TABLEAU 10B DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD D'ACC EN LIGNE : COTES DE SATISFACTION – COMPARAISON AVEC 2001 –**

Q2.2 Quel a été votre niveau de satisfaction par rapport à chacun des aspects suivants? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION		
	Total 2005 (327)	Total 2003 (168)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Facilité d'accès au site</b>			
• % 2 cases supérieures	87	84	+3
<b>b. Facilité à trouver l'information que vous recherchez</b>			
• % 2 cases supérieures	65	69	-4
<b>c. Facilité à comprendre l'information</b>			
• % 2 cases supérieures	79	81	-2
<b>d. Information complète</b>			
• % 2 cases supérieures	68		N/A
<b>e. Votre information personnelle est en sécurité et protégée</b>			
• % 2 cases supérieures	84		N/A

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2003 / T-test à  $P < .05$  (\* = significatif).

**TABLEAU 10C INTÉRÊT ENVERS ET IMPORTANCE PERÇUE D'ASPECTS DU SERVICE RELATIFS AU SITE INTERNET D'ACC**

Q2.4 À l'avenir, utiliserez-vous l'Internet pour...? (LIRE EN ROTATION)

Q2.5 Dans quelle mesure est-il important pour vous de pouvoir...? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5. (LIRE EN ROTATION / VÉRIFIER LA COMPRÉHENSION DE L'ÉCHELLE / 1 POUR LE PLUS FAIBLE, 5 POUR LE PLUS ÉLEVÉ)

	TOTAL Clients (1 607) %	A. C. du service de guerre (402) %	FC (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %
<b>Obtenir des informations en ligne sur les bénéfices et services offerts par ACC</b>					
• Utiliserait	37	23	71	25	82
• Importance					
▸ % 2 cases supérieures*	32	19	59	27	66
▸ % ne peut dire	5	6	2	6	1
▸ Cote moyenne	2,5	2,0	3,5	2,2	3,8
<b>Faire une demande en ligne pour les bénéfices ou les services d'ACC</b>					
• Utiliserait	29	17	56	21	65
• Importance					
▸ % 2 cases supérieures	26	16	46	25	54
▸ % ne peut dire	5	6	2	5	2
▸ Cote moyenne	2,3	1,8	3,1	2,1	3,4
<b>Vous renseigner en ligne sur l'état de votre demande</b>					
• Utiliserait	33	19	66	24	75
• Importance					
▸ % 2 cases supérieures	30	17	56	23	62
▸ % ne peut dire	5	6	3	5	1
▸ Cote moyenne	2,4	1,9	3,4	2,1	3,7
<b>Accéder en ligne à vos informations personnelles</b>					
• Utiliserait	31	18	63	21	77
• Importance					
▸ % 2 cases supérieures	27	18	50	18	56
▸ % ne peut dire	5	5	3	7	1
▸ Cote moyenne	2,3	1,9	3,3	1,9	3,5

\* Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

## **4.11 ACTIVITÉS DE COMMÉMORATION ET PROGRAMME « LE CANADA SE SOUVIENT »**

---

Les activités de commémoration et le programme « Le Canada se souvient » ne sont pas exclusifs aux groupes de clients sondés dans cette étude et les résultats devraient être analysés de concert avec ceux d'autres études et sondages qui couvrent la base plus large des clients. Néanmoins, on constate une appréciation moins bonne que dans le cas de la plupart des services qui visent directement les clients d'ACC, malgré une amélioration significative à ce chapitre par rapport à 2003.

Dans l'ensemble, 80 p. cent des clients d'ACC se sont dits satisfaits de la façon avec laquelle ACC rend ses activités de commémoration et le programme « Le Canada se souvient », soit un peu plus qu'en 2003 (76 p. cent), une hausse significative.

- Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes étaient le groupe le moins satisfait (76 p. cent) et les survivants le groupe le plus satisfait (82 p. cent).

Seulement la moitié (46 p. cent) des répondants ont mentionné au moins une chose qu'ACC pourrait faire pour mieux promouvoir la notoriété des sacrifices et les réalisations. Parmi l'ensemble des réponses à cette question, deux choses ressortent, tout comme en 2003 :

- une meilleure promotion dans les écoles (24 p. cent);
- et plus de publicité ou de documentaires à la télévision (16 p. cent).

La note moyenne d'importance des activités de commémoration est de 86,2 p. cent et deux aspects ressortent comme plus importants :

- entretenir et restaurer les tombes et cimetières d'anciens combattants (94 p. cent);
- sensibiliser les jeunes au Souvenir (93 p. cent).

Organiser des pèlerinages vers des sites de bataille outremer a reçu des notes d'importance plus faibles (76 p. cent) que la moyenne.

Aucune différence majeure n'est à souligner dans les notes d'importance attribuées par les divers groupes de clients, mais une plus forte proportion membres actifs et retraités de la GRC a refusé de fournir une note ou ne savait pas quelle note donner.

**TABLEAU 11A      ACTIVITÉS DE COMMÉMORATION ET PROGRAMME**  
**« LE CANADA SE SOUVIENT » : NIVEAU GLOBAL DE**  
**SATISFACTION ET NOTES D'IMPORTANCE**

<b>NOTES DE SATISFACTION*</b> <b>% 2 CASES SUPÉRIEURES</b>	<b>TOTAL</b> <b>Clients</b> <b>(1 607)</b> <b>%</b>	<b>A. C. du</b> <b>service de</b> <b>guerre</b> <b>(402)</b> <b>%</b>	<b>FC</b> <b>(400)</b> <b>%</b>	<b>Survivants</b> <b>(402)</b> <b>%</b>	<b>GRC</b> <b>(403)</b> <b>%</b>
<b>Q6.1 Satisfaction globale</b>					
• % 2 cases supérieures	80	81	76	82	78
• % ne peut dire	5	3	5	11	23
• Cote moyenne	4,1	4,2	4,0	4,2	4,1
<b>NOTES D'IMPORTANCE</b>					
<b>Q6.2a Sensibiliser les jeunes à la commémoration</b>					
• % 2 cases supérieures	93	91	94	96	95
• % ne peut dire	2	2	1	2	15
• Cote moyenne	4,7	4,7	4,7	4,8	4,8
<b>Q6.2b Organiser des pèlerinages vers des sites de bataille outremer</b>					
• % 2 cases supérieures	76	73	78	79	79
• % ne peut dire	4	4	1	4	17
• Cote moyenne	4,2	4,1	4,3	4,3	4,2
<b>Q6.2c Tenir des cérémonies et des activités au Canada</b>					
• % 2 cases supérieures	86	82	90	91	91
• % ne peut dire	2	1	1	2	15
• Cote moyenne	4,5	4,4	4,6	4,6	4,6
<b>Q6.2d Fournir du matériel de commémoration sur les réalisations, les sacrifices et les contributions de ceux qui ont servi le Canada (i.e. feuillets, site Internet)</b>					
• % 2 cases supérieures	88	85	90	93	92
• % ne peut dire	2	2	1	3	16
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,6	4,7	4,6
<b>Q6.2e Entretenir et restaurer les tombes et cimetières d'anciens combattants</b>					
• % 2 cases supérieures	94	93	94	96	97
• % ne peut dire	2	2	1	3	16
• Cote moyenne	4,7	4,7	4,7	4,8	4,8
<b>Moyenne générale –</b>					
<b>% 2 cases supérieures</b>	87,4	84,8	89,2	91,0	90,8

\* Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABLEAU 11B DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES  
ACTIVITÉS DE COMMÉMORATION ET DU PROGRAMME  
« LE CANADA SE SOUVIENT »  
SATISFACTION ET NOTES D'IMPORTANCE  
– COMPARAISON AVEC 2003 –**

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>		2005 (1 607) %	2003 (1 447) %	DIFF. <sup>2</sup>
<b>Q6.1 Satisfaction globale</b>				
•	% 2 cases supérieures	80	76	+4★
•	% ne peut dire	5	15	-10
•	Cote moyenne	4,1	4,0	+0,1
<b>NOTES D'IMPORTANCE</b>				
<b>Q6.2a Sensibiliser les jeunes à la commémoration</b>				
•	% 2 cases supérieures	93	89	+4★
•	% ne peut dire	2	1	+1
•	Cote moyenne	4,7	4,6	+0,2
<b>Q6.2b Organiser des pèlerinages vers des sites de bataille outremer</b>				
•	% 2 cases supérieures	76	70	+6★
•	% ne peut dire	4	6	-2
•	Cote moyenne	4,2	4,0	+0,2
<b>Q6.2c Tenir des cérémonies et des activités au Canada</b>				
•	% 2 cases supérieures	86	87	-1
•	% ne peut dire	2	3	-1
•	Cote moyenne	4,5	4,5	0
<b>Q6.2d Fournir du matériel de commémoration sur les réalisations, les sacrifices et les contributions de ceux qui ont servi le Canada (i.e. feuillets, site Internet)</b>				
•	% 2 cases supérieures	88	90	-2
•	% ne peut dire	2	2	0
•	Cote moyenne	4,6	4,6	0
<b>Q6.2e Entretenir et restaurer les tombes et cimetières d'anciens combattants</b>				
•	% 2 cases supérieures	94	93	+1
•	% ne peut dire	2	2	0
•	Cote moyenne	4,7	4,7	0
<b>Moyenne générale – % 2 cases supérieures</b>		87,4	85,8	+1,6

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2003 / T-test à  $P < .05$  (★ = significatif).

## 4.12 NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION

---

Cette section examine les résultats obtenus aux questions qui demandaient aux clients de coter leur niveau de satisfaction global envers le service d'ACC, sur quatre aspects :

1. l'accès aux services;
2. le site Internet d'ACC;
3. le programme et les activités commémoratives;
4. les programmes et services offerts.

### Accès aux services en général

À la question générale « Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services? », 84 p. cent des clients se sont dits satisfaits.

- ▶ En baisse constante et significative depuis 2001 (91 p. cent) et 2003 (89 p. cent);
- ▶ Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (79 p. cent) et les membres actifs et retraités de la GRC (80 p. cent) en sont moins satisfaits mais à des niveaux tout de même assez élevés;
- ▶ Les clients de la C.-B. (81 p. cent) et des Prairies (78 p. cent) étaient un peu moins satisfaits de l'accès aux services que ceux de l'Ontario (88 p. cent), du Québec (84 p. cent) et de l'Atlantique (84 p. cent).

La possibilité d'améliorer la satisfaction générale en améliorant l'accès aux services était toujours plutôt faible, compte tenu du niveau de satisfaction élevé et du niveau d'importance relativement faible attribués par les clients à cet aspects du service.

- ▶ Tel que présenté à la section sur l'analyse détaillée des déterminants de satisfaction relatifs à l'accès aux services (section 4.6), deux aspects spécifiques, notamment les délais, présentent un bon potentiel d'amélioration de la satisfaction globale puisqu'ils présentent des déficits de satisfaction assez importants, le premier ayant déjà été identifié en 2003 mais pas le deuxième :
  - le temps pour recevoir une réponse écrite (-17 points);
  - la facilité d'accès par téléphone (-10 points).

### Le site Web d'ACC

Le niveau de satisfaction général à l'égard du site Web d'ACC est assez élevé (78 p. cent) mais plus faible que pour la plupart des autres aspects majeurs du service que nous avons couverts dans ce sondage. Il importe de souligner que la grande majorité des clients qui ont répondu à cette question étaient des anciens combattants et clients des Forces canadiennes ainsi que des membres actifs et retraités de la GRC; l'évaluation du site Web d'ACC doit donc être considérée comme étant en bien meilleure position qu'il n'y paraît par rapport aux autres services, compte tenu du fait que les anciens combattants et clients des Forces canadiennes, et dans une moindre mesure les membres actifs et retraités de la GRC, ont tendance à systématiquement noter les services moins bien que les autres groupes de clients.

Compte tenu de la faible proportion de clients qui ont accès à l'Internet, du très faible intérêt des clients d'ACC envers son site Web et du potentiel assez faible qu'il présente pour communiquer avec les clients, l'amélioration du niveau de satisfaction à l'égard du site Web d'ACC aurait probablement un faible impact sur la satisfaction d'ensemble des clients à l'égard d'ACC.

Néanmoins, soulignons que parmi les aspects de ce service que nous avons évalués, la facilité à trouver l'information recherchée et la quantité d'information n'était pas très satisfaisante (65 p. cent et 68 p. cent respectivement).

### **Activités de commémoration et programme « Le Canada se souvient »**

Les activités de commémoration et le programme « Le Canada se souvient » ne sont pas des services exclusifs aux clients sondés dans cette étude et les résultats devraient être analysés de concert avec ceux d'autres études ou sondages qui couvraient une base plus large de la clientèle. Néanmoins, on constate une satisfaction moins grande à l'égard de la commémoration que dans le cas des services qui visent directement les clients d'ACC (l'accès aux services, les communications, le service offert par le personnel, le site Web d'ACC).

Huit répondants sur dix (80 p. cent) se sont dits satisfaits des activités de commémoration et du programme « Le Canada se souvient »<sup>1</sup>, ce qui est légèrement (mais significativement) plus élevé qu'en 2001 (77 p. cent) et qu'en 2003 (76 p. cent). Compte tenu de la controverse qui entourait le pèlerinage en Hollande au moment du sondage, il semble que globalement, les activités de commémoration ont davantage satisfait les clients d'ACC.

- ▶ À nouveau, les anciens combattants et clients des Forces canadiennes étaient moins satisfaits (76 p. cent) que les autres groupes de clients (78 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC, 81 p. cent des anciens combattants du service de guerre et 82 p. cent des survivants).
- ▶ Presque la moitié (46 p. cent) de tous les répondants ont mentionné au moins une chose qu'ACC pourrait faire pour mieux promouvoir la notoriété des sacrifices et réalisations. Tout comme en 2001, deux choses ressortent :
  - une meilleure promotion dans les écoles (24 p. cent, en hausse par rapport à 10 p. cent en 2001 et 21 p. cent en 2003);
  - davantage de publicité ou de documentaires à la télévision (16 p. cent, stable).

Comme nous l'avons souligné à la section 4.11, deux activités de commémoration couvertes dans ce sondage ont été jugées plus importantes, alors que la conduite de pèlerinages sur des sites de batailles outremer a été jugée moins importante (76 p. cent).

- ▶ Entretenir et restaurer les tombes et les cimetières d'anciens combattants (94 p. cent);
- ▶ Sensibiliser les jeunes à la commémoration (93 p. cent).

---

<sup>1</sup> Q6.1 *Dans l'ensemble, en pensant aux activités et au programme "Le Canada se souvient" (par exemple les pèlerinages aux champs de bataille outremer, les cérémonies et activités au Canada, les médailles et citations, l'entretien et la restauration de tombes et de cimetières, les mémoriaux et les monuments ainsi que la sensibilisation du public incluant celle des jeunes, etc.), quel est votre niveau de satisfaction envers la façon dont ces programmes et activités sont rendus par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?*

## La carte santé d'ACC

Deux tiers (65 p. cent) des clients ont répondu à cette section, ce qui pourrait être utilisé comme estimé du niveau d'utilisation de la carte.

- ▶ De ceux-là, 89 p. cent se sont dits satisfaits de leur utilisation de la carte.
  - ▶ 91 p. cent d'anciens combattants du service de guerre, mais moins d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes (82 p. cent).
- ▶ 95 p. cent des répondants qui utilisaient la carte ont jugé important de pouvoir présenter leur carte plutôt que de déboursier.

## Obtention des services requis

En 2003, 85 p. cent des répondants avaient jugé qu'ils avaient obtenu ce dont ils avaient besoin d'ACC. Cette année, significativement moins de répondants (79 p. cent) avaient cette impression.

- ▶ 86 p. cent des anciens combattants du service de guerre (-2 points);
- ▶ 80 p. cent des survivants (-8 points);
- ▶ 75 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC;
- ▶ seulement 62 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes (-12 points).

Cette question a été déplacée de la section sur le service offert par le personnel vers la fin du questionnaire avec la série de questions portant sur les niveaux généraux de satisfaction. Il n'est pas possible d'identifier l'impact exact de ce déplacement sur les résultats (contexte différent, davantage d'aspects tenus en compte, pas uniquement le service offert par le personnel, etc.).

Néanmoins, il importe de souligner que les anciens combattants et clients des Forces canadiennes ont donné une cote de satisfaction beaucoup plus faible qu'en 2003 (-12 points) à cet aspect. Les écarts de satisfaction par rapport à 2003 n'étaient pas aussi importants pour les survivants (-8 points) ni pour les anciens combattants du service de guerre (-2 points). Les membres actifs et retraités de la GRC n'ont pas été sondés en 2003.

## Programmes et services offerts par ACC

Cette question, qui mesure le niveau le plus général de satisfaction à l'égard d'ACC, a servi au calcul de l'importance inférée des déterminants de la satisfaction.

*Q7.2 Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction **global** envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?*

Quatre-vingt quatre (84) p. cent des clients se sont dits satisfaits :

- ▶ 88 p. cent des anciens combattants du service de guerre;
- ▶ 84 p. cent des survivants;

- ▶ 83 p. cent des membres actifs et retraités de la GRC;
- ▶ 77 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes.

C'est une baisse de 1 p. cent comparativement à 2001 (85 p. cent), mais pas de façon statistiquement significative.

- ▶ L'amélioration de la satisfaction observée parmi les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (+5 points) est quant à elle statistiquement significative par rapport à 2001 (72 p. cent), mais légèrement en-deçà du niveau atteint en 2003 (80 p. cent).

*En 2001, nous avons identifié les anciens combattants et clients des Forces canadiennes comme étant la cible prioritaire, de façon à améliorer le niveau général de satisfaction de la clientèle. Les résultats du présent sondage tendent à démontrer que les mesures mises en place par ACC dans le cadre de son plan d'amélioration des services ont eu un impact positif et significatif sur la satisfaction générale de ce groupe de clients.*

### **Sentiment d'adéquation des services**

À une autre question portant sur l'impression d'une adéquation générale des programmes et services d'ACC aux besoins des clients (**voir le Tableau 12a**) :

- ▶ près de trois clients sur quatre (72 p. cent) étaient d'avis que les programmes et services d'ACC répondent entièrement (34 p. cent) ou à la majorité (38 p. cent) de leurs besoins.
  - Il s'agit d'une baisse significative de clients (-5 p. cent) qui étaient de cet avis par rapport à 2003 (77 p. cent), un retour au niveau de 2001 (72 p. cent).
  - Moins d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes (65 p. cent) et de survivants (68 p. cent) étaient de cet avis que d'anciens combattants du service de guerre (77 p. cent) ou de membres actifs et retraités de la GRC (77 p. cent), mais il s'agit d'une hausse significative par rapport à 2001 :
    - amélioration de 6 points pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (de 59 p. cent en 2001 à 65 p. cent), mais une diminution par rapport à 2003 (69 p. cent);
    - amélioration de 6 points pour les survivants (de 62 p. cent en 2001 à 68 p. cent), mais aussi en baisse par rapport à 2003 (73 p. cent).
- ▶ Les anciens combattants du service de guerre (77 p. cent) étaient moins enclins qu'en 2003 (81 p. cent) à considérer que les programmes et services offerts par ACC répondaient à leurs besoins, à peu près au même niveau qu'en 2001 (78 p. cent).
- ▶ Pour les autres clients, les programmes d'ACC ne répondaient à leurs besoins qu'en partie ou pas du tout (23 p. cent comparativement à 24 p. cent en 2001) ou ils ne savaient pas (4 p. cent).

*Des 389 clients qui étaient d'avis que les programmes et services d'ACC ne rencontrent pas leurs besoins, 19 p. cent n'ont pas pu nous préciser en quoi. Parmi ceux qui ont précisé en quoi ils ne répondent pas à leurs besoins, les principales raisons mentionnées ont été :*

- ▶ les évaluations de l'état de santé sont subjectives (19 p. cent);
- ▶ les communications devraient être améliorées (16 p. cent).
- ▶ montant insuffisant de pension (15 p. cent);

- ▶ *les délais sont trop longs (11 p. cent dans l'ensemble; 29 p. cent des anciens combattants et clients des Forces canadiennes et 34 p. cent pour les membres actifs et retraités de la GRC);*
- ▶ *les services sont en baisse (11 p. cent).*

En 2001 et 2003, les mêmes réponses nous avaient été données de façon spontanée.

### **Sentiment d'amélioration du service**

Les clients continuent d'être plutôt optimistes sur la direction que suit la qualité du service fourni par ACC.

- ▶ Près d'un tiers (31 p. cent) des répondants étaient d'avis que la qualité de service s'était améliorée au cours des 12 derniers mois alors que 4 p. cent étaient d'avis qu'elle s'était détériorée. La moitié des clients (51 p. cent) considéraient qu'elle était restée la même.
  - Il s'agit d'une amélioration significative par rapport à 2001 alors que 22 p. cent des clients étaient d'avis que le service s'était amélioré par rapport à 2003 (28 p. cent).
  - Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes, qui ont été moins satisfaits sur la plupart des aspects du service d'ACC depuis le premier sondage en 2001, ont été tout aussi positifs que les autres groupes de clients sur cet aspect (28 p. cent ont dit qu'ils s'étaient améliorés et 5 p. cent détériorés).

### **Perception comparative du service**

Du point de vue des clients, le service d'ACC se compare très avantageusement à celui d'autres ministères gouvernementaux.

- ▶ Plus de la moitié (55 p. cent) des clients considéraient que le service d'ACC est meilleur et seulement 3 p. cent qu'il est moins bon.
- ▶ Les anciens combattants et clients des Forces canadiennes ont été tout aussi positifs que les autres groupes de clients à ce chapitre. En fait, 57 p. cent étaient d'avis que le service d'ACC est meilleur que celui d'autres ministères gouvernementaux et seulement 5 p. cent qu'il est moins bon.

Ces résultats sont comparables à ceux obtenus en 2003.

**TABLEAU 12A**

**NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION**

	TOTAL Clients (1 607) %	A. C. du service de guerre (402) %	FC (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %
--	-------------------------------	--	------------------	--------------------------	-------------------

**Q3.1(h) Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?**

• % 2 cases supérieures <sup>1</sup>	84	86	79	83	80
• % ne peut dire	3	3	2	3	1
• Cote moyenne	4,2	4,3	4,0	4,2	4,1

**Q5.5 Dans l'ensemble, dans quelle mesure les programmes et services offerts par Anciens Combattants Canada répondent-ils à vos besoins? Diriez-vous...?**

• Entièrement	34	39	23	35	34
• En majorité	38	38	42	33	43
• Seulement en partie	20	19	24	20	16
• Pas du tout	3	1	5	7	3
• Ne peut dire	4	3	6	5	4

**Q6.1 Dans l'ensemble, en pensant aux activités et au programme "Le Canada se souvient" (par exemple les pèlerinages aux champs de bataille outremer, les cérémonies et activités au Canada, les médailles et citations, l'entretien et la restauration de tombes et de cimetières, les mémoriaux et les monuments ainsi que la sensibilisation du public incluant celle des jeunes, etc.), quel est votre niveau de satisfaction envers la façon dont ces programmes et activités sont rendus par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	80	81	76	82	78
• % ne peut dire	5	3	5	11	23
• Cote moyenne	4,1	4,2	4,0	4,2	4,1

**Q2.3 Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au site Web d'ACC? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	78	78*	78	71*	85
• % ne peut dire	0	0	0	4	0
• Cote moyenne	4,0	4,1	4,0	3,7	4,1

**Q7.1 Maintenant, nous avons couvert plusieurs aspects du service offert par Anciens Combattants Canada. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du résultat de votre dernier contact avec ACC, c'est-à-dire qu'en bout de ligne, vous avez obtenu ce dont vous aviez besoin? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	79	86	62	80	75
• % ne peut dire	5	4	7	4	8
• Cote moyenne	4,1	4,3	3,7	4,2	4,0

\* Résultats basés sur de très faibles tailles d'échantillon. L'interprétation de ces résultats doit être faite avec prudence.

<sup>1</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABEAU 12A NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION**  
(Suite)

	TOTAL Clients (1 607) %	A. C. du service de guerre (402) %	FC (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %
--	----------------------------------	--	------------------	--------------------------	-------------------

**Q7.2 Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait? <sup>1</sup>**

• % 2 cases supérieures <sup>2</sup>	84	88	77	84	83
• % ne peut dire	2	2	3	3	2
• Cote moyenne	4,3	4,4	4,0	4,3	4,1

**Q7.3 Dans l'ensemble, diriez-vous qu'au cours des 12 derniers mois la qualité du service fourni par Anciens Combattants Canada s'est...?**

• Améliorée	31	35	28	29	14
• Est restée la même	51	50	52	50	58
• Détériorée	4	3	5	4	4
• Ne peut dire	14	12	15	17	24

**Q7.4 Dans l'ensemble, si vous comparez les services reçus des autres ministères gouvernementaux avec lesquels vous avez eu des contacts, à ceux d'Anciens Combattants Canada, diriez-vous que les services reçus d'Anciens Combattants Canada sont...?**

• Beaucoup mieux	25	26	25	23	22
• Mieux	30	30	32	24	34
• Équivalents	23	21	27	24	32
• Moins bons	2	2	3	2	4
• Beaucoup moins bons	1	1	2	0	1
• Ne peut dire	19	21	10	26	7

<sup>1</sup> **2001/2003** : Q17 Alors, nous avons évalué plusieurs aspects du service d'Anciens Combattants Canada. Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada. Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<sup>2</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABLEAU 12B**

**NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
- COMPARAISON AVEC 2001 -**

	TOTAL 2005 (1 607) %	TOTAL 2003 (1 447) %	TOTAL 2001 (1 204) %	DIFF. avec 2001 %	T-TEST <sup>1</sup>
--	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------	---------------------

**Q3.1(h) Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?**

• % 2 cases supérieures <sup>2</sup>	84	89	91	-7	SIG
• % ne peut dire	3	2	3	0	
• Cote moyenne	4,2	4,3	4,3	-0,1	

**Q5.5 Dans l'ensemble, dans quelle mesure les programmes et services offerts par Anciens Combattants Canada répondent-ils à vos besoins? Diriez-vous...?**

• Entièrement	34	38	39	-5	SIG
• En majorité	38	39	33	+5	SIG
• Seulement en partie	20	16	19	+1	
• Pas du tout	3	4	5	-2	SIG
• Ne peut dire	4	4	5	-1	

**Q6.1 Dans l'ensemble, en pensant aux activités et au programme "Le Canada se souvient" (par exemple les pèlerinages aux champs de bataille outremer, les cérémonies et activités au Canada, les médailles et citations, l'entretien et la restauration de tombes et de cimetières, les mémoriaux et les monuments ainsi que la sensibilisation du public incluant celle des jeunes, etc.), quel est votre niveau de satisfaction envers la façon dont ces programmes et activités sont rendus par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	80	76	77	+3	
• % ne peut dire	5	15	15	-10	SIG
• Cote moyenne	4,1	4,0	4,0	+0,1	

**Q2.3 Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au site Web d'ACC? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	78	82			
• % ne peut dire	0	2			
• Cote moyenne	4,0	4,1			

**Q7.1 Maintenant, nous avons couvert plusieurs aspects du service offert par Anciens Combattants Canada. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du résultat de votre dernier contact avec ACC, c'est-à-dire qu'en bout de ligne, vous avez obtenu ce dont vous aviez besoin? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	79	85			
• % ne peut dire	5	6			
• Cote moyenne	4,1	4,2			

<sup>1</sup> T-Test à P < .05 (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABLEAU 12B NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
- COMPARAISON AVEC 2001 -  
(Suite)**

	TOTAL 2005 (1 607) %	TOTAL 2003 (1 447) %	TOTAL 2001 (1 204) %	DIFF. avec 2001 %	T-TEST <sup>1</sup>
--	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------	---------------------

**Q7.2 Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait? <sup>2</sup>**

• % 2 cases supérieures <sup>3</sup>	84	87	85	-1	
• % ne peut dire	2	2	2	0	
• Cote moyenne	4,3	4,3	4,2	+0,1	

**Q7.3 Dans l'ensemble, diriez-vous qu'au cours des 12 derniers mois la qualité du service fourni par Anciens Combattants Canada s'est...?**

• Améliorée	31	28	22	+9	SIG
• Est restée la même	51	50	55	-4	SIG
• Détériorée	4	4	5	-1	
• Ne peut dire	14	18	18	-4	SIG

**Q7.4 Dans l'ensemble, si vous comparez les services reçus des autres ministères gouvernementaux avec lesquels vous avez eu des contacts, à ceux d'Anciens Combattants Canada, diriez-vous que les services reçus d'Anciens Combattants Canada sont...?**

• Beaucoup mieux	25	25	21	+4	SIG
• Mieux	30	30	28	+2	
• Équivalents	23	23	27	-4	SIG
• Moins bons	2	2	2	0	
• Beaucoup moins bons	1	1	1	0	
• Ne peut dire	19	19	21	-2	

<sup>1</sup> T-Test à P < .05 (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **2001/2003** : Q17 Alors, nous avons évalué plusieurs aspects du service d'Anciens Combattants Canada. Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction **global** envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada. Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<sup>3</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

## 4.13 PRIORITÉS D'AMÉLIORATION DU SERVICE

---

Le modèle d'analyse préconisé par le Guide pratique pour l'Initiative d'amélioration des services est celui de la matrice importance-satisfaction<sup>1</sup> qui permet d'identifier les améliorations du service qu'il faut examiner en premier.

Brièvement, il s'agit de croiser l'axe de l'importance et l'axe de la satisfaction, de les centrer sur leurs moyennes respectives, ce qui définit quatre quadrants (ex. : satisfaction inférieure et importance supérieure).

Nous avons adopté ce modèle et développé la méthode de calcul suivante :

1. Calcul de la note moyenne d'importance et calcul de la cote moyenne de satisfaction basées sur tous les déterminants du sondage.
2. Catégorisation des surplus / déficits de satisfaction selon les quadrants suivants :
  - 1) Importance supérieure et satisfaction inférieure à la moyenne (Meilleures perspectives d'amélioration)
  - 2) Importance supérieure et satisfaction supérieure à la moyenne (Autres possibilités d'amélioration)
  - 3) Importance inférieure et satisfaction inférieure à la moyenne (Faibles priorités d'amélioration)
  - 4) Importance inférieure et satisfaction supérieure à la moyenne (Gaspillage possible de ressource)
3. Calcul des surplus / déficits<sup>2</sup> de satisfaction pour chaque déterminant faisant partie du sondage<sup>3</sup>.
4. Calcul des corrélations entre les déterminants et la satisfaction générale pour inférer l'importance des déterminants.
5. Qualification des surplus / déficits selon la différence de rang des déterminants en termes d'importance déclarée par les répondants versus inférée par corrélation.

---

<sup>1</sup> Encore appelée Analyse différentielle, Analyse des quadrants. Voir section 3.9 de la méthodologie.

<sup>2</sup> Pour chaque déterminant : différence en points de pourcentage entre les 2 cases supérieures de la note d'importance et de la cote de satisfaction.

<sup>3</sup> Accès aux services (10), communications (6) et service offert par le personnel (7) pour un total de 23 déterminants.

## **PROGRÈS RÉALISÉS**

En juin 2001, huit priorités d'amélioration du service avaient été identifiées au niveau des déterminants de la satisfaction et en 2003, il en restait quatre. Aussi, étant donné leur niveau de satisfaction moins élevé, les anciens combattants et clients des Forces canadiennes avaient été ciblés comme le groupe de clients à considérer en priorité.

Globalement, les éléments de service dont le niveau de satisfaction s'est amélioré depuis 2001 faisaient partie de la liste de priorités d'amélioration du service :

- ▶ la connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC (+5 points);
- ▶ la sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (+3 points).

Plusieurs éléments de service ont des niveaux de satisfaction inférieurs à ce qu'ils étaient en 2001 :

- ▶ la facilité d'accès par téléphone (76 p. cent; -13 points);
- ▶ l'emplacement (81 p. cent; -10 points);
- ▶ les affiches et les indications dans les bureaux (78 p. cent; -9 points);
- ▶ les façons disponibles pour entrer en contact (82 p. cent; -8 points);
- ▶ les heures de service (86 p. cent; -7 points);
- ▶ les lettres de décisions, formulaires et communications écrites (85 p. cent; -7 points);
- ▶ le stationnement (74 p. cent; -5 points);
- ▶ la serviabilité, prêt à en faire plus (86 p. cent; -4 points);
- ▶ l'accès physique (88 p. cent; -4 points);
- ▶ les réponses à vos questions (81 p. cent; -4 points).

**TABLEAU 13A PRIORITÉS D'AMÉLIORATION DU SERVICE EN 2001**

	2001 %	2003 %	2005 %	Par rapport à 2001	Par rapport à 2003
Satisfaction globale des anciens combattants et clients des Forces canadiennes	72	80	77	+5	-3
<b>Quadrant 1 (en ordre décroissant de déficit de satisfaction)</b>					
1) Temps pour recevoir une réponse écrite (Q5.8a)	-18	-16	-17	+1	-1
2) Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services (Q5.3a)	-11	-7	-11	0	-4
3) Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service (Q5.3b)	-10	-6	-8	+2	-2
4) Connaissances du personnel en ce qui concerne les programmes et services (Q5.10a1)	-10	-6	-7	+3	-1
5) Réponses à vos questions (Q5.3c)	-8	-5	-12	-4	-7
6) Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (Q5.10a3)	-6	-6	-6	0	0
7) Temps d'attente pour un rendez-vous (Q5.7a)	-3	-7	-6	-3	+1

**TABLEAU 13B PRIORITÉS D'AMÉLIORATION DU SERVICE EN 2003**

	2001 %	2003 %	2005 %	Par rapport à 2001	Par rapport à 2003
<b>Quadrant 1 (en ordre décroissant de déficit de satisfaction)</b>					
1) Temps d'attente pour un rendez-vous (Q5.7a)	-3	-7	-6	-3	+1
2) Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les anciens combattants et clients des Forces canadiennes (Q5.10a3)	-6	-6	-6	0	0
3) Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service (Q5.3b)	-10	-6	-8	+2	-2
5) Réponses à vos questions (Q5.3c)	-8	-5	-12	-4	-7

## PRIORITÉS 2005

Le tableau ci-dessous (**Tableau 14a**) présente les cotes de satisfaction et les notes d'importance<sup>1</sup> moyennes et les surplus ou déficits de satisfaction<sup>2</sup> pour chacune des trois principales catégories de service et pour chacun des trois groupes de clients en 2005.

**TABLEAU 14A RÉCAPITULATIF DES COTES DE SATISFACTION, DES NOTES D'IMPORTANCE MOYENNES ET DES ÉCARTS DE SATISFACTION**

COTE MOYENNE PAR CATÉGORIE DE DÉTERMINANTS	TOTAL Clients (1 607) %	A. C. du service de guerre (402) %	FC (400) %	Survivants (402) %	GRC (403) %
<b>Accès aux services</b>					
• Satisfaction	79,4	81,6	73,9	85,8	75,3
• Importance	78,9	78,4	79,0	82,3	71,7
• Écart	+0,5	+3,2	-5,1	+3,5	+3,6
<b>Communications</b>					
• Satisfaction	85,5	88,5	78,7	86,2	83,8
• Importance	91,8	91,0	90,5	95,5	90,7
• Écart	-6,3	-2,5	-1,8	+0,7	-6,9
<b>Service offert par le personnel</b>					
• Satisfaction	90,9	93,4	86,1	90,9	90,6
• Importance	95,4	94,4	95,6	98,1	96,0
• Écart	-4,5	-1,0	+0,5	-7,2	-5,4
<b>Moyenne générale</b>					
• Satisfaction	85,3	87,8	79,6	87,6	83,2
• Importance	88,7	87,9	88,3	92,0	86,1
• Écart	-3,4	-0,1	-8,7	-4,4	-2,9

N.B. (-) indique un déficit, (+) un surplus.

<sup>1</sup> % obtenus en cumulant les 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle en 5 points.

<sup>2</sup> Écart en pourcentage entre la cote de satisfaction et la note d'importance.

**TABEAU 14B RÉCAPITULATIF DES COTES DE SATISFACTION, DES NOTES D'IMPORTANCE MOYENNES ET DES ÉCARTS DE SATISFACTION – COMPARAISON AVEC 2001 –**

<b>COTE MOYENNE PAR CATÉGORIE DE DÉTERMINANTS</b>	<b>TOTAL 2005 (1 607) %</b>	<b>TOTAL 2003 (1 447) %</b>	<b>TOTAL 2001 (1 204) %</b>	<b>DIFF. avec 2001 %</b>	<b>T-TEST*</b>
<b>Accès aux services</b>					
• Satisfaction	79,4	83,1	85,5	-6,1	SIG
• Importance	78,9	79,3	80,3	-1,4	
• Écart	+0,5	+3,8	+5,2	-4,7	
<b>Communications</b>					
• Satisfaction	85,5	88,7	88,2	-2,7	
• Importance	91,8	90,5	92,0	-0,2	
• Écart	-6,3	-1,8	+3,8	-2,5	
<b>Service offert par le personnel</b>					
• Satisfaction	90,9	91,9	90,4	+0,5	
• Importance	95,4	94,7	94,4	+1,0	
• Écart	-4,5	-2,8	-4,0	-0,5	
<b>Moyenne générale</b>					
• Satisfaction	85,3	87,9	88,0	-2,7	
• Importance	88,7	88,2	88,9	-0,2	
• Écart	-3,4	-0,3	-0,9	-2,5	

N.B. (-) indique un déficit, (+) un surplus.

\* T-Test à  $P < .05$  (SIG = significatif /  = non significatif)

La note d'importance moyenne basée sur tous les déterminants de service est de 88,7 p. cent.

- ▶ Deux catégories de service ont une note moyenne d'importance supérieure à cette moyenne générale, soit le service offert par le personnel (95,4 p. cent) et les communications (91,8 p. cent). Par ailleurs, la note moyenne d'importance pour les déterminants de l'accès aux services est nettement inférieure à la moyenne générale (78,9 p. cent).

La cote moyenne de satisfaction sur tous les déterminants de service est de 85,3 p. cent.

- ▶ Les déterminants du service offert par le personnel (90,9 p. cent) et aux communications (85,5 p. cent) sont au-dessus de ce seuil, et ceux de l'accès aux services en-deçà (79,4 p. cent).

En 2001 et 2003, aucun déficit ou surplus de satisfaction n'avait été relevé en comparant la moyenne générale de satisfaction et de l'importance. Cette année, on observe un déficit de 3,4 points.

Ce léger déséquilibre indique que les demandes des clients ne sont pas entièrement comblées.

Les notes des déterminants du service offert par le personnel et des communications sont au-dessus des moyennes, à la fois de la satisfaction et de l'importance, alors que les notes des déterminants de l'accès aux services sont sous la moyenne.

Les résultats sur les niveaux généraux élevés de la satisfaction et de l'importance confirment que ACC se situe plutôt dans une problématique de maintien ou d'amélioration d'une qualité de service élevée que d'un besoin de corrections à apporter à un service déficient, dans un contexte où le niveau de satisfaction global subit plusieurs pressions naturelles à la baisse :

- ▶ nombre croissant d'anciens combattants et clients des Forces canadiennes qui sont systématiquement moins satisfaits;
- ▶ clients vieillissants (nombreux à être âgés de plus de 85 ans) et ayant des besoins croissants en termes de soutien et de services;
- ▶ l'ajout d'un nouveau groupe de clients (les membres actifs et retraités de la GRC) qui ont tendance à être un peu moins satisfaits et semblent avoir des attentes au-dessus de la moyenne.

Seul un examen plus approfondi, à l'aide des quadrants de la matrice satisfaction-importance, permettra d'identifier les déterminants spécifiques à cibler dans un plan d'amélioration du service.

Nous avons exploré au-delà des moyennes de chaque catégorie de déterminants et analysé les résultats de chaque déterminant selon le modèle d'analyse des quadrants et produit le **Tableau 15** à la fin de cette section.

Dans ce qui suit, les quadrants 1 (meilleures perspectives d'amélioration) et 2 (améliorations possibles) sont détaillés.

## 1. Principales opportunités d'amélioration du service

Celles-ci se retrouvent dans le quadrant « importance supérieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne ». L'ampleur du surplus / déficit de chaque déterminant qui se retrouve dans ce quadrant est un indicateur de priorité : plus le déficit est grand, plus élevée est la possibilité d'amélioration.

En 2001, huit déterminants se retrouvaient dans ce quadrant, en 2003 on en retrouvait quatre et cette année, seulement trois :

- 1) information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service (8 point déficit / plus grand<sup>1</sup>);
- 2) réponses à vos questions (-12 points / plus grand);
- 3) clarté des communications écrites (-8 points / le même).

## 2. Autres possibilités d'amélioration du service

Ce quadrant est défini par une satisfaction et une importance supérieures à la moyenne. Tout dépendant des surplus / déficits de satisfaction sur ces déterminants ainsi que leur potentiel comme effet de levier sur la satisfaction générale, on peut les considérer comme des forces à maintenir ou des domaines où intervenir pour exceller davantage.

Tout comme en 2003, neuf déterminants se retrouvent dans cette catégorie :

- 1) la serviabilité, prêt à en faire plus (-9 points / plus grand);
- 2) la connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC (-7 points / plus faible);
- 3) la sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (-6 points / le même);
- 4) le traitement juste et équitable (-6 points / le même).
- 5) le respect et la dignité avec lesquels vous avez été traité (-3 points / plus faible);
- 6) le langage parlé par le personnel(-1 point / plus faible);
- 7) la courtoisie du personnel (-1 point / plus faible);
- 8) la protection de l'information privée ou confidentielle (0 point / plus faible);
- 9) le service disponible dans la langue officielle de son choix (+2 points / plus faible).

Le **Tableau 15** présente la composition des quadrants découlant de l'application du modèle d'analyse des quadrants aux résultats de ce sondage.

---

<sup>1</sup> Importance dérivée plus grande que l'importance déclarée.

<sup>2</sup> Bien que répondant à la définition technique d'opportunités secondaires d'amélioration du service, les items 8) et 9) ne présentent pas de déficit de satisfaction; il n'y a donc pas lieu de croire qu'ils nécessitent des efforts d'amélioration.

### **Autres déterminants à considérer pour inclusion dans un plan d'amélioration**

Un autre indicateur qui a permis d'orienter les priorités d'amélioration est l'importance inférée par corrélation entre la satisfaction atteinte par le déterminant et le niveau général de satisfaction. Si l'importance inférée est plus grande que l'importance directement notée par les répondants, cela indique que le déterminant a un plus grand effet de levier sur la satisfaction générale que ce qu'indiquent les notes d'importance des répondants. Inversement, une importance inférée plus faible indique que ce déterminant a un effet de levier moindre.

Parmi les neufs déterminants du quadrant 2, un seul a à la fois un déficit de satisfaction et un meilleur effet de levier que ce qu'indiquent les notes d'importance des répondants (importance inférée plus grande que l'importance déclarée) :

- la serviabilité, prêt à en faire plus (déficit de 9 points / plus grand).

Ce déterminant pourrait être inclus dans un plan d'amélioration du service.

Parmi les neuf déterminants du quadrant 3, faible priorité d'amélioration, deux présentent à la fois un déficit de satisfaction et un effet de levier plus grand que ce qu'indiquent les notes d'importance des répondants (importance inférée plus grande que l'importance déclarée) :

- la facilité à trouver l'information (déficit de 11 points / plus grand);
- le délai écoulé pour recevoir une réponse écrite (déficit de 17 points / plus grand).

Ces déterminants devraient aussi être considérés comme candidats à l'inclusion dans un plan d'amélioration du service.

L'annexe 2 présente les résultats de l'analyse de corrélation entre les cotes de satisfaction de chacun des déterminants et le niveau de satisfaction général (Q7.2). Ces corrélations sont des indices de l'importance inférée.

**TABLEAU 15** **CONTENU DES QUADRANTS DE LA**  
**MATRICE SATISFACTION-IMPORTANCE**

	<b>1</b> <b>PRINCIPALES OPPORTUNITÉS D'AMÉLIORATION DU SERVICE</b>		
	<b>Importance supérieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne</b>	<b>Surplus (+) / déficit (-) de satisfaction</b>	<b>Importance inférée versus déclarée</b>
<b>Q5.3</b>	b. Information fournie sur tout ce qui doit être fait pour formuler une demande ou pour avoir accès à un avantage ou service	-8 points	+
	c. Réponses à vos questions	-12 points	+
	f. Clarté des communications écrites	-8 points	=

*N.B. Importance inférée versus déclarée : (+) inférée plus élevée, (=) comparable, (-) inférée inférieure.*

<b>2</b>		<b>AUTRES POSSIBILITÉS D'AMÉLIORATION DU SERVICE</b>		
		<b>Importance et satisfaction supérieures à la moyenne</b>	<b>Surplus (+) / déficit (-) de satisfaction</b>	<b>Importance inférée versus déclarée</b>
<b>Q5.3</b>	d.	Service disponible dans la langue officielle de son choix	+2 points	-
	e.	Langage parlé par le personnel	-1 point	-
<b>Q5.10</b>	a1.	La connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC	-7 points	-
	a3.	Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent	-6 points	=
	b.	Courtoisie du personnel	-1 point	-
	c.	Serviabilité, prêt à en faire plus	-9 points	+
	d.	Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	-3 points	-
	e.	Protection de l'information privée ou confidentielle	0	-
	f.	Traitement juste et équitable	-6 points	=

N.B. Importance inférée versus déclarée : (+) inférée plus élevée, (=) comparable, (-) inférée inférieure.

<b>3</b>		<b>FAIBLES OPPORTUNITÉS D'AMÉLIORATION</b>		
		<b>Importance inférieure à la moyenne et satisfaction inférieure à la moyenne</b>	<b>Surplus (+) / déficit (-) de satisfaction</b>	<b>Importance inférée versus déclarée</b>
<b>Q3.1</b>	b.	Les façons disponibles pour entrer en contact	+4 points	+
	c.	La facilité d'accès par téléphone	-10 points	=
	e.	L'emplacement	+4 points	=
	f.	Les affiches et les indications	+10 points	=
	g.	Le stationnement	-2 points	=
<b>Q4.2a</b>		Le temps d'attente au téléphone	+3 points	=
<b>Q5.7a</b>		Le temps d'attente pour obtenir un rendez-vous	-6 points	-
<b>Q5.8a</b>		Délai écoulé pour recevoir une réponse écrite*	-17 points	+
<b>Q5.3a</b>		Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services*	-11 points	+

\* En raison de leur déficit de satisfaction, ils sont inclus dans le plan d'amélioration du service.

N.B. Importance inférée versus déclarée : (+) inférée plus élevée, (=) comparable, (-) inférée inférieure.

<b>4</b>		<b>POSSIBILITÉS DE GASPILLAGE DES RESSOURCES</b>	
	<b>Importance inférieure à la moyenne et satisfaction supérieure à la moyenne</b>	<b>Surplus (+) / déficit (-) de satisfaction</b>	<b>Importance inférée versus déclarée</b>
<b>N/A</b>	Aucune	N/A	N/A

*N.B. Importance inférée versus déclarée : (+) inférée plus élevée, (=) comparable, (-) inférée inférieure.*

## **ANNEXE 1**

### **SOMMAIRE DES NOTES PAR TYPE DE CLIENT**

**A. ANCIENS COMBATTANTS DU  
SERVICE DE GUERRE**

**TABLEAU 1 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
 – ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**

Q3.1 Les questions qui suivent sont reliées aux services fournis par Anciens Combattants Canada. Pour chacun des aspects suivants, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q3.2 Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Les heures de service</b>								
• % 2 cases supérieures	89	92	95	-6★	71	70	73	-2
• Cote moyenne	4,3	4,3	4,3	0	4,1	4,1	4,1	0
<b>b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)</b>								
• % 2 cases supérieures	85	91	91	-6★	76	79	81	-5
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,3	-0,1	4,2	4,2	4,3	-0,1
<b>c. La facilité d'accès par téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	81	88	91	-10★	86	87	88	-2
• Cote moyenne	4,1	4,1	4,2	-0,1	4,5	4,5	4,5	0
<b>d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)</b>								
• % 2 cases supérieures	85	92	95	-10★	76	81	90	-14★
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,5	-0,3	4,1	4,4	4,5	-0,4
<b>e. L'emplacement</b>								
• % 2 cases supérieures	79	94	94	-15★	79	77	72	7★
• Cote moyenne	4,0	4,2	4,4	-0,4	4,2	4,3	4,1	0,1
<b>f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux</b>								
• % 2 cases supérieures	82	98	92	-10★	69	75	81	-12★
• Cote moyenne	4,1	4,4	4,3	-0,2	3,8	4,1	4,3	-0,5
<b>g. Le stationnement</b>								
• % 2 cases supérieures	75	71	84	-9★	77	68	75	2
• Cote moyenne	3,8	4,0	4,1	-0,3	4,1	3,9	4,3	-0,2
<b>h. Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?</b>								
• % 2 cases supérieures	86	92	94	-8★				
• Cote moyenne	4,3	4,4	4,4	-0,1				

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABEAU 1 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :**  
**IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION**  
**ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001**  
**– ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**  
(Suite)

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>Q4.2a Temps d'attente au téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	77	85	82	-5	76	75	82	-6 ★
• Cote moyenne	4,0	4,1	4,1	0	4,1	4,2	4,3	-0,2
<b>Q5.7a Temps d'attente pour un rendez-vous</b>								
• % 2 cases supérieures	86	87	89	-3	86	90	89	-3
• Cote moyenne	4,2	4,3	4,3	-0,1	4,4	4,5	4,5	-0,1
<b>Q5.8a Temps d'attente pour recevoir une réponse écrite</b>								
• % 2 cases supérieures	77	75	76	+1	88	83	85	+3
• Cote moyenne	4,0	3,9	3,9	+0,1	4,5	4,4	4,4	+0,1
<b>Moyenne générale<sup>1</sup> – 2 cases supérieures</b>	81,6	87,3	88,9	-7,3 ★	78,4	78,5	81,6	-3,2

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 2 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
 – ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**

Q5.3 Je vais tout d'abord vous lire des énoncés concernant les programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir, comme une pension d'invalidité ou des soins de santé ou tout autre avantage au cours des 6 derniers mois. Pour chaque aspect, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q5.4 Et pour chacun des mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services</b>								
• % 2 cases supérieures	80	83	83	-3	85	86	91	-6★
• Cote moyenne	4,1	4,1	4,0	+0,1	4,5	4,5	4,6	-0,1
<b>b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service</b>								
• % 2 cases supérieures	86	87	86	0	87	89	92	-5★
• Cote moyenne	4,2	4,1	4,1	+0,1	4,5	4,5	4,7	-0,2
<b>c. Réponses à vos questions</b>								
• % 2 cases supérieures	85	89	87	-2	92	90	94	-2
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,2	0	4,7	4,6	4,7	0
<b>d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix</b>								
• % 2 cases supérieures	97	97	97	0	95	92	94	+1
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	+0,1	4,8	4,7	4,7	+0,1
<b>e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	94	97	96	-2	95	92	93	+2
• Cote moyenne	4,5	4,5	4,5	0	4,7	4,7	4,7	0
<b>f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	89	92	94	-5★	92	90	94	-2
• Cote moyenne	4,3	4,4	4,4	-0,1	4,6	4,6	4,7	-0,1
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	88,5	90,8	90,5	-2	91,0	89,8	93,0	-2

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 3 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT  
PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
– ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**

Q5.10 *Maintenant, j'aimerais connaître votre niveau de satisfaction envers le personnel d'Anciens Combattants Canada avec lequel vous avez été en contact. Pour chacun des aspects suivants du service fourni par le personnel, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.*

Q5.11 *Et pour chacun des mêmes aspects du service dont nous venons de parler, veuillez me dire l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.*

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (559)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services<sup>3</sup></b>								
• % 2 cases supérieures	91	91	85	+6★	95	94	93	+2
• Cote moyenne	4,4	4,4	4,2	+0,2	4,7	4,6	4,7	0
<b>a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent</b> (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)								
• % 2 cases supérieures	92	91	88	+4	94	91	92	+2
• Cote moyenne	4,5	4,4	4,2	+0,3	4,7	4,6	4,6	-0,1
<b>b. Courtoisie du personnel</b>								
• % 2 cases supérieures	96	96	97	-1	95	95	96	-1
• Cote moyenne	4,7	4,6	4,6	+0,1	4,8	4,7	4,8	0
<b>c. Serviabilité, prêt à en faire plus</b>								
• % 2 cases supérieures	90	92	92	-2	95	93	95	0
• Cote moyenne	4,5	4,4	4,4	+0,1	4,8	4,7	4,7	+0,1
<b>d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité</b>								
• % 2 cases supérieures	95	96	96	-1	94	95	95	-1
• Cote moyenne	4,6	4,6	4,5	+0,1	4,7	4,7	4,8	-0,1
<b>e. Protection de l'information privée ou confidentielle</b> (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)								
• % 2 cases supérieures	97	95	95	+2	94	93	95	-1
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	+0,1	4,7	4,7	4,7	0
<b>f. Traitement juste et équitable</b>								
• % 2 cases supérieures	93	91	92	+1	94	95	96	-2
• Cote moyenne	4,5	4,4	4,4	+0,1	4,7	4,7	4,8	-0,1
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	93,4	93,1	92,1	+1,3	94,4	93,7	94,5	-0,1

**TABLEAU 4 NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001**

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à  $P < .05$  (★ = significatif).

<sup>3</sup> En 2001, cette question était légèrement différente pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et pour les anciens combattants du service de guerre. Elle se lisait : « Connaissances du personnel en ce qui concerne les programmes disponibles suite à une blessure/souffrance résultant de votre service dans les Forces canadiennes ».

- ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE -

	TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2005 (402) %	TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2003 (559) %	TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2001 (402) %	DIFF. 2005 vs 2001 %	T-TEST <sup>1</sup>
<b>Q3.1(h) Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?</b>					
• % 2 cases supérieures <sup>2</sup>	86	92	94	-8	SIG
• % ne peut dire	3	1	2	+1	
• Cote moyenne	4,3	4,4	4,4	-0,1	
<b>Q5.5 Dans l'ensemble, dans quelle mesure les programmes et services offerts par Anciens Combattants Canada répondent-ils à vos besoins? Diriez-vous...</b>					
• Entièrement	39	43	46	-7	SIG
• En majorité	38	38	32	+6	
• Seulement en partie	19	14	16	+3	
• Pas du tout	1	3	3	-2	
• Ne peut dire	3	2	4	-1	
<b>Q6.1 Dans l'ensemble, en pensant aux activités et au programme "Le Canada se souvient" (par exemple les pèlerinages aux champs de bataille outremer, les cérémonies et activités au Canada, les médailles et citations, l'entretien et la restauration de tombes et de cimetières, les mémoriaux et les monuments ainsi que la sensibilisation du public incluant celle des jeunes, etc.), quel est votre niveau de satisfaction envers la façon dont ces programmes et activités sont rendus par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?</b>					
• % 2 cases supérieures	81	79	82	-1	SIG
• % ne peut dire	3	13	16	-13	
• Cote moyenne	4,2	4,1	4,1	+0,1	
<b>Q2.3 Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au site Web d'ACC? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?</b>					
• % 2 cases supérieures	78	79			
• % ne peut dire	0	0			
• Cote moyenne	4,1	4,1			
<b>Q7.1 Maintenant, nous avons couvert plusieurs aspects du service offert par Anciens Combattants Canada. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du résultat de votre dernier contact avec ACC, c'est-à-dire qu'en bout de ligne, vous avez obtenu ce dont vous aviez besoin? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?</b>					
• % 2 cases supérieures	86	88			
• % ne peut dire	4	4			
• Cote moyenne	4,3	4,3			

<sup>1</sup> T-Test à P < .05 (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

TABLEAU 4

**NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
– ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –  
(Suite)**

	<b>TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2005 (402) %</b>	<b>TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2003 (559) %</b>	<b>TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2001 (402) %</b>	<b>DIFF. 2005 vs 2001 %</b>	<b>T-TEST<sup>1</sup></b>
--	--	--	--	---	---------------------------

**Q7.2 Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait? <sup>2</sup>**

• % 2 cases supérieures <sup>3</sup>	88	90	89	-1	
• % ne peut dire	2	2	1	+1	
• Cote moyenne	4,4	4,4	4,3	+0,1	

**Q7.3 Dans l'ensemble, diriez-vous qu'au cours des 12 derniers mois la qualité du service fourni par Anciens Combattants Canada s'est...?**

• Améliorée	35	30	23	+12	SIG
• Est restée la même	50	50	55	-5	
• Détériorée	3	3	4	-1	
• Ne peut dire	12	17	18	-6	SIG

**Q7.4 Dans l'ensemble, si vous comparez les services reçus des autres ministères gouvernementaux avec lesquels vous avez eu des contacts, à ceux d'Anciens Combattants Canada, diriez-vous que les services reçus d'Anciens Combattants Canada sont...?**

• Beaucoup mieux	26	25	21	+5	
• Mieux	30	29	27	+3	
• Équivalents	21	21	24	-3	
• Moins bons	2	1	2	0	
• Beaucoup moins bons	1	1	1	0	
• Ne peut dire	21	23	25	-4	

<sup>1</sup> T-Test à  $P < .05$  (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **2001/2003** : Q17 Alors, nous avons évalué plusieurs aspects du service d'Anciens Combattants Canada. Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction **global** envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada. Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<sup>3</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

TABLEAU 5

**RÉCAPITULATIF DE COTES DE SATISFACTION ET DES NOTES  
D'IMPORTANCE MOYENNES ET DES ÉCARTS DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
– ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**

COTE MOYENNE PAR CATÉGORIE DE DÉTERMINANTS	TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2005 (402) %	TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2003 (559) %	TOTAL Anciens combattants du service de guerre 2001 (402) %	DIFF. 2005 vs 2001 %	T-TEST <sup>1</sup>
<b>Accès aux services</b>					
• Satisfaction	81,6	87,3	88,9	-7,3	SIG
• Importance	78,4	78,5	81,6	-3,2	
• Écart	+3,2	+8,8	+7,3	-4,1	
<b>Communications</b>					
• Satisfaction	88,5	90,8	90,5	-2,0	
• Importance	91,0	89,8	93,0	-2,0	
• Écart	-3,5	+1,0	-2,5	0	
<b>Service offert par le personnel</b>					
• Satisfaction	93,4	93,1	92,1	+1,3	
• Importance	94,4	93,7	94,5	-0,1	
• Écart	-1,0	-0,6	-2,4	+1,4	
<b>Moyenne générale</b>					
• Satisfaction	87,8	90,4	90,5	-2,7	
• Importance	87,9	87,3	89,7	-1,8	
• Écart	-0,1	+3,1	+0,8	-0,9	

N.B. (-) indique un déficit, (+) un surplus.

<sup>1</sup> T-Test à  $P < .05$  (SIG = significatif /  = non significatif)

**B. ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS  
DES FORCES CANADIENNES**

**TABLEAU 1 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
 – ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –**

Q3.1 Les questions qui suivent sont reliées aux services fournis par Anciens Combattants Canada. Pour chacun des aspects suivants, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q3.2 Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Les heures de service</b>								
• % 2 cases supérieures	82	83	86	-4	74	71	68	6
• Cote moyenne	4,1	4,1	4,1	0	4,1	4,0	4,0	0,1
<b>b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)</b>								
• % 2 cases supérieures	76	81	84	-8★	79	80	78	1
• Cote moyenne	3,9	4,0	4,0	-0,1	4,2	4,2	4,2	0
<b>c. La facilité d'accès par téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	65	71	79	-14★	84	83	85	-1
• Cote moyenne	3,6	3,8	3,9	-0,3	4,4	4,3	4,4	0
<b>d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)</b>								
• % 2 cases supérieures	89	86	88	1	80	78	73	7★
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,2	0	4,2	4,2	4,1	0,1
<b>e. L'emplacement</b>								
• % 2 cases supérieures	81	82	84	-3	76	75	73	3
• Cote moyenne	4,0	4,0	4,0	0	4,2	4,1	4,1	0,1
<b>f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux</b>								
• % 2 cases supérieures	72	71	76	-4	67	72	67	0
• Cote moyenne	3,9	3,7	3,8	0,1	3,9	4,0	4,0	-0,1
<b>g. Le stationnement</b>								
• % 2 cases supérieures	72	68	69	3	75	76	68	7★
• Cote moyenne	3,8	3,6	3,6	0,2	4,1	4,2	3,9	0,2
<b>h. Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?</b>								
• % 2 cases supérieures	79	81	83	-4				
• Cote moyenne	4,0	4,1	4,1	-0,1				

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 1 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
 – ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –  
 (Suite)**

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>Q4.2a Temps d'attente au téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	70	73	73	-3	79	84	87	-8★
• Cote moyenne	3,7	3,8	3,9	-0,2	4,2	4,4	4,4	-0,2
<b>Q5.7a Temps d'attente pour un rendez-vous</b>								
• % 2 cases supérieures	77	79	76	+1	88	92	87	+1
• Cote moyenne	4,0	4,1	3,9	+0,1	4,5	4,5	4,5	0
<b>Q5.8a Temps d'attente pour recevoir une réponse écrite</b>								
• % 2 cases supérieures	55	52	44	+11★	88	93	95	-7★
• Cote moyenne	3,4	3,3	3,0	+0,4	4,5	4,5	4,7	-0,2
<b>Moyenne générale<sup>1</sup> – 2 cases supérieures</b>	73,9	74,6	75,9	-2,0	79,0	80,4	78,1	+0,9

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à  $P < .05$  (★ = significatif).

**TABEAU 2 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
 – ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –**

Q5.3 Je vais tout d'abord vous lire des énoncés concernant les programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir, comme une pension d'invalidité ou des soins de santé ou tout autre avantage au cours des 6 derniers mois. Pour chaque aspect, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q5.4 Et pour chacun des mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services</b>								
• % 2 cases supérieures	67	71	56	+11★	85	87	82	+3
• Cote moyenne	3,8	3,7	3,3	+0,5	4,4	4,4	4,4	0
<b>b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service</b>								
• % 2 cases supérieures	69	72	64	+5	87	89	87	0
• Cote moyenne	3,8	3,9	3,6	+0,2	4,4	4,5	4,5	-0,1
<b>c. Réponses à vos questions</b>								
• % 2 cases supérieures	70	76	73	-3	93	93	90	+3
• Cote moyenne	3,8	3,9	3,8	0	4,6	4,6	4,6	0
<b>d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix</b>								
• % 2 cases supérieures	97	95	96	+1	92	92	87	+5★
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	+0,1	4,6	4,6	4,5	+0,1
<b>e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	95	94	94	+1	93	94	90	+3
• Cote moyenne	4,5	4,5	4,4	+0,1	4,6	4,6	4,6	0
<b>f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	74	84	86	-12★	93	91	92	+1
• Cote moyenne	3,9	4,1	4,1	-0,2	4,6	4,6	4,6	0
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	78,7	82,0	78,1	+0,6	90,5	91,0	88,0	+2,5

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 3 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT  
PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
– ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –**

Q5.10 *Maintenant, j'aimerais connaître votre niveau de satisfaction envers le personnel d'Anciens Combattants Canada avec lequel vous avez été en contact. Pour chacun des aspects suivants du service fourni par le personnel, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.*

Q5.11 *Et pour chacun des mêmes aspects du service dont nous venons de parler, veuillez me dire l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.*

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (400)	Total 2003 (487)	Total 2001 (400)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services<sup>3</sup></b>								
• % 2 cases supérieures	86	83	76	+10★	96	95	95	+1
• Cote moyenne	4,3	4,2	3,9	+0,4	4,7	4,7	4,8	-0,1
<b>a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)</b>								
• % 2 cases supérieures	82	77	79	+3	94	95	92	+2
• Cote moyenne	4,2	4,0	4,0	+0,2	4,6	4,7	4,6	+0,1
<b>b. Courtoisie du personnel</b>								
• % 2 cases supérieures	93	93	96	-3	96	97	95	+1
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	+0,1	4,7	4,7	4,7	0
<b>c. Serviabilité, prêt à en faire plus</b>								
• % 2 cases supérieures	78	85	82	-4	95	96	94	+1
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,2	0	4,7	4,7	4,7	0
<b>d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité</b>								
• % 2 cases supérieures	89	93	93	-4★	95	96	95	0
• Cote moyenne	4,4	4,5	4,4	0	4,7	4,7	4,7	0
<b>e. Protection de l'information privée ou confidentielle (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)</b>								
• % 2 cases supérieures	92	92	93	-1	97	97	94	+3★
• Cote moyenne	4,5	4,5	4,4	+0,1	4,8	4,8	4,8	0
<b>f. Traitement juste et équitable</b>								
• % 2 cases supérieures	83	84	82	+1	96	98	96	0
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,1	+0,1	4,8	4,7	4,8	0
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>								
	86,1	86,7	85,8	+0,3	95,6	96,3	94,4	+1,2

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à  $P < .05$  (★ = significatif).

<sup>3</sup> En 2001, cette question était légèrement différente pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et pour les anciens combattants du service de guerre. Elle se lisait : « Connaissances du personnel en ce qui concerne les programmes disponibles suite à une blessure/souffrance résultant de votre service dans les Forces canadienne ».

**TABEAU 4**

**NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
- ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES -**

	<b>TOTAL FC 2005 (400) %</b>	<b>TOTAL FC 2003 (487) %</b>	<b>TOTAL FC 2001 (400) %</b>	<b>DIFF. 2005 vs 2001 %</b>	<b>T-TEST<sup>1</sup></b>
--	--	--	--	---	---------------------------

**Q3.1(h) Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?**

• % 2 cases supérieures <sup>2</sup>	79	81	83	-4	
• % ne peut dire	2	1	2	0	
• Cote moyenne	4,0	4,1	4,1	-0,1	

**Q5.5 Dans l'ensemble, dans quelle mesure les programmes et services offerts par Anciens Combattants Canada répondent-ils à vos besoins? Diriez-vous...?**

• Entièrement	23	25	22	+1	
• En majorité	42	44	37	+5	
• Seulement en partie	24	19	27	-3	
• Pas du tout	5	6	6	-1	
• Ne peut dire	6	6	8	-2	

**Q6.1 Dans l'ensemble, en pensant aux activités et au programme "Le Canada se souvient" (par exemple les pèlerinages aux champs de bataille outremer, les cérémonies et activités au Canada, les médailles et citations, l'entretien et la restauration de tombes et de cimetières, les mémoriaux et les monuments ainsi que la sensibilisation du public incluant celle des jeunes, etc.), quel est votre niveau de satisfaction envers la façon dont ces programmes et activités sont rendus par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	76	68	65	+11	SIG
• % ne peut dire	5	19	10	-5	SIG
• Cote moyenne	4,0	3,8	3,6	+0,4	

**Q2.3 Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au site Web d'ACC? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	78	83			
• % ne peut dire	0	3			
• Cote moyenne	4,0	4,1			

**Q7.1 Maintenant, nous avons couvert plusieurs aspects du service offert par Anciens Combattants Canada. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du résultat de votre dernier contact avec ACC, c'est-à-dire qu'en bout de ligne, vous avez obtenu ce dont vous aviez besoin? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?**

• % 2 cases supérieures	62	74			
• % ne peut dire	7	10			
• Cote moyenne	3,7	3,9			

<sup>1</sup> T-Test à P < .05 (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABLEAU 4**

**NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
– ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –  
(Suite)**

	<b>TOTAL FC 2005 (400) %</b>	<b>TOTAL FC 2003 (487) %</b>	<b>TOTAL FC 2001 (400) %</b>	<b>DIFF. 2005 vs 2001 %</b>	<b>T-TEST<sup>1</sup></b>
--	--	--	--	---	---------------------------

**Q7.2 Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait? <sup>2</sup>**

• % 2 cases supérieures <sup>3</sup>	77	80	72	+5	
• % ne peut dire	3	2	2	+1	
• Cote moyenne	4,0	4,0	3,8	+0,2	

**Q7.3 Dans l'ensemble, diriez-vous qu'au cours des 12 derniers mois la qualité du service fourni par Anciens Combattants Canada s'est...?**

• Améliorée	28	26	21	+7	SIG
• Est restée la même	52	48	54	-2	
• Détériorée	5	5	9	-4	SIG
• Ne peut dire	15	20	16	-1	

**Q7.4 Dans l'ensemble, si vous comparez les services reçus des autres ministères gouvernementaux avec lesquels vous avez eu des contacts, à ceux d'Anciens Combattants Canada, diriez-vous que les services reçus d'Anciens Combattants Canada sont...?**

• Beaucoup mieux	25	26	22	+3	
• Mieux	32	33	29	+3	
• Équivalents	27	26	34	-7	SIG
• Moins bons	3	3	4	-1	
• Beaucoup moins bons	2	1	2	0	
• Ne peut dire	10	10	10	0	

<sup>1</sup> T-Test à P < .05 (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **2001/2003** : Q17 Alors, nous avons évalué plusieurs aspects du service d'Anciens Combattants Canada. Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada. Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<sup>3</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABEAU 5**                    **RÉCAPITULATIF DE COTES DE SATISFACTION ET DES NOTES**  
**D'IMPORTANCE MOYENNES ET DES ÉCARTS DE SATISFACTION**  
**– ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –**

<b>COTE MOYENNE PAR CATÉGORIE DE DÉTERMINANTS</b>	<b>TOTAL FC 2005 (400) %</b>	<b>TOTAL FC 2003 (487) %</b>	<b>TOTAL FC 2001 (400) %</b>	<b>DIFF. 2005 vs 2001 %</b>	<b>T-TEST<sup>1</sup></b>
<b>Accès aux services</b>					
• Satisfaction	73,9	74,6	75,9	-2,0	
• Importance	79,0	80,4	78,1	+0,9	
• Écart	-5,1	-5,8	-2,2	-2,9	
<b>Communications</b>					
• Satisfaction	78,7	82,0	78,1	+0,6	
• Importance	90,5	91,0	88,0	+2,5	
• Écart	-11,8	-9,0	-9,9	-1,9	
<b>Service offert par le personnel</b>					
• Satisfaction	86,1	86,7	85,8	+0,3	
• Importance	95,6	96,3	94,4	+1,2	
• Écart	-9,5	-9,6	-8,6	-0,9	
<b>Moyenne générale</b>					
• Satisfaction	79,6	81,1	79,9	-0,3	
• Importance	88,4	89,2	86,8	+1,6	
• Écart	-8,8	-8,1	-6,9	-1,9	

N.B. (-) indique un déficit, (+) un surplus.

<sup>1</sup> T-Test à  $P < .05$  (SIG = significatif /  = non significatif)

## C. SURVIVANTS

**TABLEAU 1 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
- SURVIVANTS -**

Q3.1 Les questions qui suivent sont reliées aux services fournis par Anciens Combattants Canada. Pour chacun des aspects suivants, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q3.2 Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Les heures de service</b>								
• % 2 cases supérieures	87	92	92	-5★	77	73	76	1
• Cote moyenne	4,3	4,3	4,2	0,1	4,2	4,1	4,1	0,1
<b>b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)</b>								
• % 2 cases supérieures	82	92	92	-10★	83	83	82	1
• Cote moyenne	4,1	4,3	4,2	-0,1	4,4	4,4	4,3	0,1
<b>c. La facilité d'accès par téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	81	91	89	-8★	88	91	87	1
• Cote moyenne	4,1	4,3	4,2	-0,1	4,5	4,6	4,5	0
<b>d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)</b>								
• % 2 cases supérieures	93	97	90	3	78	75	76	2
• Cote moyenne	4,5	4,4	4,3	0,2	4,3	4,2	4,2	0,1
<b>e. L'emplacement</b>								
• % 2 cases supérieures	96	95	91	5★	76	62	77	-1
• Cote moyenne	4,5	4,3	4,4	0,1	4,2	3,9	4,2	0
<b>f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux</b>								
• % 2 cases supérieures	89	85	95	-6★	78	67	76	2
• Cote moyenne	4,3	4,0	4,4	-0,1	4,1	4,0	4,1	0
<b>g. Le stationnement</b>								
• % 2 cases supérieures	83	81	83	0	75	62	76	-1
• Cote moyenne	4,1	3,9	4,0	0,1	4,5	3,8	4,0	0,5
<b>h. Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?</b>								
• % 2 cases supérieures	83	91	90	-7★				
• Cote moyenne	4,2	4,4	4,3	-0,1				

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 1 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
 – SURVIVANTS –  
 (Suite)**

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>Q4.2a Temps d'attente au téléphone</b>								
• % 2 cases supérieures	85	82	82	+3	86	81	84	+2
• Cote moyenne	4,2	4,1	4,1	+0,1	4,4	4,4	4,4	0
<b>Q5.7a Temps d'attente pour un rendez-vous</b>								
• % 2 cases supérieures	83	83	92	-9★	93	77	87	+6★
• Cote moyenne	4,2	4,2	4,6	-0,4	4,6	4,5	4,6	0
<b>Q5.8a Temps d'attente pour recevoir une réponse écrite</b>								
• % 2 cases supérieures	79	84	79	0	89	89	91	-2
• Cote moyenne	4,1	4,1	4,0	+0,1	4,5	4,5	4,6	-0,1
<b>Moyenne générale<sup>1</sup> – 2 cases supérieures</b>	85,8	88,2	88,5	-2,4★	82,3	76,0	81,2	+1,1

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 2 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS :  
 IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
 ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
 - SURVIVANTS -**

Q5.3 Je vais tout d'abord vous lire des énoncés concernant les programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir, comme une pension d'invalidité ou des soins de santé ou tout autre avantage au cours des 6 derniers mois. Pour chaque aspect, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.

Q5.4 Et pour chacun des mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services</b>								
• % 2 cases supérieures	74	82	79	-5	93	88	87	+6★
• Cote moyenne	3,9	4,1	3,9	0	4,7	4,5	4,6	+0,1
<b>b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service</b>								
• % 2 cases supérieures	81	89	82	-1	94	93	92	+2
• Cote moyenne	4,1	4,3	4,0	+0,1	4,7	4,6	4,6	+0,1
<b>c. Réponses à vos questions</b>								
• % 2 cases supérieures	83	89	88	-5★	97	95	93	+4★
• Cote moyenne	4,2	4,3	4,2	0	4,8	4,7	4,7	+0,1
<b>d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix</b>								
• % 2 cases supérieures	97	98	96	+1	97	95	92	+5★
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	+0,1	4,8	4,7	4,7	+0,1
<b>e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	94	96	93	+1	97	95	95	+2
• Cote moyenne	4,5	4,5	4,4	+0,1	4,8	4,7	4,7	+0,1
<b>f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)</b>								
• % 2 cases supérieures	88	93	91	-3	95	91	95	0
• Cote moyenne	4,3	4,4	4,3	0	4,7	4,7	4,7	0
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	86,2	91,2	88,2	-2	95,5	92,8	92,3	+3,2

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à P < .05 (★ = significatif).

**TABLEAU 3 DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT  
PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET COTES DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
- SURVIVANTS -**

Q5.10 *Maintenant, j'aimerais connaître votre niveau de satisfaction envers le personnel d'Anciens Combattants Canada avec lequel vous avez été en contact. Pour chacun des aspects suivants du service fourni par le personnel, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait.*

Q5.11 *Et pour chacun des mêmes aspects du service dont nous venons de parler, veuillez me dire l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.*

% DES 2 NOTES SUPÉRIEURES <sup>1</sup>	SATISFACTION				IMPORTANCE			
	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>	Total 2005 (402)	Total 2003 (401)	Total 2001 (402)	DIFF. <sup>2</sup>
<b>a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services<sup>3</sup></b>								
• % 2 cases supérieures	90	90	87	+3	98	95	96	+2
• Cote moyenne	4,4	4,4	4,3	+0,1	4,8	4,8	4,8	0
<b>a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent</b> (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)								
• % 2 cases supérieures	88	92	/	/	98	95	/	/
• Cote moyenne	4,4	4,4	/	/	4,8	4,8	/	/
<b>b. Courtoisie du personnel</b>								
• % 2 cases supérieures	93	97	94	-1	99	97	95	+4★
• Cote moyenne	4,6	4,6	4,6	0	4,9	4,8	4,8	+0,1
<b>c. Serviabilité, prêt à en faire plus</b>								
• % 2 cases supérieures	85	94	90	-5★	98	96	94	+4★
• Cote moyenne	4,4	4,5	4,4	0	4,8	4,8	4,7	+0,1
<b>d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité</b>								
• % 2 cases supérieures	94	95	95	-1	99	99	97	+2★
• Cote moyenne	4,6	4,6	4,5	+0,1	4,9	4,8	4,8	+0,1
<b>e. Protection de l'information privée ou confidentielle</b> (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)								
• % 2 cases supérieures	96	95	95	+1	97	97	95	+2
• Cote moyenne	4,6	4,5	4,5	+0,1	4,8	4,8	4,7	+0,1
<b>f. Traitement juste et équitable</b>								
• % 2 cases supérieures	90	91	88	+2	98	97	96	+2
• Cote moyenne	4,4	4,3	4,3	+0,1	4,9	4,8	4,8	+0,1
<b>Moyenne générale - % 2 cases supérieures</b>	90,9	93,4	91,5	-0,6	98,1	96,6	95,8	+2,3

<sup>1</sup> Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés) de l'échelle d'importance et de satisfaction. « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>2</sup> Différence entre 2005 et 2001 / T-test à  $P < .05$  (★ = significatif).

<sup>3</sup> En 2001, cette question était légèrement différente pour les anciens combattants et clients des Forces canadiennes et pour les anciens combattants du service de guerre. Elle se lisait : « Connaissances du personnel en ce qui concerne les programmes disponibles suite à une blessure/souffrance résultant de votre service dans les Forces canadiennes ».

TABLEAU 4

**NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
- SURVIVANTS -**

	TOTAL Survivants 2005 (402) %	TOTAL Survivants 2003 (401) %	TOTAL Survivants 2001 (402) %	DIFF. 2005 vs 2001 %	T-TEST <sup>1</sup>
<b>Q3.1(h) Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?</b>					
• % 2 cases supérieures <sup>2</sup>	83	91	90	-7	SIG
• % ne peut dire	3	5	6	-3	SIG
• Cote moyenne	4,2	4,4	4,3	-0,1	
<b>Q5.5 Dans l'ensemble, dans quelle mesure les programmes et services offerts par Anciens Combattants Canada répondent-ils à vos besoins? Diriez-vous...?</b>					
• Entièrement	35	39	31	+4	
• En majorité	33	34	31	+2	
• Seulement en partie	20	17	22	-2	
• Pas du tout	7	5	8	-1	
• Ne peut dire	5	6	8	-3	
<b>Q6.1 Dans l'ensemble, en pensant aux activités et au programme "Le Canada se souvient" (par exemple les pèlerinages aux champs de bataille outremer, les cérémonies et activités au Canada, les médailles et citations, l'entretien et la restauration de tombes et de cimetières, les mémoriaux et les monuments ainsi que la sensibilisation du public incluant celle des jeunes, etc.), quel est votre niveau de satisfaction envers la façon dont ces programmes et activités sont rendus par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?</b>					
• % 2 cases supérieures	82	88			
• % ne peut dire	11	9			
• Cote moyenne	4,2	4,3			
<b>Q2.3 Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au site Web d'ACC? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?</b>					
	(31)	(11) <sup>3</sup>			
• % 2 cases supérieures	71	81			
• % ne peut dire	4	0			
• Cote moyenne	3,7	4,3			
<b>Q7.1 Maintenant, nous avons couvert plusieurs aspects du service offert par Anciens Combattants Canada. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du résultat de votre dernier contact avec ACC, c'est-à-dire qu'en bout de ligne, vous avez obtenu ce dont vous aviez besoin? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?</b>					
• % 2 cases supérieures	80	88			
• % ne peut dire	4	9			
• Cote moyenne	4,2	4,3			

<sup>1</sup> T-Test à  $P < .05$  (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **Satisfaction** : Les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

<sup>3</sup> Compte tenu du très faible nombre de répondants, ces résultats sont uniquement présentés à titre indicatif.

TABLEAU 4

**NIVEAUX GÉNÉRAUX DE SATISFACTION  
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2001  
- SURVIVANTS -  
(Suite)**

	TOTAL Survivants 2005 (402) %	TOTAL Survivants 2003 (401) %	TOTAL Survivants 2001 (402) %	DIFF. 2005 vs 2001 %	T-TEST <sup>1</sup>
--	---	---	---	-------------------------------	---------------------

**Q7.2 Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait? <sup>2</sup>**

• % 2 cases supérieures <sup>3</sup>	84	86	84	0	
• % ne peut dire	3	2	5	-2	
• Cote moyenne	4,3	4,3	4,2	+0,1	

**Q7.3 Dans l'ensemble, diriez-vous qu'au cours des 12 derniers mois la qualité du service fourni par Anciens Combattants Canada s'est...?**

• Améliorée	29	23	21	+8	SIG
• Est restée la même	50	51	52	-2	
• Détériorée	4	3	4	0	
• Ne peut dire	17	23	23	-6	SIG

**Q7.4 Dans l'ensemble, si vous comparez les services reçus des autres ministères gouvernementaux avec lesquels vous avez eu des contacts, à ceux d'Anciens Combattants Canada, diriez-vous que les services reçus d'Anciens Combattants Canada sont...?**

• Beaucoup mieux	23	24	24	-1	
• Mieux	24	28	27	-3	
• Équivalents	24	24	29	-5	
• Moins bons	2	1	3	-1	
• Beaucoup moins bons	0	1	1	-1	SIG
• Ne peut dire	26	21	17	+9	SIG

<sup>1</sup> T-Test à P < .05 (SIG = significatif /  = non significatif)

<sup>2</sup> **2001/2003** : Q17 Alors, nous avons évalué plusieurs aspects du service d'Anciens Combattants Canada. Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction global envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada. Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<sup>3</sup> **Satisfaction** : les 2 cases supérieures (4 et 5 cumulés). « Ne peut dire » a été exclu des calculs.

**TABLEAU 5 RÉCAPITULATIF DE COTES DE SATISFACTION ET DES NOTES D'IMPORTANCE MOYENNES ET DES ÉCARTS DE SATISFACTION – SURVIVANTS –**

COTE MOYENNE PAR CATÉGORIE DE DÉTERMINANTS	TOTAL Survivants 2005 (402) %	TOTAL Survivants 2003 (401) %	TOTAL Survivants 2001 (402) %	DIFF. 2005 vs 2001 %	T-TEST <sup>1</sup>
<b>Accès aux services</b>					
• Satisfaction	85,8	88,2	88,5	-2,7	
• Importance	82,3	76,0	81,2	+1,1	
• Écart	+3,5	+12,2	+7,3	-3,8	
<b>Communications</b>					
• Satisfaction	86,2	91,2	88,1	-1,9	
• Importance	95,5	92,8	92,3	+3,2	
• Écart	-9,3	-1,6	-4,2	-5,1	
<b>Service offert par le personnel</b>					
• Satisfaction	90,9	93,4	91,5	-0,6	
• Importance	98,1	96,6	95,8	+2,3	
• Écart	-7,2	-3,2	-4,3	-2,9	
<b>Moyenne générale</b>					
• Satisfaction	87,6	90,9	89,4	-1,8	
• Importance	92,0	88,5	89,8	+2,2	
• Écart	-4,4	+2,4	-0,4	-4,0	

N.B. (-) indique un déficit, (+) un surplus.

<sup>1</sup> T-Test à P < .05 (SIG = significatif /  = non significatif)

## **ANNEXE 2**

# **IMPORTANCE (PERÇUE ET INFÉRÉE) PAR TYPE DE CLIENTS**

**A. TOTAL DE L'ÉCHANTILLON**

**TABLEAU I DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE – TOTAL DE L'ÉCHANTILLON –**

TOTAL DE L'ÉCHANTILLON (N=1 607)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Les heures de service	72	.34	8	3
b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)	78	.36	4	2
c. La facilité d'accès par téléphone	86	.34	2	3
d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)	77	.12	5	8
e. L'emplacement	77	.09	5	9
f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux	68	.13	10	7
g. Le stationnement	76	.07	7	10
Q4.2a Le temps d'attente au téléphone	79	.20	3	5
Q5.7a Le temps d'attente pour un rendez-vous	88	.18	1	6
Q5.8a Le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite	71	.38	9	1

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2). Le coefficient de corrélation varie de -1,0 à +1,0. Plus le coefficient est près de 1,0, plus le lien est grand (l'importance dans ce cas). Un coefficient près de 0 indique qu'aucune relation n'existe (dans ce cas, l'absence d'importance). Pour une explication plus détaillée, veuillez vous référer à la section 3.10 du présent rapport.

**TABLEAU II**                      **DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD**  
**DES COMMUNICATIONS : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE**  
**- TOTAL DE L'ÉCHANTILLON -**

TOTAL DE L'ÉCHANTILLON (N=1 607)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services	86	.50	6	1
b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service	89	.49	5	2
c. Réponses à vos questions	93	.48	3	3
d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix	95	.26	1	6
e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)	95	.30	1	5
f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)	93	.44	3	4

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

**TABLEAU III DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE  
OFFERT PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE  
- TOTAL DE L'ÉCHANTILLON -**

TOTAL DE L'ÉCHANTILLON (N=1 607)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services	96	.47	1	4
a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)	95	.49	4	2
b. Courtoisie du personnel	96	.35	1	6
c. Serviabilité, prêt à en faire plus	95	.52	4	1
d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	96	.38	1	5
e. Protection de l'information privée ou confidentielle (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)	95	.28	4	7
f. Traitement juste et équitable	95	.49	4	2

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

**B. ANCIENS COMBATTANTS  
DU SERVICE DE GUERRE**

**TABLEAU I DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE – ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**

Anciens combattants du service de guerre (N=402)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Les heures de service	71	.25	9	3
b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)	76	.30	6	2
c. La facilité d'accès par téléphone	86	.24	1	4
d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)	76	.13	6	7
e. L'emplacement	79	.09	3	9
f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux	69	.18	10	5
g. Le stationnement	77	.06	4	10
Q4.2a Le temps d'attente au téléphone	76	.10	6	8
Q5.7a Le temps d'attente pour un rendez-vous	86	.17	1	6
Q5.8a Le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite	77	.32	4	1

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2). Le coefficient de corrélation varie de -1,0 à +1,0. Plus le coefficient est près de 1,0, plus le lien est grand (l'importance dans ce cas). Un coefficient près de 0 indique qu'aucune relation n'existe (dans ce cas, l'absence d'importance).

**TABLEAU II DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE – ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**

Anciens combattants du service de guerre (N=402)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services	85	.51	6	1
b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service	87	.46	5	2
c. Réponses à vos questions	92	.45	3	3
d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix	95	.33	1	5
e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)	95	.30	1	6
f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)	92	.45	3	3

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

**TABLEAU III DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE OFFERT PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE – ANCIENS COMBATTANTS DU SERVICE DE GUERRE –**

Anciens combattants du service de guerre (N=402)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services	95	.49	1	1
a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)	94	.47	4	4
b. Courtoisie du personnel	95	.37	1	5
c. Serviabilité, prêt à en faire plus	95	.49	1	1
d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	94	.33	4	6
e. Protection de l'information privée ou confidentielle (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)	94	.32	4	7
f. Traitement juste et équitable	94	.49	4	1

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

**C. ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS  
DES FORCES CANADIENNES**

**TABEAU I DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS AUX SERVICES : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE – ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –**

Anciens combattants et clients des Forces canadiennes (N=400)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Les heures de service	74	.40	8	2
b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)	79	.40	4	2
c. La facilité d'accès par téléphone	84	.43	2	1
d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)	80	.12	3	8
e. L'emplacement	76	.11	6	9
f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux	67	.13	9	7
g. Le stationnement	75	.10	7	10
Q4.2a Le temps d'attente au téléphone	79	.25	4	5
Q5.7a Le temps d'attente pour un rendez-vous	88	.25	1	5
Q5.8a Le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite	55	.36	10	4

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2). Le coefficient de corrélation varie de -1,0 à +1,0. Plus le coefficient est près de 1,0, plus le lien est grand (l'importance dans ce cas). Un coefficient près de 0 indique qu'aucune relation n'existe (dans ce cas, l'absence d'importance).

**TABEAU II DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD  
DES COMMUNICATIONS : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE  
– ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES –**

Anciens combattants et clients des Forces canadiennes (N=400)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services	85	.48	6	1
b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service	87	.45	5	2
c. Réponses à vos questions	93	.45	1	2
d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix	92	.18	4	6
e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)	93	.27	1	5
f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)	93	.33	1	4

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

**TABLEAU III DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE  
PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE  
- ANCIENS COMBATTANTS ET CLIENTS DES FORCES CANADIENNES -**

Anciens combattants et clients des Forces canadiennes (N=400)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services	96	.42	2	3
a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)	94	.44	7	2
b. Courtoisie du personnel	96	.31	2	6
c. Serviabilité, prêt à en faire plus	95	.46	5	1
d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	95	.35	5	5
e. Protection de l'information privée ou confidentielle (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)	97	.18	1	7
f. Traitement juste et équitable	96	.42	2	3

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

## D. SURVIVANTS

**TABLEAU I DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS  
AUX SERVICES : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE  
- SURVIVANTS -**

Survivants (N=402)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Les heures de service	77	.42	8	1
b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)	83	.38	4	3
c. La facilité d'accès par téléphone	88	.34	2	4
d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)	78	.07	6	9
e. L'emplacement	76	.10	9	6
f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux	78	.03	6	10
g. Le stationnement	75	.08	10	8
Q4.2a Le temps d'attente au téléphone	86	.27	3	5
Q5.7a Le temps d'attente pour un rendez-vous	93	.09	1	7
Q5.8a Le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite	79	.40	5	2

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2). Le coefficient de corrélation varie de -1,0 à +1,0. Plus le coefficient est près de 1,0, plus le lien est grand (l'importance dans ce cas). Un coefficient près de 0 indique qu'aucune relation n'existe (dans ce cas, l'absence d'importance).

**TABLEAU II DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE - SURVIVANTS -**

Survivants (N=402)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services	93	.49	6	3
b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service	94	.51	5	2
c. Réponses à vos questions	97	.53	1	1
d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix	97	.26	1	6
e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)	97	.37	1	5
f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)	95	.48	4	4

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

**TABLEAU III DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE  
OFFERT PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE  
- SURVIVANTS -**

Survivants (N=402)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services	98	.47	3	4
a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)	98	.55	3	2
b. Courtoisie du personnel	99	.36	1	6
c. Serviabilité, prêt à en faire plus	98	.60	3	1
d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	99	.47	6	4
e. Protection de l'information privée ou confidentielle (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)	97	.32	7	7
f. Traitement juste et équitable	98	.51	3	3

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

## E. MEMBRES ACTIFS ET RETRAITÉS DE LA GRC

**TABLEAU I DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'ACCÈS  
AUX SERVICES : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE  
– MEMBRES ACTIFS ET RETRAITÉS DE LA GRC –**

Membres actifs et retraités de la GRC (N=403)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Les heures de service	63	.28	6	4
b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)	78	.35	3	3
c. La facilité d'accès par téléphone	83	.37	2	2
d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)	64	.06	5	7
e. L'emplacement	60	.03	8	9
f. Les écriteaux et les indications vers les bureaux	56	.06	10	7
g. Le stationnement	61	.04	7	10
Q4.2a Le temps d'attente au téléphone	77	.26	4	5
Q5.7a Le temps d'attente pour un rendez-vous	88	.08	1	6
Q5.8a Le temps d'attente pour recevoir une réponse écrite	59	.54	9	1

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2). Le coefficient de corrélation varie de -1,0 à +1,0. Plus le coefficient est près de 1,0, plus le lien est grand (l'importance dans ce cas). Un coefficient près de 0 indique qu'aucune relation n'existe (dans ce cas, l'absence d'importance).

**TABLEAU II**            **DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES COMMUNICATIONS : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE**  
**– MEMBRES ACTIFS ET RETRAITÉS DE LA GRC –**

Membres actifs et retraités de la GRC (N=403)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a. Facilité à trouver de l'information sur les programmes et services	84	.42	6	3
b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service	91	.44	3	2
c. Réponses à vos questions	94	.54	2	1
d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix	90	.18	4	6
e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)	95	.23	1	5
f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)	90	.42	4	3

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

**TABLEAU III DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE  
OFFERT PAR LE PERSONNEL : IMPORTANCE PERÇUE ET INFÉRÉE  
– MEMBRES ACTIFS ET RETRAITÉS DE LA GRC –**

Membres actifs et retraités de la GRC (N=403)	NOTES		RANGS	
	Perçue*	Inférée**	Perçue	Inférée
a1. Connaissance du personnel en ce qui concerne les programmes et services	97	.43	1	5
a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent (2001/2003 : Sensibilité du personnel aux enjeux auxquels font face les membres des Forces canadiennes)	95	.49	5	3
b. Courtoisie du personnel	97	.37	1	6
c. Serviabilité, prêt à en faire plus	95	.57	5	2
d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	96	.44	4	4
e. Protection de l'information privée ou confidentielle (2001/2003 : Protection de votre vie privée, de la confidentialité)	95	.35	5	7
f. Traitement juste et équitable	97	.60	1	1

\* % 2 cases supérieures (4 et 5) de l'échelle à 5 positions.

\*\* Coefficient de corrélation avec le niveau de satisfaction globale (Q7.2).

## **ANNEXE 3**

# **QUESTIONNAIRE SUR LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE**

## Sondage téléphonique sur la satisfaction de la clientèle d'Anciens Combattants Canada Printemps 2005

### INTERVIEWEUR

*(Le téléphone sonne et quelqu'un répond.)*

Bonjour, pourrais-je parler à M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_ s'il vous plaît? (Type de client \_\_\_\_\_)

*(La personne prend la communication.)*

Bonjour M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_, mon nom est \_\_\_\_\_ de la firme Créatec+, une entreprise nationale de recherche sur l'opinion publique. Le ministère des Anciens Combattants nous a mandatés pour mener une étude auprès des anciens combattants sur divers aspects de leurs programmes et services afin de mieux vous servir.

**DEMANDER AUX CLIENTS DE LA GRC SEULEMENT** : En tant que membre retraité ou en service de la GRC, votre nom a été choisi au hasard à partir d'une liste de clients d'Anciens Combattants Canada. Votre participation à cette étude est volontaire et l'information que vous me fournirez demeurera confidentielle.

**DEMANDER À TOUS LES AUTRES CLIENTS** : Votre nom a été choisi au hasard à partir d'une liste de clients d'Anciens Combattants Canada. Votre participation à cette étude est volontaire et l'information que vous me fournirez demeurera confidentielle.

Votre nom, en tant que participant à ce sondage, ne sera jamais partagé avec Anciens Combattants Canada ni toute autre personne. Votre participation n'aura aucune conséquence sur les avantages que vous recevez actuellement d'Anciens Combattants Canada. Les résultats aideront le ministère des Anciens Combattants à améliorer la façon dont les avantages et services vous sont offerts. Ça prendra environ 20 minutes pour répondre à ce sondage.

Si vous avez des questions à propos de ce sondage ou de l'utilisation des résultats, n'hésitez pas à contacter le ministère des Anciens Combattants au numéro sans frais **1-866-522-2022**.

**Si hésite** : Y aurait-il un meilleur moment pour vous rappeler?

• Accepte .....	( )1 PAQ 1
• Rappeler plus tard .....	( )2 M./Mme/Mlle _____, quel serait le meilleur moment pour vous rappeler? ( <i>Noter la date et l'heure</i> ). Merci M./Mme/Mlle ____, je vais vous rappeler le ( <u>date et heure enregistrée</u> ). Au revoir.
• Incapable de répondre et personne d'autre ne peut y répondre à la place du client .....	( )3 Terminer
• Incapable de répondre mais accepte que quelqu'un d'autre y réponde à sa place .....	( )4 Continuer. Nom : _____ Numéro de téléphone : _____ Quel est son lien avec l'ancien combattant/ client? • Époux/épouse..... ( )1 • Enfant ..... ( )2 • Autre parenté ..... ( )3 • Employé ..... ( )4 • Autre (préciser) ..... ( )8 _____

- Refus ..... ( )5 M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_, merci de m'avoir accordé ces quelques instants. Au revoir.

**(Pour les personnes mandatées pour répondre au questionnaire au nom du client / Seulement si le client est incapable de répondre ET accepte que quelqu'un réponde à sa place.)**

Qa Bonjour M./Mme/Mlle. Mon nom est \_\_\_\_\_ de la firme Créatec+, une entreprise nationale de recherche sur l'opinion publique. Le ministère des Anciens Combattants Canada nous a mandatés pour mener une étude auprès des anciens combattants sur divers aspects de leurs programmes et services afin de mieux les servir.

Le nom de M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_ a été choisi au hasard à partir d'une liste de clients d'Anciens Combattants Canada. Nous avons parlé à M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_ qui nous a dit qu'il/elle voudrait que vous répondiez pour lui/elle. Cela veut dire que vous devriez nous fournir des réponses qui reflètent les expériences de M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_ avec Anciens Combattants Canada.

La participation à cette étude est volontaire et l'information que vous me fournirez demeurera confidentielle. Les résultats aideront le ministère des Anciens Combattants Canada à améliorer la façon dont ils offrent des services. Ça prendra environ 20 minutes pour répondre à ce sondage.

Si vous avez des questions à propos de ce sondage ou de l'utilisation des résultats, n'hésitez pas à contacter le ministère des Anciens Combattants au numéro sans frais **1-866-522-2022**.

**Si la personne hésite :** Y aurait-il un meilleur moment pour vous rappeler?

- Accepte ..... ( )1 Continuer
- Rappeler plus tard ..... ( )2 M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_, quel serait le meilleur moment pour vous rappeler? (*Noter la date et l'heure*). Merci M./Mme/Mlle \_\_\_\_, je vais vous rappeler le (date et heure enregistrée). Au revoir.
- Refus ..... ( )3 M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_, merci de m'avoir accordé ces quelques instants. Au revoir.

## SECTION 1 : CONTACT GÉNÉRAL

Tout d'abord, j'aimerais vous poser quelques questions sur les types de contacts que vous avez eus avec le ministère des Anciens Combattants au cours des 6 derniers mois.

**Q1.1** Au cours des 6 derniers mois, avez-vous été en contact avec le ministère des Anciens Combattants ...  
(LIRE EN ROTATION a à h)

LIRE EN ROTATION (a à h)	Oui	Non	Ne peut se souvenir
a. en écrivant ou recevant une lettre par la poste?	( )1	( )2	( )3
b. en téléphonant ou recevant un appel téléphonique?	( )1	( )2	( )3
c. en envoyant ou recevant un message par courrier électronique?	( )1	( )2	( )3
d. en visitant un de ses bureaux?	( )1	( )2	( )3
e. en recevant la visite d'un employé du ministère à votre domicile?	( )1	( )2	( )3
f. en rencontrant un employé du ministère lors d'une visite à un autre organisme ( <i>préciser / voir liste</i> )	( )1	( )2	( )3
g. en assistant à une séance d'information de groupe ( <i>Si oui, préciser où</i> )	( )1	( )2	( )3
h. en visitant le site Web d'Anciens Combattants Canada?	( )1	( )2	( )3
i. Autres formes de contact (ou autres ressources)  ( <i>Si oui</i> ) veuillez spécifier _____	( )1	( )2	( )3

**S'IL N'Y A PAS EU DE CONTACT AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS À (a) à (i),  
VÉRIFIER L'IDENTITÉ DU RÉPONDANT ET TERMINER**

**Q1.2a** Au cours des 6 derniers mois, avez-vous eu des difficultés à contacter le ministère des Anciens Combattants?

- Oui ..... ( )1
  - Non ..... ( )2
  - NSP/NRP ..... ( )9
- SAUTER À Q1.3a

**Q1.2b** Quel genre de difficultés?

---



---



---

**Q1.3a** Parmi les moyens suivants, lequel préférez-vous utiliser pour contacter Anciens Combattants Canada? (**LIRE EN ROTATION / NOTER UNE RÉPONSE**)

**Q1.3b** Et quel moyen aimeriez-vous le moins? (**NOTER UNE RÉPONSE**)

LIRE EN ROTATION	Q1.3a Le plus	Q1.3b Le moins
• En personne	( )1	( )1
• Par téléphone	( )2	( )2
• Par l'Internet (accéder à de l'information ou faire une demande en ligne)	( )3	( )3
• Par courrier électronique	( )4	( )4
• Par la poste	( )5	( )5
• Aucun / NSP/NRP	( )9	( )9

**Q1.4a** Parmi les moyens que peuvent utiliser Anciens Combattants Canada pour vous informer à propos de leurs programmes et services, dites-moi lequel préférez-vous? (**LIRE EN ROTATION / NOTER UNE RÉPONSE**)

**Q1.4b** Et quel moyen aimeriez-vous le moins? (**NOTER UNE RÉPONSE**)

LIRE EN ROTATION	Q1.4a Le plus	Q1.4b Le moins
• Publicité dans les médias (p. ex. : journaux, radio, télé)	( )01	( )01
• Brochures/dépliants (p. ex. : à une Base des Forces canadiennes, aux bureaux D'ACC, à une installation de la GRC ou dans le courrier)	( )02	( )02
• Information sur l'Internet	( )03	( )03
• Bulletins d'information	( )04	( )04
• Sessions de groupe d'information	( )05	( )05
• La Légion royale canadienne ou un autre organisme d'anciens combattants	( )06	( )06
• Autre ( <b>veuillez préciser</b> ) _____	( )98	( )98
• Aucun / NSP/NRP	( )99	( )99

**Q1.5** Avez-vous accès à l'Internet?

- Oui ..... 

( )1	<b>PAQ Q2.1</b>
------	-----------------
- Non ..... ( )2
- NSP/NRP ..... ( )9

**Q1.6** Avez-vous l'intention de vous abonner à l'Internet au cours des 12 prochains mois?

- Oui ..... ( )1
- Non ..... ( )2
- NSP/NRP ..... ( )9



## SECTION 2 : GOUVERNEMENT EN LIGNE

### DEMANDER À TOUS

**Q2.1** Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé le site Web d'Anciens Combattants Canada pour obtenir de l'information sur les avantages ou les services d'ACC?

- Oui ..... ( )1
- Non ..... ( )2
- NSP/NRP ..... ( )9

**ALLER À Q2.4**

**Q2.2** Quel a été votre niveau de satisfaction par rapport à chacun des aspects suivants? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

LIRE EN ROTATION	Très insatisfait			Très satisfait		Ne peut dire
a. Facilité d'accès au site	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
b. Facilité à trouver l'information que vous recherchez	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
c. Facilité à comprendre l'information	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
d. Information complète	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
e. Votre information personnelle est en sécurité et protégée	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9

**Q2.3** Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au site Web d'ACC? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<b>Très insatisfait</b>					<b>Très satisfait</b>					<b>Ne peut dire</b>
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

De façon à vous offrir une option additionnelle pour accéder à ses services, Anciens Combattants Canada a intégré à son site Internet des informations relatives à ses programmes et à votre admissibilité. À l'avenir, le ministère offrira à ses clients la possibilité de faire une demande de bénéfices de pensions et de s'informer sur l'état de leur demande via son site Internet.

**Q2.4** À l'avenir, utiliseriez-vous l'Internet pour...? (LIRE EN ROTATION)

LIRE EN ROTATION	Oui	Non	Peut-être (Ne pas lire)	NSP (Ne pas lire)
• obtenir des informations en ligne sur les avantages et services offerts par ACC	( )1	( )2	( )3	( )9
• faire une demande d'avantages et de services d'ACC en ligne	( )1	( )2	( )3	( )9
• vous renseigner en ligne sur l'état de votre demande	( )1	( )2	( )3	( )9
• accéder en ligne à vos informations personnelles	( )1	( )2	( )3	( )9



**Q2.5** Dans quelle mesure est-il important pour vous de pouvoir...? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. **Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5. (LIRE EN ROTATION / VÉRIFIER LA COMPRÉHENSION DE L'ÉCHELLE / 1 POUR LE PLUS FAIBLE, 5 POUR LE PLUS ÉLEVÉ)**

LIRE EN ROTATION	Pas très important			Très important		Ne peut dire
	1	2	3	4	5	
• obtenir des informations en ligne sur les bénéfiques et services offerts par ACC	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
• faire une demande en ligne pour les bénéfiques ou les services d'ACC	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
• vous renseigner en ligne sur l'état de votre demande	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
• accéder en ligne à vos informations personnelles	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9

**Si "NON" ou "Peut-être" à l'un ou l'autre des items de Q2.4, DEMANDER Q2.6. Sinon, ALLER À Q3.1**

**Q2.6** Quelles raisons vous empêcheraient d'utiliser le site Internet d'ACC pour l'un ou l'autre des objectifs que je viens de vous mentionner? **(NE PAS LIRE / ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS)**

- Manque d'aptitudes techniques ..... ( )01
- Préoccupation quant à la sécurité de l'information personnelle sur l'Internet ..... ( )02
- Trop impersonnel ..... ( )03
- Pas facile d'utilisation ..... ( )04
- Autres (**préciser**) ..... ( )90
- Nsp/Nrp ..... ( )99

### SECTION 3 : SERVICE OFFERT

**Q3.1** Les questions qui suivent sont reliées aux services fournis par Anciens Combattants Canada. Pour chacun des aspects suivants, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait. **(LIRE EN ROTATION a à g)**

**Q3.2** Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. **Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5. (LIRE EN ROTATION a à g / VÉRIFIER LA COMPRÉHENSION DE L'ÉCHELLE / 1 POUR LE PLUS FAIBLE, 5 POUR LE PLUS ÉLEVÉ)**

LIRE EN ROTATION	Q3.1 Niveau de satisfaction						Q3.2 Niveau d'importance										
	Très insatisfait			Très satisfait			Ne peut dire			Pas du tout important			Très important			Ne peut dire	
a. Les heures de service	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9					
b. Les façons disponibles pour entrer en contact (p. ex. en personne, téléphone, télécopieur, courriel, Internet, etc.)	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9					
c. La facilité d'accès par téléphone	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9					
<b>NOTE : NE PAS DEMANDER LES POINTS d, e, f et g SI Q1d = non/ne se souvient pas</b>																	
d. La facilité d'accès aux édifices (p. ex. : il n'y avait pas d'obstacles qui empêchaient d'entrer et d'accéder à l'édifice)	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9					
e. L'emplacement	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9					
f. Les affiches et les indications vers les bureaux	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9					
g. Le stationnement	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9					
<b>LIRE EN DERNIER</b>																	
h. Dans l'ensemble, quel a été votre niveau de satisfaction sur l'accès aux services?	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9											

## SECTION 4 : LIGNE 1-866

**Q4.1** Les prochaines questions portent spécifiquement sur vos contacts avec le personnel d'Anciens Combattants Canada qui répond à la ligne sans frais 1-866-522-2022 pour les avantages et services. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous contacté Anciens Combattants Canada en appelant leur ligne sans frais pour les avantages et services?

- Oui ..... ( )1
- Non ..... ( )2
- Nsp/Nrp ..... ( )9

**ALLER À Q5.1**

**Q4.2** Pour chacun des aspects suivants du service offert par le personnel qui répond à la ligne sans frais des renseignements au sujet des avantages et des services d'Anciens Combattants Canada, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait. **(LIRE EN ROTATION a - d)**

**Q4.3** Maintenant, pour les mêmes aspects du service fourni par le personnel d'Anciens Combattants Canada qui répond à la ligne sans frais, dites-moi dans quelle mesure est-ce important pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu.

**Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5. (LIRE EN ROTATION a - d / VÉRIFIER LA COMPRÉHENSION DE L'ÉCHELLE / 1 POUR LE PLUS FAIBLE, 5 POUR LE PLUS ÉLEVÉ)**

LIRE EN ROTATION	Q4.2 Niveau de satisfaction						Q4.3 Niveau d'importance											
	Très insatisfait			Très satisfait			Ne peut dire			Pas du tout important			Très important			Ne peut dire		
a. Le temps que vous avez attendu (attendez) au téléphone avant de parler à quelqu'un	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
b. Les heures de service, (c'est-à-dire de 8h30 à 16h30)	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
c. La connaissance du personnel au sujet des programmes et services d'ACC	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
d. Le personnel a compris (comprend) votre demande ou question	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
<b>LIRE EN DERNIER</b>																		
e. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait de votre contact téléphonique avec ACC?	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9												

**Demandez Q4.4 si Insatisfait ou Très insatisfait avec le temps d'attente (Q4.2, a.) / Les autres, ALLEZ À LA SECTION 5)**

**Q4.4** À votre avis, quel serait un temps d'attente raisonnable avant qu'une personne vous réponde en direct?  
(NE PAS LIRE / ENREGISTRER UNE RÉPONSE)

- Moins de 45 secondes ..... ( )1
- 45-60 secondes ..... ( )2
- 60-90 secondes ..... ( )3
- 90-120 secondes ..... ( )4
- 2-5 minutes ..... ( )5
- Plus de 5 minutes ..... ( )6
- NSP/NRP ..... ( )9

## SECTION 5 : PROGRAMMES ET SERVICES

**Q5.1** De quelle façon avez-vous entendu parler des programmes et services d'Anciens Combattants Canada? (Voir la liste)

---



---



---



**Q5.2a (DEMANDER SEULEMENT AUX ANCIENS COMBATTANTS / CLIENTS DES FORCES CANADIENNES)** Avant de quitter les Forces canadiennes, avez-vous été informé des programmes et services qu’Anciens Combattants Canada mettent à votre disposition et à celle de votre famille?

- Oui ..... ( )1
- Non ..... ( )2
- NSP/NRP ..... ( )9

**Q5.2b (DEMANDER SEULEMENT AUX MEMBRES RETRAITÉS DE LA GRC)** Avant de quitter la GRC, avez-vous été informé des programmes et services qu’Anciens Combattants Canada mettent à votre disposition et à celle de votre famille?

- Oui ..... ( )1
- Non ..... ( )2
- NSP/NRP ..... ( )9

Les questions qui suivent concernent votre niveau de satisfaction envers les différents programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir d’Anciens Combattants Canada au cours des 6 derniers mois.

**Q5.3** Je vais tout d’abord vous lire des énoncés concernant les programmes et services que vous avez reçus ou tenté de recevoir, comme une pension d’invalidité ou des soins de santé ou tout autre avantage au cours des 6 derniers mois. Pour chaque aspect, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait. **(LIRE EN ROTATION)**

**Q5.4** Et pour chacun des mêmes aspects du service fourni par Anciens Combattants Canada, dites-moi l’importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. **Vous pouvez donner n’importe quel chiffre entre 1 et 5. (LIRE EN ROTATION)**

LIRE EN ROTATION	Q5.3 Niveau de satisfaction						Q5.4 Niveau d’importance					
	Très insatisfait			Très satisfait			Pas du tout important			Très important		
a. Facilité à trouver de l’information sur les programmes et services	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
b. Information fournie sur ce que vous deviez faire afin de formuler une demande ou avoir accès à un avantage ou un service	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
c. Réponses à vos questions	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
d. Service disponible dans la langue officielle de votre choix	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
e. Langage parlé par le personnel (clair et facile à comprendre)	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9
f. Lettres de décision, formulaires et communications écrites (clairs et faciles à comprendre)	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9

**Q5.5** Dans l'ensemble, dans quelle mesure les programmes et services offerts par Anciens Combattants Canada répondent-ils à vos besoins? Diriez-vous...? (**LIRE**)

- Entièrement ..... ( )1 **PAQ Q5.7a**
- En majorité ..... ( )2
- Seulement en partie ..... ( )3
- Pas du tout ..... ( )4
- Ne peut dire (**ne pas lire**) ..... ( )9 **PAQ Q5.7a**

**Q5.6** En quoi les programmes et services offerts par Anciens Combattants Canada ne répondent-ils pas à vos besoins? (**SONDER / INSCRIRE**)

---



---



---

**Si Q1d et Q1f = non/ne se souvient pas, aller à Q5.8a**

**Q5.7a** Au cours des 6 derniers mois, lorsque vous avez demandé un rendez-vous avec un membre du personnel, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au temps que vous avez dû attendre avant d'obtenir le rendez-vous? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<b>Très insatisfait</b>					<b>Très satisfait</b>					<b>Ne peut dire</b>		<b>Sans objet</b>	
1	2	3	4	5						9		<b>Sauter à Q5.8a</b>	

**Q5.7b** Quelle importance accordez-vous à cet aspect, c'est-à-dire le temps que vous devez attendre avant d'obtenir un rendez-vous? En utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. **Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.**

<b>Pas du tout important</b>					<b>Très important</b>					<b>Ne peut dire</b>	
1	2	3	4	5						9	

**Si Q1a = non / ne se souvient pas, aller à Q5.9a**

**Q5.8a** Au cours des 6 derniers mois, lorsque vous avez reçu une décision écrite concernant un avantage ou un service, quel a été votre niveau de satisfaction par rapport au délai écoulé avant de recevoir une décision écrite? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

<b>Très insatisfait</b>					<b>Très satisfait</b>					<b>Ne peut dire</b>		<b>Sans objet</b>	
1	2	3	4	5						9		<b>Sauter à Q5.9a</b>	

**Q5.8b** Quelle importance accordez-vous à cet aspect, c'est-à-dire le délai écoulé avant de recevoir une décision écrite? En utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. **Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5.**

Pas du tout important			Très important	
1	2	3	4	5

Ne peut dire
9

**Q5.9a** Au cours des 6 derniers mois, lorsque vous avez présenté votre carte d'identification de soins de santé d'ACC pour obtenir des prestations pour soins de santé, quel a été votre niveau de satisfaction quant à l'utilisation de votre carte?

Très insatisfait			Très satisfait	
1	2	3	4	5

Ne peut dire
9

Sans objet
Sauter à Q5.10

**Q5.9b** Quelle importance accordez-vous au fait de pouvoir présenter votre carte d'identification de soins de santé d'ACC plutôt que de payer de votre poche?

Pas du tout important			Très important	
1	2	3	4	5

Ne peut dire
9

**Q5.9c** Avez-vous des commentaires additionnels que vous aimeriez ajouter en ce qui a trait à l'utilisation de votre carte d'identification de soins de santé d'ACC? (**Inscrire**)

---



---



---

- Non, rien ..... ( )99

**Q5.10** Maintenant, j'aimerais connaître votre niveau de satisfaction envers le personnel d'Anciens Combattants Canada avec lequel vous avez été en contact. Pour chacun des aspects suivants du service fourni par le personnel, veuillez me dire si vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait. (**LIRE EN ROTATION**)

**Q5.11** Et pour chacun des mêmes aspects du service dont nous venons de parler, veuillez me dire l'importance que vous y accordez, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout important, 5 signifie très important et 3 le point milieu. **Vous pouvez donner n'importe quel chiffre entre 1 et 5. (LIRE EN ROTATION)**

LIRE EN ROTATION (a à f)	Q5.10 Niveau de satisfaction						Q5.11 Niveau d'importance						
	Très insatisfait			Très satisfait			Ne peut dire	Pas du tout important			Très important		
a1. Connaissances du personnel en ce qui concerne les programmes et services	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
a3. Sensibilité du personnel aux enjeux qui vous concernent	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
b. Courtoisie du personnel	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
c. Serviabilité, prêt à en faire plus	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
d. Respect et dignité avec lesquels vous avez été traité	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
e. Protection de l'information privée ou confidentielle	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
f. Traitement juste et équitable	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	

## SECTION 6 : COMMÉMORATION

M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_, la prochaine série de questions concerne les activités entreprises ou mises de l'avant par Anciens Combattants Canada afin de commémorer les réalisations, les sacrifices et les contributions de ceux qui ont servi lors d'opérations militaires à l'étranger ou au pays depuis la Confédération du Canada, incluant les récentes missions de maintien de la paix.

**Q6.1** Dans l'ensemble, en pensant aux activités et au programme "Le Canada se souvient" (par exemple les pèlerinages aux champs de bataille outremer, les cérémonies et activités au Canada, les médailles et citations, l'entretien et la restauration de tombes et de cimetières, les mémoriaux et les monuments, la sensibilisation du public incluant celle des jeunes, ainsi que la reconnaissance de tous les groupes incluant les Vétérans qui ont servi durant la guerre et les Vétérans des temps modernes dans la programmation des activités de Souvenir, etc.), quel est votre niveau de satisfaction envers la façon dont ces programmes et activités sont rendus par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

Très insatisfait		Très satisfait				
1	2	3	4	5		

Ne peut dire
9

**Q6.2** Pour chacune des activités de Souvenir suivantes, dites-moi dans quelle mesure elle est importante pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie pas du tout importante, 5 signifie très importante et 3 le point milieu.

LIRE EN ROTATION	Pas du tout importante		Très importante			Ne peut dire
	a. Sensibiliser les jeunes au Souvenir (fournir du matériel et des ressources)	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5

LIRE EN ROTATION	Pas du tout importante					Très importante	Ne peut dire
	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5		
b. Organiser des pèlerinages vers des sites de bataille outremer	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
c. Faire la promotion de cérémonies et d'activités au Canada	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
d. Fournir du matériel de Souvenir sur les réalisations, les sacrifices et les contributions de ceux qui ont servi le Canada (i.e. feuillets, du matériel didactique sur le site Internet)	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	
e. Entretenir et restaurer les tombes et cimetières d'anciens combattants	( )1	( )2	( )3	( )4	( )5	( )9	

**Q6.3** Si Anciens Combattants Canada pouvait faire une ou deux choses pour mieux promouvoir la connaissance des sacrifices et des réalisations faites en temps de guerre, conflit et de missions de maintien de la paix, qu'est-ce que ce serait?

---



---



---

## SECTION 7 : EN GÉNÉRAL

**Q7.1** Maintenant, nous avons couvert plusieurs aspects du service offert par Anciens Combattants Canada. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du résultat de votre dernier contact avec ACC, c'est-à-dire qu'en bout de ligne, vous avez obtenu ce dont vous aviez besoin? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

Très insatisfait					Très satisfait	
1	2	3	4	5		

Ne peut dire
9

**Q7.2** Tout bien considéré, quel est votre niveau de satisfaction **global** envers les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada? Diriez-vous que vous en êtes très insatisfait, insatisfait, neutre, satisfait ou très satisfait?

Très insatisfait					Très satisfait	
1	2	3	4	5		

Ne peut dire
9

**Q7.3** Dans l'ensemble, diriez-vous qu'au cours des 12 derniers mois la qualité du service fourni par Anciens Combattants Canada s'est...? (**LIRE**)

- Améliorée ..... ( )1
- Est restée la même ..... ( )2
- Détériorée ..... ( )3

- Ne peut dire (**ne pas lire**) ..... ( )9

**Q7.4** Dans l'ensemble, si vous comparez les services reçus des autres ministères gouvernementaux avec lesquels vous avez eu des contacts, à ceux d'Anciens Combattants Canada, diriez-vous que les services reçus d'Anciens Combattants Canada sont...? (**LIRE**)

- Beaucoup mieux ..... ( )1
- Mieux ..... ( )2
- Équivalents ..... ( )3
- Moins bons ..... ( )4
- Beaucoup moins bons ..... ( )5
- Ne peut dire (**ne pas lire**) ..... ( )9

**Q7.5** Avez-vous des commentaires à formuler au ministère d'Anciens Combattants Canada afin de les aider à mieux vous servir?

---

---

---

**Q7.6** (**DEMANDER SEULEMENT SI VOUS NE POUVEZ PAS IDENTIFIER À LA VOIX DE LA PERSONNE**) Votre sexe?

- Homme ..... ( )1
- Femme ..... ( )2

M./Mme/Mlle \_\_\_\_\_, les informations que vous avez fournies dans ce sondage seront très précieuses pour Anciens Combattants Canada car elles aideront à mieux vous servir ainsi que tous les anciens combattants. De la part d'Anciens Combattants Canada, je vous remercie pour votre participation. Au revoir.

**Q7.7** (**NE PAS LIRE / INSCRIRE**)

- |                            |                          |                         |
|----------------------------|--------------------------|-------------------------|
| • Charlottetown .... ( )32 | • Scarborough ... ( )11  | • Winnipeg ..... ( )60  |
| • Sydney ..... ( )33       | • Sunnybrook .... ( )12  | • Brandon ..... ( )61   |
| • Halifax ..... ( )34      | • Toronto Area ... ( )49 | • Regina ..... ( )62    |
| • Saint John ..... ( )35   | • Ottawa ..... ( )50     | • Saskatoon .... ( )63  |
| • Campbellton .... ( )36   | • Kingston ..... ( )51   | • Calgary ..... ( )64   |
| • St. John's ..... ( )30   | • Peterborough .. ( )52  | • Edmonton .... ( )65   |
| • Cornerbrook .... ( )31   | • Brampton ..... ( )54   | • Vancouver .... ( )70  |
| • Quebec ..... ( )40       | • Hamilton ..... ( )55   | • Penticton .... ( )71  |
| • Sherbrooke ..... ( )41   | • London ..... ( )56     | • Prince George . ( )72 |
| • Gatineau ..... ( )42     | • Windsor ..... ( )57    | • Victoria ..... ( )73  |
| • Montreal ..... ( )43     | • North Bay ..... ( )58  | • Surrey ..... ( )74    |

- Mississauga ..... ( )10
- Thunder Bay ... ( )59