



L'Institut des services axés sur les citoyens et
Ipsos Affaires Publiques présentent :

Un aperçu de l'étude Les citoyens d'abord 8

FÉVRIER 2018

APERÇU PRÉSENTÉ À L'INTENTION :

du Conseil de la prestation des services du secteur public (CPSSS)
et du Conseil des principaux dirigeants de l'information du secteur public
(CDPISP)

PAR :

Marina Gilson, directrice, Ipsos Affaires Publiques

© 2018 Ipsos. Tous droits réservés. Renferme des renseignements de nature confidentielle ou exclusive appartenant à Ipsos. Le contenu ne peut pas être divulgué ou reproduit sans l'autorisation écrite préalable d'Ipsos.

Sujets



CONTEXTE DE L'ÉTUDE
FAITS SAILLANTS DE L'APERÇU
À VENIR
Q & R

CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Principales innovations réalisées dans l'étude

Les citoyens d'abord 8



- Simplifier la principale mesure de l'expérience du client, qui devient un indice à trois éléments;
- Recourir à une approche fondée sur les sciences du comportement pour jeter un nouvel éclairage sur les façons de surmonter les obstacles nuisant à l'adoption des services gouvernementaux offerts en ligne;
- Offrir aux administrations qui ont adhéré à un abonnement enrichi la possibilité de choisir que leurs propres questions, mises au point sur mesure, soient abordées pour leur secteur de compétence ou encore, que le questionnaire du sondage national soit reproduit à l'échelle de leur secteur.

Collaboration avec les administrations participantes

- Nous n'avons cessé de veiller à ce que la série d'études Les citoyens d'abord évolue. À cette fin, nous avons tissé avec vous, nos principaux intervenants, des liens de collaboration;
- Nous avons consulté les administrations au sujet de l'approche sous-tendant l'étude au moyen de démarches de conceptualisation, de téléconférences et d'un forum en ligne;
- L'ISAC a invité les intervenants à formuler leurs observations tout au long du processus d'élaboration de l'étude;
- L'approche a été soumise à l'examen du Conseil des normes méthodologiques de recherche.

Approche de recherche adoptée dans l'étude

Les citoyens d'abord 8



- Le sondage à l'échelle des secteurs de compétence : un échantillon réunissant au moins 400 répondants dans chaque administration participante;
- Le sondage de portée nationale dans le cadre duquel 850 entrevues environ ont été réalisées;
- Les deux volets se fondent sur un échantillon représentatif aléatoire de Canadiens;
- Enfin, diverses méthodes ont servi à réunir les données pour l'étude LCA8, y compris un groupe de discussion Internet, un mode de collecte de données par la poste ou un mode de collecte mixte, par la poste et en ligne.

Onze administrations participantes

- Gouvernement du Canada
- Colombie-Britannique
- Alberta
- Yukon
- Territoires du Nord-Ouest
- Manitoba
- Ontario
- Ville de Toronto
- Région de Peel
- Nouvelle-Écosse
- Île-du-Prince-Édouard



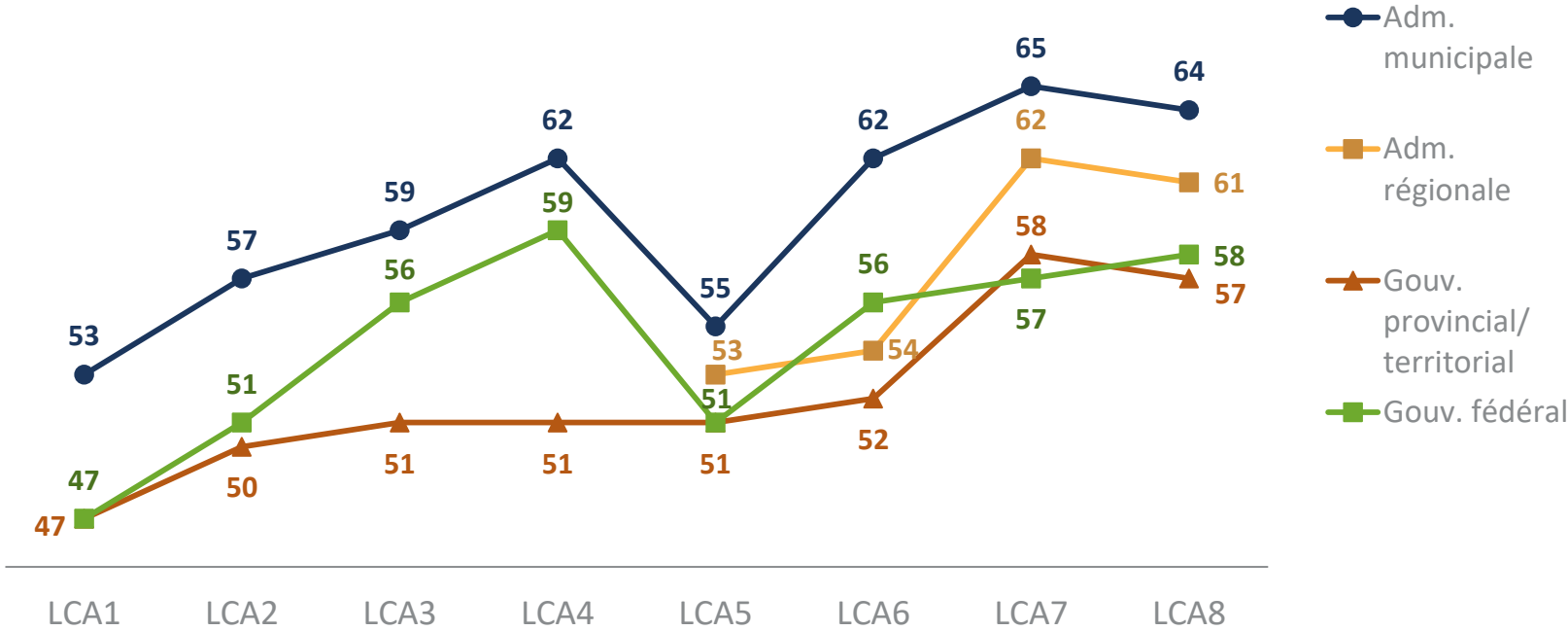
Attention

Les observations exposées dans cette présentation découlent de résultats provisoires. Les résultats finals pourraient différer des résultats provisoires.



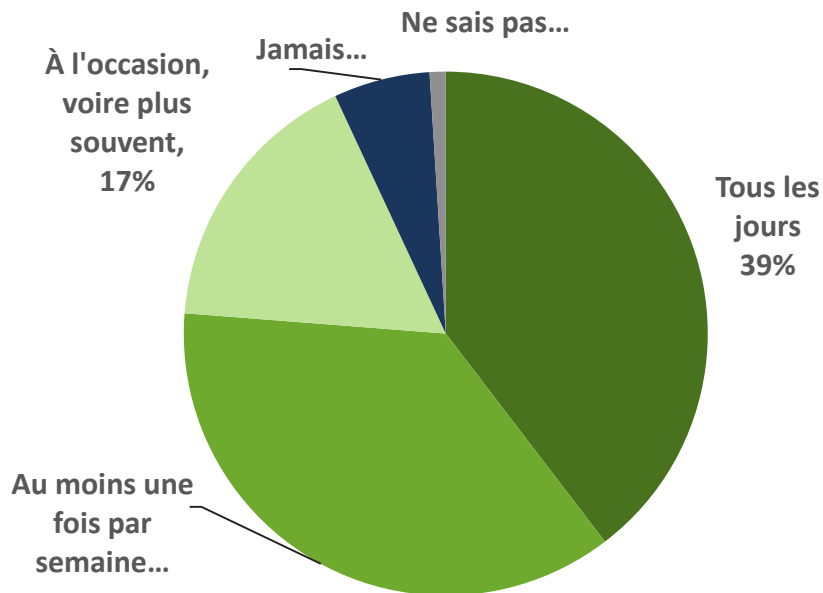
FAITS SAILLANTS DE L'APERÇU

Cotes témoignant de la réputation en matière de service



Q4. De façon générale, comment évalueriez-vous les services offerts par chaque ordre de gouvernement?
BASE : ENSEMBLE DES RÉPONDANTS

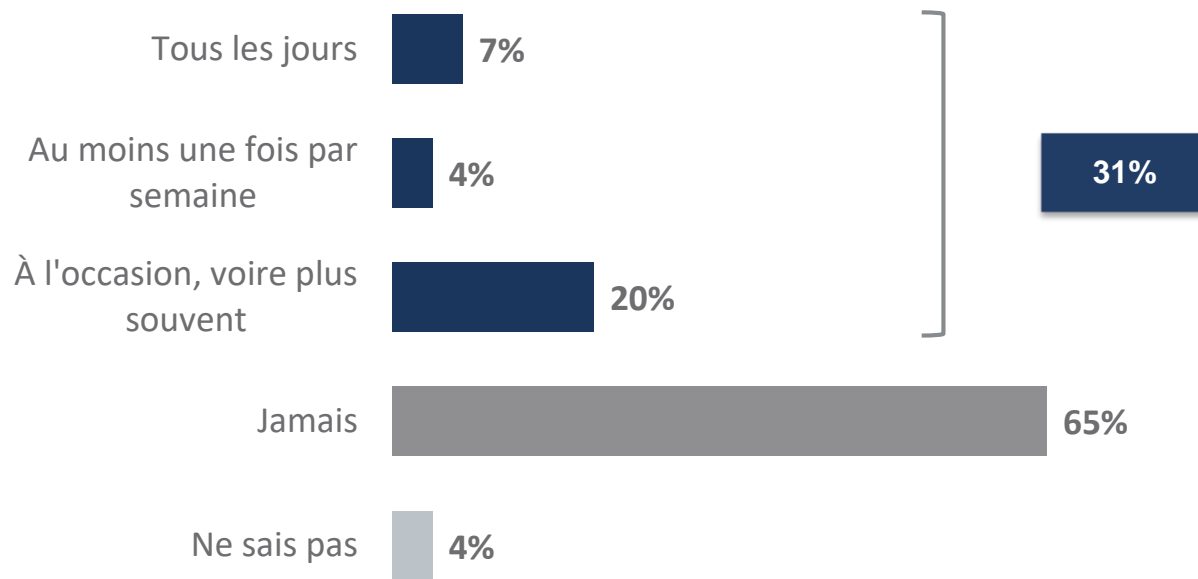
Utilisation des services en ligne



Q7. À quelle fréquence utilisez-vous les services en ligne, comme les opérations bancaires, le magasinage, les réservations de voyages, le suivi de cours, la recherche d'emploi et l'organisation d'activités sociales ou communautaires?

Base : Ensemble des répondants

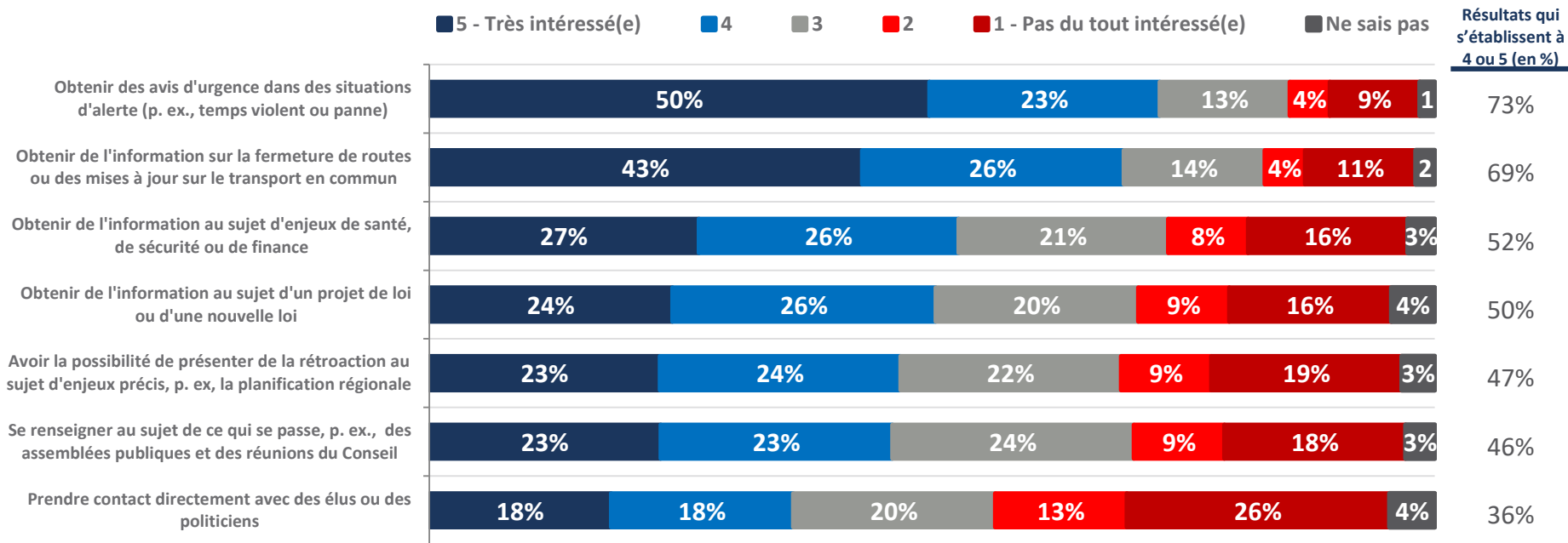
Interactions avec le gouvernement au moyen des médias sociaux



Q9. À quelle fréquence interagissez-vous avec un service gouvernemental au moyen de médias sociaux comme Twitter ou Facebook?

Base : Les répondants qui recourent à des services en ligne à l'occasion ou plus souvent (n=999)

L'intérêt que soulève la prise de contact avec le gouvernement au moyen des médias sociaux



Q10. Dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) à communiquer avec le gouvernement à l'aide des médias sociaux pour les motifs suivants?

Base : Les répondants qui recourent à des services en ligne à l'occasion ou plus souvent (n=999)

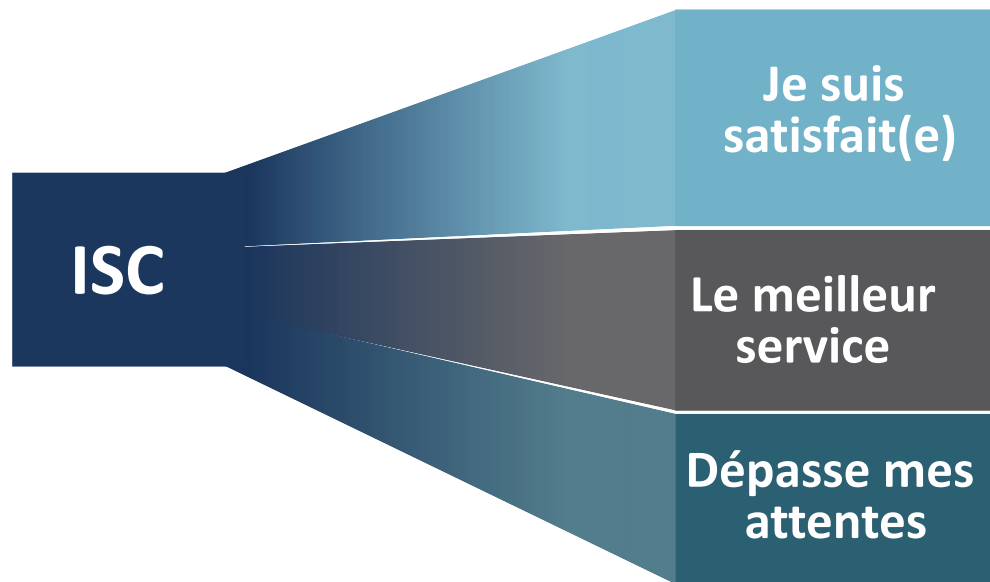
À VENIR

À venir

- **L'Indice de la satisfaction des clients (ISC)** : Une analyse des principaux déterminants en vue de circonscrire les améliorations de services qui auront le plus grand effet au chapitre de la satisfaction des citoyens.
- Une **approche fondée sur les sciences du comportement qui fait appel à MAPS** : Une analyse multivariée qui permet de définir les facteurs de motivation et obstacles psychologiques qui influent sur le recours au mode d'accès en ligne pour obtenir des services gouvernementaux.
- Une analyse **au sein de chacune des administrations adhérant à un abonnement** afin de cerner les points forts et les domaines à améliorer dans chaque cas.

L'Indice de la satisfaction des clients (ISC)

Simplifié, il réunit désormais trois éléments



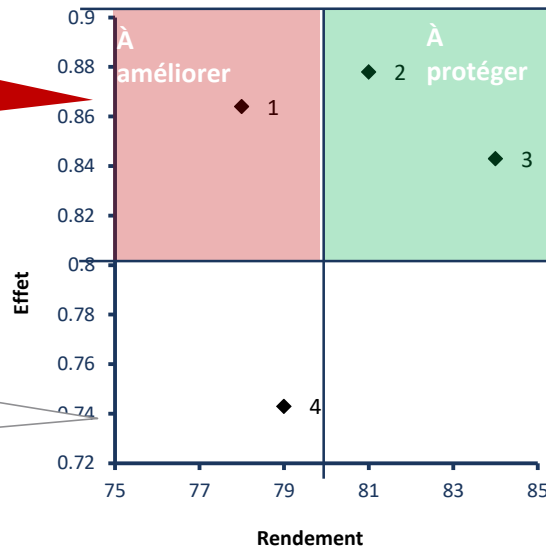
L'analyse des principaux déterminants

À améliorer :

Par rapport aux autres déterminants/facteurs, ce déterminant/facteur a plus d'incidence sur la satisfaction et le résultat témoignant de son rendement est inférieur. Il faut axer des efforts sur l'amélioration de votre rendement dans ce domaine.

À surveiller :

Par rapport aux autres déterminants/facteurs, ce déterminant/facteur a moins d'incidence sur la satisfaction. Toutefois, le résultat témoignant de son rendement est inférieur à ceux des autres déterminants/facteurs.



À protéger :

Par rapport aux autres déterminants/facteurs, ce déterminant/facteur a plus d'incidence sur la satisfaction et le résultat témoignant de son rendement est supérieur. Il s'agit d'un point fort à protéger.

À maintenir :

Par rapport aux autres déterminants/facteurs, ce déterminant/facteur a moins d'incidence sur la satisfaction. Le résultat témoignant de son rendement est supérieur à ceux des autres déterminants/facteurs.

Sciences du comportement : l'approche MAPS

Les sciences du comportement constituent un nouveau champ d'intérêt portant sur les facteurs psychologiques, sociaux, cognitifs et affectifs qui jouent un rôle important dans le comportement.

Au cœur de ce nouveau domaine, il y a les façons dont les gens réfléchissent – les pensées du système 1 (un système rapide, intuitif et émotionnel) c. les pensées du système 2 (un système plus lent, plus réfléchi, plus logique). L'approche se fonde sur ces deux systèmes et sur le postulat voulant que le renforcement positif et les suggestions indirectes peuvent souvent influencer sur le comportement.

Sciences du comportement : l'approche MAPS

Ipsos a mis au point une perspective s'inspirant des sciences du comportement, l'approche MAPS, pour comprendre les comportements humains et les influencer.

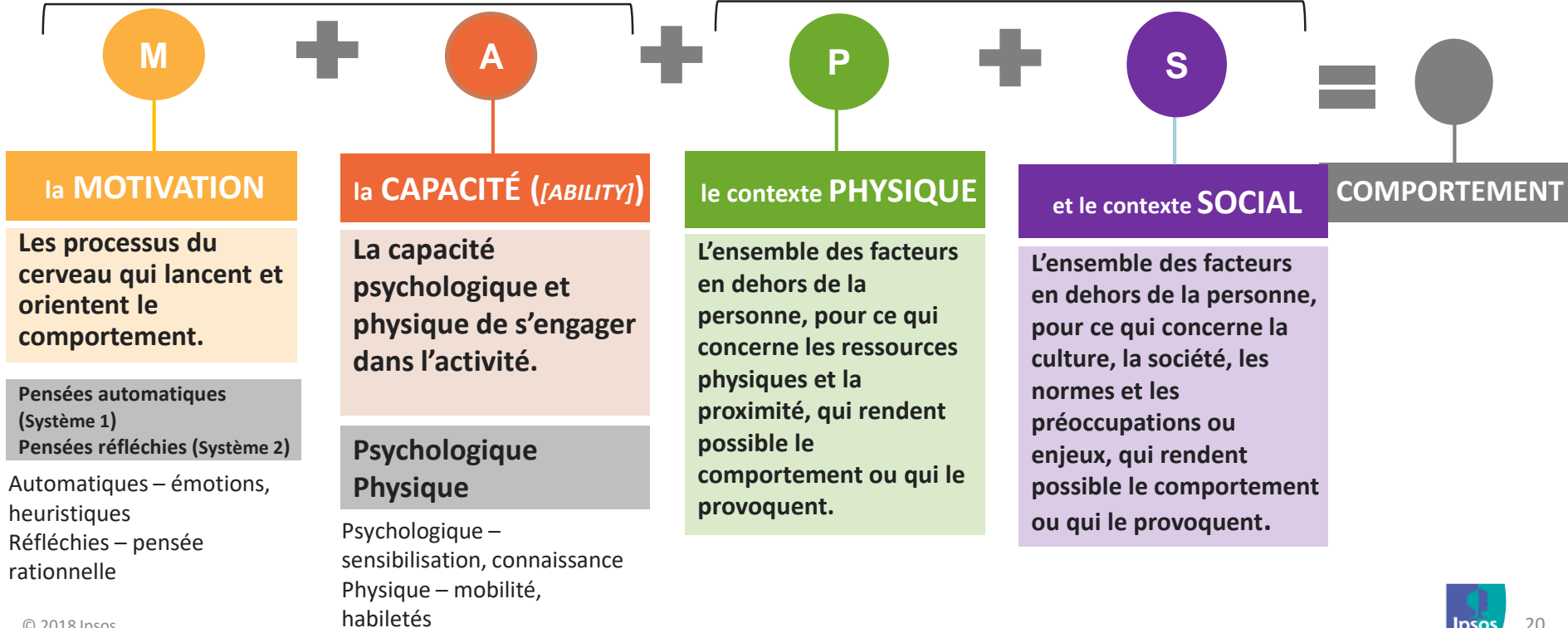
L'approche s'articule autour de trois conditions :

- La ***motivation*** qui sous-tend le comportement (pensées du système 1 et du système 2);
- La ***capacité*** d'adopter le comportement (sur les plans physique et psychologique);
- Et le ***contexte*** (physique et social) dans lequel le comportement se produit.

La perspective d'Ipsos s'enracine dans un modèle largement adopté, contrôlé et examiné, validé et enseigné, qui fait l'objet de vastes recherches. Ce modèle s'intitule **COM-B (capacité + occasion + motivation = comportement [behaviour])**. Afin de pleinement comprendre un comportement, il faut cerner les interactions entre...

LA DIMENSION PERSONNELLE

LA DIMENSION SITUATIONNELLE



MAPS : Attributs possibles

MOTIVATION

J'aime interagir avec le personnel au téléphone ou en personne

J'effectue de nombreuses transactions du genre en ligne

Je ne serai pas convaincu(e) que la transaction est réussie si je l'effectue en ligne

CAPACITÉ

Je connais suffisamment les sites Web et les applications pour faire ces transactions en ligne

Je peux obtenir de l'aide au téléphone ou par courriel si j'ai des problèmes

J'ai eu des problèmes lors d'opérations semblables en ligne

Contexte PHYSIQUE

J'ai facilement accès à Internet, soit à la maison, au travail ou dans un endroit où il y a du réseau WiFi

Je devrai attendre trop longtemps avant qu'on réponde à mon courriel

Je n'ai pas les moyens d'avoir un téléphone intelligent

Contexte SOCIAL

Mes amis et mes proches sont d'avis que les opérations en ligne constituent la meilleure façon de procéder
La plupart des gens comme moi effectuent leurs transactions en ligne
J'ai l'impression que je dois faire ces opérations en ligne pour éviter de déranger mes amis ou mes proches en leur demandant de l'aide

Comment pouvons-nous intervenir?

	INTERVENTIONS							
	Éducation	Persuasion	Incitation et contrainte	Formation	Restriction	Restructuration de l'environnement	Modélisation	Habilitation
Sources du comportement								
Motivation Pensée automatique (Système 1)		+	+			+	+	+
Motivation Pensée réfléchie (Système 2)	+							
Capacité physique				+				+
Capacité psychologique	+			+				+
Contexte physique				+	+	+		+
Contexte social					+	+	+	+

* The Behaviour Change Wheel; A Guide to Designing Interventions; Michie, Atkins, West; 2014

© 2018 Ipsos

Q & R