



Emploi et
Développement social Canada

Employment and
Social Development Canada

Canada

EMPLOI ET DÉVELOPPEMENT SOCIAL
CANADA [EDSC]

SERVICE CANADA

Sondage sur l'expérience client 2022-2023

26 janvier 2024

ROP n° 006-23

Fournisseur : Ipsos Limited Partnership

DATE D'ATTRIBUTION DU CONTRAT : 5 mai 2023

CONTRAT n° CW2303967 (G9292-23-3716)

Valeur du contrat : 299 851,15 \$ (TVH comprise)

This report is also available in English.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez écrire à
nc-por-rop-gd@hrsdc-rhdcc.gc.ca



Sondage de Service Canada sur l'expérience client 2022-2023

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique mené pour le compte de Service Canada auprès d'un échantillon de 4 200 clients de Service Canada dans les cinq principaux programmes. L'étude a été menée entre le 9 juin et le 26 juillet 2023.

Ce document est offert sur demande en médias substituts (gros caractères, MP3, braille, fichiers de texte, DAISY) auprès de la ligne 1 800 O-Canada (1-800-622-6232). Si vous utilisez un télécriteur (ATS), composez le 1-800-926-9105.

© Sa Majesté le Roi du Chef du Canada, 2024

Pour des renseignements sur les droits de reproduction : droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca

PDF

Cat. n° : Em4-23/2023F-PDF

ISBN : 978-0-660-68228-0

Service Canada Client Experience Survey 2022-23

This public opinion research report presents the results of a telephone survey conducted on behalf of Service Canada with a sample of 4,200 Service Canada clients across the five major programs. The study was conducted between June 9 and July 26, 2023.

It is available upon request in multiple formats (large print, MP3, braille, e-text, DAISY), by contacting 1 800 O-Canada (1-800-622-6232). By teletypewriter (TTY), call 1-800-926-9105.

© His Majesty the King in Right of Canada, 2024

For information regarding reproduction rights: droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca

PDF

Cat. No. : Em4-23/2023E-PDF

ISBN: 978-0-660-68227-3

Déclaration de neutralité politique

J'atteste, par les présentes, à titre d'agent principal d'Ipsos, l'entière conformité des produits livrables relativement aux exigences en matière de neutralité de la Politique sur les communications et l'image de marque et de la Directive sur la gestion des communications. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Mike Colledge
Président
Affaires publiques Ipsos

Renseignements supplémentaires

Nom du fournisseur :	Ipsos Limited Partnership
Numéro de contrat de SPAC :	CW2303967 (G9292-23-3716)
Date d'attribution du contrat :	2023-05-05

SOMMAIRE

Sondage de Service Canada sur l'expérience client 2022-2023 – Les résultats en un coup d'œil (1/2)



4 200 entrevues menées
(entre 750 et 1035 par programme)



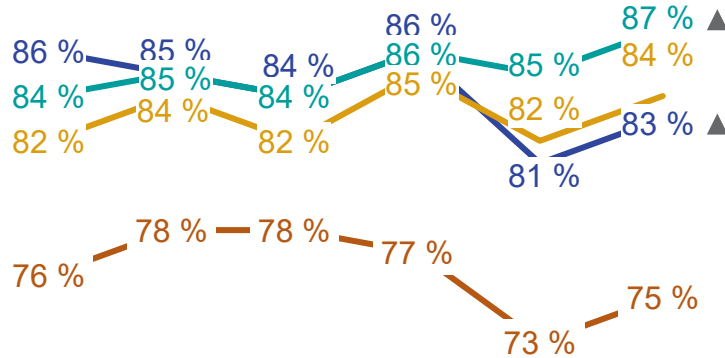
Méthodologie : Sondage par téléphone



Travail sur le terrain : Du 9 juin au 26 juillet 2023
Expériences de clients ayant atteint l'étape de décision initiale : entre janvier et mars 2023

EXPÉRIENCE GÉNÉRALE DE SERVICE POUR TOUS LES PROGRAMMES (% DE NOTES DE 4 OU 5)

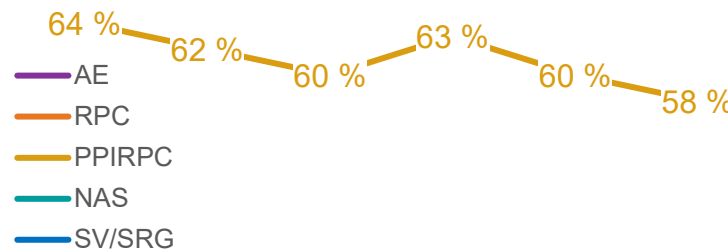
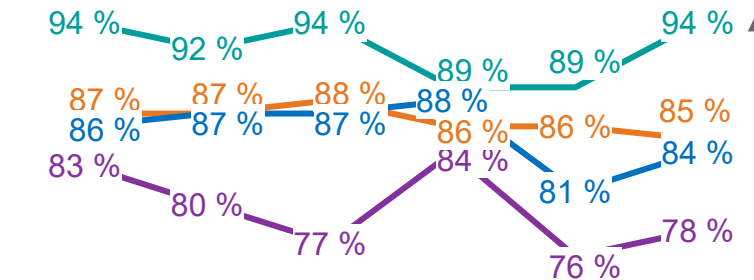
2017-2018 2018-2019 2019-2020 2020-2021 2021-2022 2022-2023



— Satisfaction
— Facilité
— Efficacité
— Émotion

SATISFACTION VIS-À-VIS DE L'EXPÉRIENCE CLIENT PAR PROGRAMME (% DE NOTES DE 4 OU 5)

2017-2018 2018-2019 2019-2020 2020-2021 2021-2022 2022-2023



PRINCIPAUX FACTEURS DE SATISFACTION (% DE NOTES DE 4 OU 5)

Les principaux facteurs de satisfaction sont les attributs qui ont la plus grande portée sur la satisfaction globale, énumérés soit comme attributs à renforcer ou protéger, soit comme attributs présentant la plus grande possibilité d'amélioration.+

À POURSUIVRE

	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Serviabilité du personnel du mode en personne	-	97 %	91 %	88 %	92 %▲
Information cohérente	82 %	80 %	84 %	79 %	81 %
Serviabilité du personnel des centres d'appels spécialisés	-	73 %	85 %	82 %	83 %

ASPECTS À AMÉLIORER

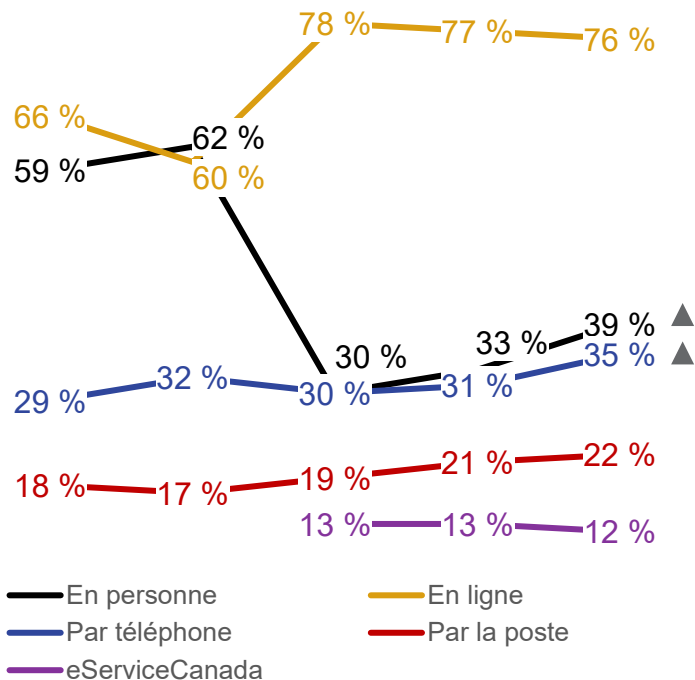
	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Durée raisonnable du parcours client	76 %	77 %	81 %	75 %	75 %
Confiance dans la résolution des problèmes	78 %	78 %	77 %	73 %	75 %
Facilité à obtenir de l'aide concernant la demande	-	-	65 %	64 %	68 %▲

□ L'un des cinq principaux facteurs de satisfaction

Sondage de Service Canada sur l'expérience client 2022-2023 – Les résultats en un coup d'œil (2/2)

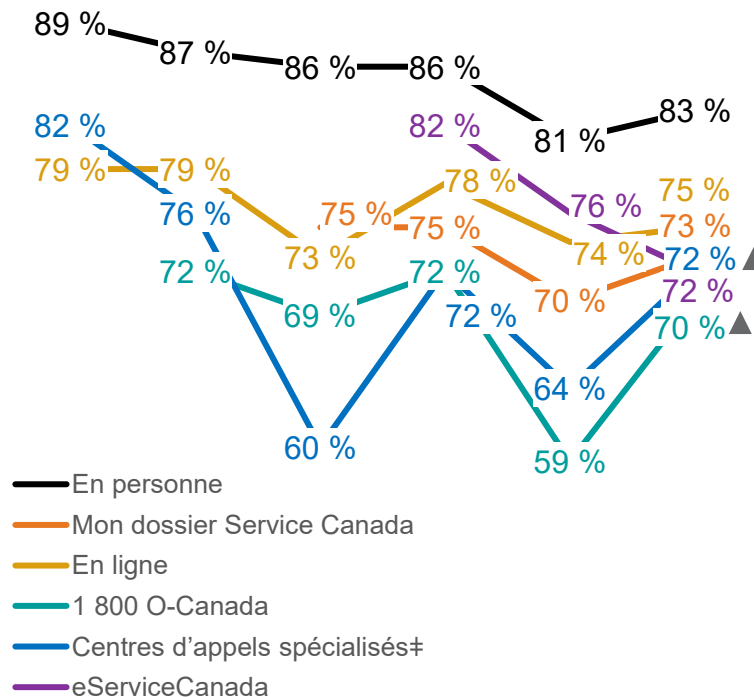
UTILISATION DES MODES DE PRESTATION : VUE D'ENSEMBLE⁺

2017-2018 2019-2020 2020-2021 2021-2022 2022-2023



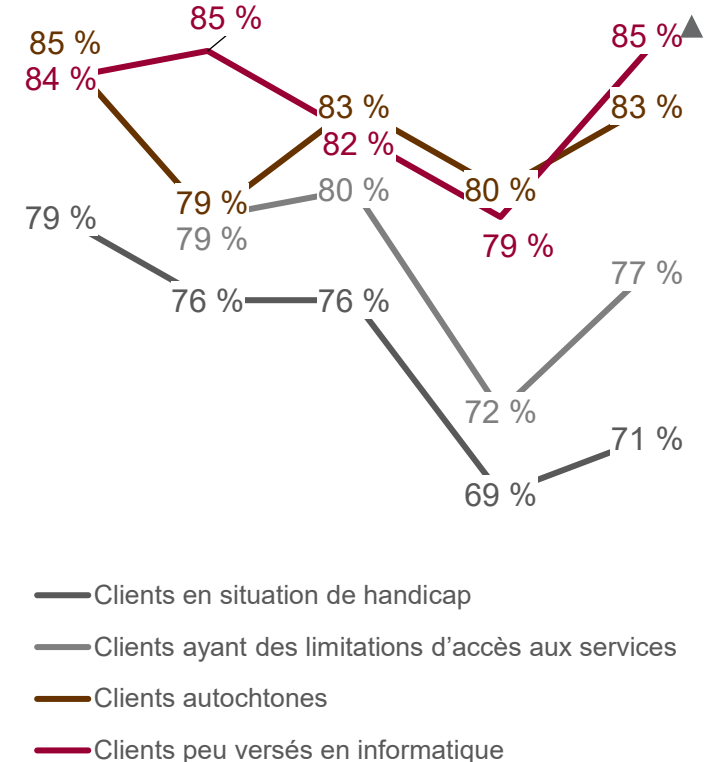
SATISFACTION À L'ÉGARD DE CHAQUE MODE DE PRESTATION DE SERVICES (% DE NOTES DE 4 OU 5)

2017-2018 2018-2019 2019-2020 2020-2021 2021-2022 2022-2023



SATISFACTION DE GROUPES DE CLIENTS CHOISIS (% DE NOTES DE 4 OU 5)

2018-2019 2019-2020 2020-2021 2021-2022 2022-2023



Contexte et objectifs (1/2)



- Le sondage annuel sur l'expérience client de Service Canada évalue l'expérience client intégrale de Service Canada et permet d'assurer un suivi des effets des changements à la prestation des services sur la capacité des clients à accéder aux programmes fédéraux et leur satisfaction par rapport à ceux-ci.
- Le sondage annuel sur l'expérience client 2022-2023 est la sixième vague du sondage annuel. Il permet de recueillir des données sur les tendances dans le but de faciliter le suivi du rendement en matière de prestation des services de Service Canada.
- Le sondage sur l'expérience client permet de prendre le pouls du niveau de satisfaction qu'ont les clients de Service Canada par rapport au parcours client, de noter les changements relatifs à l'utilisation des modes de prestation et à la satisfaction des clients à leur égard et d'évaluer la facilité, l'efficacité et l'émotion vis-à-vis de l'expérience de service par mode de prestation, programme et groupe de clients. Il suit également l'adoption et l'utilisation du libre-service et du libre-service assisté par les clients de Service Canada.
- Le projet de mesure de l'expérience client se décline en deux étapes : un sondage quantitatif initial et une recherche qualitative.
- Le volet qualitatif a servi à évaluer les préférences quant au mode de service, les obstacles et les possibilités d'amélioration de la prestation de services ou de l'utilisation des modes de prestation.
- La valeur du contrat (299 851,15 \$ [TVH incluse]) pour cette recherche tient compte des deux étapes (qualitative et quantitative).

Contexte et objectifs (2/2)



- Conformément à la Politique sur les services et le numérique du Secrétariat du Conseil du Trésor, le Chef du bureau de l'expérience client (CBEC) mène chaque année le sondage sur l'expérience client pour obtenir les commentaires des clients dans le but d'aider à gérer efficacement la prestation des services pour tous les modes de prestation et d'assurer une conception et une prestation des services axés sur les clients qui soit accessible et inclusive.
- En 2017, le CBEC a lancé le sondage annuel sur l'expérience client dans le cadre d'une démarche structurée de collecte de commentaires auprès des clients, visant à déterminer avec quelle efficacité Service Canada exécutait les programmes fédéraux par l'entremise de ses modes de prestation de services. Le sondage sur l'expérience client a été mené à nouveau en 2018-2019, en 2019-2020, en 2020-2021 et en 2021-2022.
- Le sondage sur l'expérience client 2022-2023 a permis de recueillir des données sur les tendances afin de contribuer à la surveillance du rendement de la prestation des services de Service Canada et de rendre compte de la satisfaction annuelle afin de rencontrer les exigences en matière de normes de service concernant l'expérience client.
- Les résultats du sondage de 2022-2023 seront utilisés pour :
 - améliorer la prestation des services et l'accessibilité des programmes;
 - répondre aux besoins de la clientèle en matière de services en constante évolution;
 - évaluer le rendement et l'incidence des changements aux services au fil du temps (avant, pendant et après la pandémie, p. ex.);
 - aider à évaluer la réussite générale de la fonction de gestion de l'expérience client et de la prestation des services;
 - éclairer les décisions de gestion des services, comme le prévoit le cadre de responsabilisation de gestion présenté au Secrétariat du Conseil du Trésor.
- Les objectifs de recherche pour le volet quantitatif étaient les suivants :
 - faire un suivi de la satisfaction globale des clients à l'égard de l'expérience de service intégrale de Service Canada, incluant les clients de l'assurance-emploi (AE), du Régime de pensions du Canada (RPC), du Programme de prestations d'invalidité du Régime de pensions du Canada (PPIRPC), de la Sécurité de la vieillesse et du Supplément de revenu garanti (SV et SRG), et du numéro d'assurance sociale (NAS);
 - faire un suivi des changements dans l'utilisation des modes de prestation et la satisfaction à leur égard au fil du temps;
 - utiliser le modèle de mesure du sondage sur l'expérience client pour évaluer la facilité, l'efficacité, l'émotion et la confiance envers Service Canada des clients bénéficiant des cinq principaux programmes.

Méthodologie



- Un sondage téléphonique a été mené auprès d'un échantillon de 4 200 clients de Service Canada dans les cinq principaux programmes :
 - Assurance-emploi : (n = 1035) +/- 3,0 points de pourcentage.
 - RPC : (n = 768) +/- 3,5 points de pourcentage.
 - PPIRPC : (n = 752) +/- 3,6 points de pourcentage.
 - SV/SRG : (n = 862) +/- 3,3 points de pourcentage.
 - NAS : (n = 783) +/- 3,5 points de pourcentage.
- Des suréchantillons ont été recueillis auprès de deux groupes de clients : les clients vivant en région éloignée et les clients autochtones. Au moins 400 questionnaires remplis ont été recueillis pour chacun de ces petits groupes.
- Les entrevues ont eu lieu entre le 9 juin et le 26 juillet 2023.
- Les personnes sélectionnées aux fins de la constitution d'un échantillon avaient terminé un parcours client et reçu une décision initiale, des prestations ou un numéro d'assurance sociale en janvier, en février ou en mars 2023.
- L'échantillon du sondage présente, par sa taille, une marge d'erreur de +/- 1,5 %.
- Les résultats ont été pondérés selon l'âge, le sexe, la région, le programme et les prestations (approuvées ou refusées) à l'aide de données administratives sur les clients qui ont suivi un parcours client entre avril 2022 et mars 2023. On a maintenu les pondérations de programme constantes avec celles de 2017-2018 afin de dégager des résultats tout changement attribuable à l'expérience de service.
- Le document Méthode détaillée du sondage sur l'expérience client 2022-2023, qui comprend les instruments de recherche, est disponible sous pli séparé.
- La recherche qualitative, qui incluait des entrevues en profondeur (37) et des groupes de discussion en ligne (7), a été menée du 21 septembre au 6 novembre 2023. Les participants à la recherche qualitative ou les groupes de discussion en ligne étaient des clients moins satisfaits ou confrontés à des obstacles aux services. Au total, 85 clients ont participé à la recherche qualitative. Les résultats de la recherche sont de nature qualitative, ce qui signifie qu'ils permettent de procéder à un examen approfondi des questions de recherche et non de produire des résultats statistiquement représentatifs de la population canadienne générale. Les résultats détaillés de la recherche qualitative sont disponibles sous pli séparé.

Lexique



Tout au long du rapport, les résultats des sous-groupes ont été comparés à la moyenne de l'ensemble des clients (c.-à-d. la totalité), et les différences statistiquement significatives par rapport au niveau de confiance de 95 % ont été indiquées à l'aide de cases vertes et rouges.

Une case verte est utilisée lorsque les résultats des sous-groupes sont statistiquement plus élevés que ceux de l'ensemble des clients et une case rouge, lorsqu'ils sont statistiquement plus bas. Le cas échéant, des cases jaunes sont utilisées pour indiquer les facteurs de satisfaction qui figurent parmi les cinq plus importants.

De plus, des flèches sont utilisées pour indiquer si les résultats de 2022-2023 sont statistiquement plus élevés ou plus bas que ceux de 2021-2022.



Statistiquement plus élevé/plus bas que le total



Statistiquement plus élevé/plus bas que la vague précédente



Les cinq principaux facteurs de satisfaction

Les échantillons de petite taille (moins de $n = 40$) sont marqués d'un astérisque (*) tout au long du rapport, puisqu'il convient de faire preuve de prudence dans l'interprétation de ces résultats. Les échantillons de très petite taille (moins de $n = 25$) sont marqués d'un double astérisque (**), mais comme ils sont jugés trop petits, les résultats pour ces mesures n'ont pas été inclus dans le rapport.

Le cas échéant, « - » est utilisé dans les tableaux pour indiquer qu'un attribut ou une déclaration n'a pas été demandé/n'existait pas au cours de l'exercice visé.

Tout au long du présent rapport, les termes « Dans l'ensemble » et « global(e) » sont utilisés pour décrire l'attribut spécifique lié à la satisfaction à l'égard du service reçu de Service Canada dans son ensemble (« satisfaction globale »), ou pour faire référence aux résultats pour l'échantillon total/tous les groupes de clients (« Confiance envers Service Canada : Dans l'ensemble »), là où cela est indiqué.

Sommaire : Satisfaction globale



Le taux de satisfaction à l'égard de l'expérience de service globale a augmenté par rapport à 2021-2022. La satisfaction des clients de l'AE a augmenté par rapport à l'exercice précédent et est restée constante parmi les clients de tous les autres programmes. Cependant, les clients du PPIRPC ont attribué des notes à la baisse pour la deuxième année consécutive. Elles étaient plus basses que celles de 2021-2022. Le taux de satisfaction était plus élevé pour les clients du NAS par rapport à l'ensemble des clients et plus bas pour les clients de l'AE. Cependant, pour les clients du PPIRPC, leur taux de satisfaction a suivi les tendances historiques et il est demeuré le plus bas parmi tous les programmes.

- À plus de huit clients sur dix, la vaste majorité des clients ont été satisfaits de leur expérience globale (83 %) et l'ont trouvée facile (87 %) et efficace (84 %). Trois quarts des clients (75 %) ont convenu qu'ils étaient certains que leurs problèmes seraient résolus facilement. Par rapport à 2021-2022, les notes sur la satisfaction (83 % comparativement à 81 %) et la facilité (87 % comparativement à 85 %) ont augmenté. L'efficacité (84 % comparativement à 82 %) et l'émotion (75 % comparativement à 73 %) se rapprochaient de l'importance statistique.
- Plus de neuf clients du NAS sur dix (94 %) étaient des plus satisfaits de l'expérience de service dans son ensemble. Plus de huit clients du RPC sur dix (85 %) et plus de huit clients de la SV/du SRG sur dix étaient satisfaits (84 %), suivis de près de huit clients de l'AE sur dix (78 %), tandis que près de six clients du PPIRPC sur dix (58 %) étaient satisfaits, un résultat inférieur à celui des autres programmes. La satisfaction a augmenté parmi les clients du NAS par rapport à l'exercice précédent (94 % comparativement à 89 %). La satisfaction est restée stable pour tous les autres programmes, mais les clients du PPIRPC ont attribué des notes nettement plus basses pour la deuxième année consécutive et celles-ci étaient plus basses par rapport aux notes de 2020-2021 (58 % comparativement à 60 % en 2021-2022 et 63 % en 2020-2021).
- De manière plus générale, on a constaté un retour aux taux de satisfaction d'avant la pandémie dans la plupart des programmes, modes de prestation et groupes de clients. Toutefois, certaines tendances à plus long terme s'inversent. Par exemple, la satisfaction globale des clients peu versés en informatique a connu une tendance à la baisse au cours des cinq dernières années (taux de satisfaction de 87 % en 2017-2018 comparativement à 79 % en 2021-2022), bien qu'elle ait rebondi cette année (taux de satisfaction de 84 %).

Sommaire : Confiance



La confiance envers Service Canada pour assurer efficacement la prestation de services a augmenté dans l'ensemble et pour les clients du RPC et de la SV/du SRG par rapport à 2021-2022. Les clients de l'AE et de la SV/du SRG ont également attribué des notes plus élevées en général, mais les clients de l'AE ont aussi attribué des notes plus basses pour la rapidité du service.

- Les clients du NAS étaient plus susceptibles d'exprimer leur confiance envers Service Canada (92 %), d'avoir trouvé le processus simple (93 %) et efficace (93 %) et d'avoir confiance dans la résolution des problèmes (86 %) que l'ensemble des clients. Ils étaient également plus susceptibles de juger la rapidité du service raisonnable (87 %) et de signaler que leur parcours client a duré deux semaines ou moins (73 %); notamment, une proportion plus élevée a déclaré que cela n'avait pris qu'une journée par rapport à 2021-2022 (37 % comparativement à 30 %).
- Les clients du PPIRPC étaient moins susceptibles d'exprimer leur confiance (65 %), d'avoir trouvé le processus simple (54 %) et efficace (56 %) et d'avoir confiance dans la résolution des problèmes (52 %) que l'ensemble des clients. Ils étaient aussi beaucoup moins susceptibles de juger la rapidité du service raisonnable (45 %) et ont continué de déclarer le plus long parcours client de tous les programmes, et de ceux-ci, les clients du PPIRPC étaient beaucoup plus susceptibles de signaler qu'il prenait plus de huit semaines (65 %). Par rapport à 2021-2022, une proportion plus élevée a déclaré que le parcours client avait duré plus de six mois (32 % comparativement à 25 %) et les clients ont attribué des notes plus basses et celles-ci se situent au niveau le plus bas observé.
- Les clients de la SV/du SRG étaient moins susceptibles d'exprimer leur confiance (76 %) que l'ensemble des clients, mais ils ont attribué à la facilité (87 %), l'efficacité (84 %) du processus et la confiance dans la résolution des problèmes (73 %) des notes semblables à celles des autres niveaux. Ils étaient aussi plus susceptibles de juger la rapidité du service raisonnable (81 %) et de déclarer que leur parcours client avait pris plus de huit semaines (34 %) comparativement à l'ensemble des clients, mais la plupart ont signalé qu'il avait pris moins de huit semaines (54 %).
- Les clients de l'AE étaient moins susceptibles d'exprimer leur confiance envers Service Canada (78 %), d'avoir trouvé le processus efficace (79 %) et d'avoir confiance dans la résolution des problèmes (70 %) que l'ensemble des clients. Ils étaient également moins susceptibles de juger la rapidité du service raisonnable (66 %) et de signaler que leur parcours client a duré entre deux à quatre semaines (31 %) ou entre six à huit semaines (9 %).
- En matière de confiance (81 %), de facilité (85 %), d'efficacité (83 %) et de confiance dans la résolution des problèmes (75 %), les clients du RPC ont attribué des notes semblables à celles des autres niveaux. Ils étaient également plus susceptibles de juger la rapidité du service raisonnable (79 %) et de signaler que leur parcours client a duré quatre semaines ou plus (55 %).

Sommaire : Rendement en matière d'attributs de service



Il y a eu un certain nombre de changements positifs pour les attributs du service liés à l'efficacité et à l'émotion d'une année à l'autre, tandis qu'une proportion plus élevée a déclaré avoir été en mesure de remplir la demande dans un délai raisonnable.

- Les clients étaient plus susceptibles de convenir qu'ils savaient quoi faire s'ils avaient un problème ou une question, qu'il était facile d'obtenir de l'aide au besoin, que les représentants de Service Canada assurant le service en personne étaient serviables et qu'ils avaient parcouru une distance raisonnable pour accéder au service.
- Davantage de clients ont convenu qu'ils avaient réussi à remplir leur demande dans un délai raisonnable et qu'il était facile d'obtenir de l'aide concernant leur demande au besoin, par rapport à 2021-2022. Les notes attribuées à la facilité à trouver de l'information sur le programme sur le site Web du gouvernement du Canada étaient constantes d'une année à l'autre.

La serviabilité des employés du mode en personne, le respect reçu tout au long du processus, la confiance dans la sécurité de l'information et l'efficacité générale du processus, notamment de la facilité à remplir le formulaire de demande, sont les attributs de service ayant reçu les notes les plus élevées.

- La grande majorité des clients (plus de neuf sur dix) ont donné des notes élevées pour la serviabilité du personnel de Service Canada du mode en personne (92 %). Bien plus de huit clients sur dix :
 - Se sont sentis respectés tout au long du processus (89 %);
 - Étaient convaincus que leurs renseignements personnels étaient protégés (88 %);
 - Ont trouvé qu'il était facile de présenter une demande (84 %), notamment qu'il était facile de remplir le formulaire de demande (85 %) et de présenter la demande dans un délai raisonnable (84 %);
 - Ont pu franchir sans difficulté toutes les étapes (84 %).

Les attributs de service ayant obtenu les notes les plus basses étaient la facilité à effectuer un suivi, la facilité à décider du meilleur âge pour commencer à toucher sa pension, la facilité à obtenir de l'aide concernant la demande au besoin et la facilité à déterminer l'admissibilité au programme.

- Six clients sur dix ont attribué des notes élevées à la facilité d'effectuer un suivi de leur demande (60 %) et à la facilité de décider du meilleur âge pour commencer à toucher leur pension (62 %). Près de sept clients sur dix ont attribué des notes élevées à la facilité d'obtenir de l'aide pour présenter une demande au besoin (68 %) et un peu plus de sept sur dix à la facilité de déterminer leur admissibilité au programme (73 %).

Le respect et la serviabilité du personnel de Service Canada du mode en personne tout au long du processus et la protection des renseignements personnels ont continué de recevoir une note élevée dans tous les programmes. Cependant, la facilité à effectuer un suivi et la facilité à obtenir de l'aide concernant la demande, au besoin, ont généralement reçu une note faible.

Sommaire : Rendement en matière d'attributs de service, par programme (1/3)



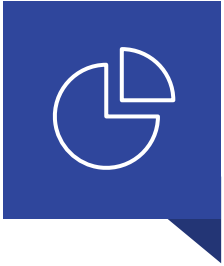
Les clients du NAS ont continué à attribuer les notes les plus élevées pour presque tous les attributs du service, à l'exception de la capacité de remplir la demande dans un délai raisonnable, de la serviabilité des représentants de 1 800-O-Canada et du caractère raisonnable de la distance parcourue pour accéder au service, où les notes étaient en phase avec celles de l'ensemble des clients.

- Plus de huit clients sur dix du NAS, soit la vaste majorité, ont attribué des notes élevées pour tous les attributs de service, notamment pour la facilité de présenter une demande, les aspects de l'efficacité et de l'émotion du processus, la serviabilité du personnel de Service Canada du mode en personne et celui des centres d'appels spécialisés, et ont déclaré s'être sentis respectés tout au long du processus.

Les clients de l'AE, du RPC et de la SV/du SRG ont attribué des notes généralement élevées pour plusieurs attributs de service. Cependant, les notes étaient plus basses pour plusieurs aspects de l'efficacité du processus par rapport à l'ensemble des clients et, dans une moindre mesure, pour la facilité et l'émotion. Les clients de l'AE ont également attribué des notes plus basses à la facilité de presque tous les éléments du processus de demande en particulier.

- Les clients de l'AE étaient moins susceptibles d'attribuer des notes élevées à tous les aspects de la facilité du processus de demande et à la plupart des attributs du service liés à l'efficacité. Ils étaient également moins susceptibles de convenir qu'il était facile de déterminer l'admissibilité, qu'on leur a clairement indiqué quelles seraient les étapes suivantes et quel serait l'échéancier, qu'ils n'avaient besoin d'expliquer leur situation qu'une seule fois, que les représentants du mode en personne ont été serviables et qu'ils avaient la certitude que tout problème serait facilement résolu. Les clients de l'AE ont attribué des notes plus élevées pour le fait que le processus était facilité par la possibilité d'effectuer toutes les étapes en ligne.
- Les clients de la SV/du SRG étaient moins susceptibles de bien comprendre l'information à propos du programme, de convenir qu'il est facile de trouver les renseignements nécessaires pour présenter une demande et d'obtenir de l'aide pour cette dernière au besoin. Ils étaient également moins susceptibles d'attribuer des notes élevées sur la facilité d'obtenir de l'aide en général, le fait que le processus était facilité par la possibilité de faire des étapes en ligne, la clarté du processus de résolution des problèmes, le fait qu'ils ont reçu des services d'une manière qui les a protégés pendant la pandémie, la facilité d'accès au service dans une langue qu'ils comprenaient bien, la certitude que leurs renseignements personnels étaient protégés et qu'ils se sont sentis respectés tout au long du processus.
- Les clients du RPC étaient moins susceptibles de penser : avoir trouvé de l'aide facilement au besoin, avoir trouvé que le processus était facilité par la possibilité de faire des étapes en ligne, avoir le sentiment qu'on leur a clairement indiqué les étapes suivantes et l'échéancier, avoir le sentiment que la prestation de services a été assurée de manière à protéger leur santé pendant la pandémie, qu'ils savaient quoi faire s'ils avaient un problème ou une question, qu'il était facile d'obtenir de l'aide de façon générale, que les représentants de Service Canada du mode en personne ou de eServiceCanada étaient serviables, qu'ils avaient parcouru une distance raisonnable pour accéder au service et qu'ils avaient le sentiment que leurs renseignements personnels étaient protégés. Les clients du RPC étaient plus susceptibles de penser qu'il était facile de déterminer leur admissibilité et de faire le suivi de leur demande et que le délai de service était raisonnable.

Sommaire : Rendement en matière d'attributs de service, par programme (2/3)



Conformément aux tendances historiques, les clients du PPIRPC ont continué à éprouver le plus de difficultés au cours du processus de demande et ont attribué des notes plus basses à presque tous les attributs du service.

- Les attributs de service ayant obtenu les notes les plus basses étaient la facilité de déterminer l'admissibilité, la facilité de réunir les renseignements requis pour la demande, la facilité d'obtenir de l'aide pour présenter une demande au besoin, la rapidité du service et l'indication claire des étapes suivantes et de l'échéancier.
- L'expérience de service du PPIRPC a été jugée la plus élevée pour ce qui était de la serviabilité du personnel de Service Canada du mode en personne, et du personnel des centres d'appels spécialisés et de la confiance dans la protection des renseignements personnels.

Le taux de satisfaction des clients de la SV/du SRG était constant chez les clients inscrits automatiquement et les clients non inscrits automatiquement. Les clients non inscrits automatiquement étaient plus satisfaits, inversant une grande partie des baisses observées l'exercice précédent, et ont attribué des notes plus élevées pour la facilité des aspects de la demande et la rapidité globale du service.

- Le taux de satisfaction globale des clients inscrits automatiquement et non inscrits automatiquement était comparable à celui de l'ensemble des clients. Par rapport à 2021-2022, le taux de satisfaction a augmenté chez les clients non inscrits automatiquement et est revenu au niveau observé en 2019-2020.
- Les clients non inscrits automatiquement ont attribué des notes plus basses pour le service en ligne comparativement à l'ensemble des clients.
- Par rapport à l'ensemble des clients, ceux inscrits automatiquement et non inscrits automatiquement ont attribué des notes plus basses pour la facilité à obtenir de l'aide au besoin et la certitude que leurs renseignements personnels étaient protégés, et des notes plus élevées pour la rapidité du service.
 - Les clients non inscrits automatiquement ont aussi attribué des notes plus basses pour le respect reçu tout au long du processus, la possibilité de faire des étapes en ligne pour faciliter le processus et la possibilité d'obtenir de l'aide concernant la demande. Les clients non inscrits automatiquement ont aussi attribué des notes plus élevées pour la clarté du processus de résolution.
 - Les clients inscrits automatiquement ont aussi attribué des notes plus basses pour la clarté du processus de résolution et la façon dont ils ont été protégés pendant la pandémie de COVID-19.
 - Par rapport à 2021-2022, les clients non inscrits automatiquement ont attribué des notes plus élevées pour la facilité à obtenir de l'aide, la clarté du processus de résolution des problèmes, la rapidité du service, la possibilité de faire des étapes en ligne pour faciliter le processus, la facilité de remplir le formulaire et d'obtenir de l'aide pour la demande, et la facilité générale à remplir une demande.

Sommaire : Rendement en matière d'attributs de service, par programme

(3/3)



Les résultats étaient largement cohérents parmi les clients du NAS et ceux du NAS électronique, bien que les clients du NAS aient été plus susceptibles d'être très satisfaits que les clients du NAS électronique et par rapport aux résultats de ce groupe en 2021-2022. Comme on a pu le constater avec les résultats du programme, les deux groupes de clients étaient globalement plus satisfaits de leur expérience que l'ensemble des clients.

- La satisfaction globale était constante chez les clients du NAS et ceux du NAS électronique, même si une proportion plus élevée de clients du NAS ont attribué une note de 5 sur 5. Comme pour les résultats globaux pour le programme, le taux de satisfaction globale était plus élevé pour les clients du NAS et ceux du NAS électronique que pour l'ensemble des clients.
- Les résultats étaient plus élevés dans les deux groupes par rapport à 2021-2022, et notamment une proportion plus élevée de clients du NAS ont attribué une note de 5 sur 5 par rapport à l'exercice précédent.
- Les clients du NAS ont attribué des notes plus élevées pour la qualité du service en personne, en ligne et des centres d'appels spécialisés, tandis que les clients du NAS électronique ont attribué des notes plus élevées pour le service en ligne. Les résultats sont conformes à ceux de 2021-2022.
- Les clients du NAS et du NAS électronique ont attribué des notes plus élevées à plusieurs attributs de service que l'ensemble des clients.
 - Les écarts étaient systématiquement plus importants parmi les clients du NAS, les écarts les plus importants étant liés à la facilité d'obtenir de l'aide en général et pour la demande, à la serviabilité des représentants des centres d'appels spécialisés et à la rapidité du service.
 - Les écarts les plus importants pour les clients du NAS électronique étaient la facilité à comprendre les renseignements sur le programme, la facilité à obtenir de l'aide concernant la demande, la facilité à déterminer l'admissibilité et la rapidité du service.
- Par rapport à 2021-2022, les notes ont augmenté chez les clients du NAS pour la facilité à obtenir de l'aide et à recevoir de l'information cohérente, tandis que les clients du NAS électronique ont fourni des notes plus élevées pour la facilité à obtenir de l'aide en vue de remplir la demande.

Sommaire : Évolution de l'expérience de service, par programme



Les clients du NAS étaient plus satisfaits de certains aspects du service, comme la rapidité du service, la facilité générale à remplir la demande, la serviabilité des représentants de Service Canada assurant le service en personne et la distance à parcourir pour accéder au service par rapport à 2021-2022.

- Par rapport à 2021-2022, les clients du NAS ont attribué des notes plus élevées pour la facilité globale à présenter une demande (93 % comparativement à 90 %), la rapidité du service (87 % comparativement à 82 %), la facilité à obtenir de l'aide en général (88 % comparativement à 84 %) et à remplir la demande en particulier (83 % comparativement à 78 %), la serviabilité des représentants du service en personne de Service Canada (96 % comparativement à 92 %) et le fait qu'ils ont parcouru une distance raisonnable pour accéder au service (79 % comparativement à 73 %). Les clients du NAS ont attribué des notes plus basses pour l'idée que la prestation de service a été faite de façon à les protéger pendant la pandémie (85 % comparativement à 90 %).

Les clients de la SV/du SRG étaient plus satisfaits de la facilité générale de présenter une demande et de la facilité avec laquelle il était possible d'obtenir de l'aide et à remplir le formulaire.

- Comparativement à 2021-2022, les clients de la SV/du SRG ont obtenu des notes plus élevées pour la facilité globale à présenter une demande (87 % comparativement à 80 %), la facilité d'obtenir de l'aide en général (64 % comparativement à 57 %) et pour la demande en particulier (62 % comparativement à 54 %) et la facilité à remplir le formulaire de demande (83 % comparativement à 73 %).

Les clients du RPC ont attribué des notes semblables pour la plupart des aspects du service et étaient plus satisfaits de la facilité à effectuer un suivi.

- Comparativement à 2021-2022, les clients du RPC ont attribué des notes plus élevées pour la facilité à effectuer un suivi de leur demande (73 % comparativement à 64 %). Les clients du RPC ont attribué des notes plus basses pour l'idée que la prestation de service s'était faite de façon à les protéger pendant la pandémie (77 % comparativement à 84 %) et la serviabilité des employés de eServiceCanada (63 % comparativement à 84 %).

Les notes attribuées aux clients de l'AE étaient en grande partie constantes d'une année à l'autre.

- Comparativement à 2021-2022, les clients de l'AE ont attribué des notes plus élevées pour le fait que le processus était facilité par la possibilité d'effectuer toutes les étapes en ligne (89 % comparativement à 86 %) et qu'il était facile d'obtenir de l'aide au besoin (70 % comparativement à 63 %) et des notes plus basses pour l'idée que la prestation de services était réalisée de façon à les protéger pendant la pandémie (81 % comparativement à 88 %).

Les clients du PPIRPC ont attribué des notes semblables à presque tous les attributs de service.

- Comparativement à 2021-2022, les clients du PPIRPC ont attribué des notes plus basses pour l'idée que la prestation de service s'était faite de façon à les protéger pendant la pandémie (75 % comparativement à 81 %).

Sommaire : Facteurs de satisfaction les plus importants



Les facteurs de satisfaction les plus importants sont les aspects du service qui ont le plus fortement influencé l'impression générale des clients à l'égard de leur expérience. Le facteur de satisfaction le plus important était toujours le caractère raisonnable de la durée du processus, du début à la fin. Les principaux facteurs secondaires comprenaient la serviabilité des représentants en personne de Service Canada, la réception d'information cohérente, la confiance dans la résolution des problèmes, la facilité à comprendre les exigences et à obtenir de l'aide concernant la demande.

D'une année à l'autre, le rendement s'est amélioré en ce qui concerne la serviabilité des représentants de Service Canada assurant le service en personne et la facilité à obtenir de l'aide concernant la demande au besoin.

- La meilleure façon d'améliorer l'expérience de service pour la clientèle de Service Canada dans son ensemble serait de continuer d'augmenter la rapidité du service. Les domaines d'importance secondaire à améliorer comprennent la facilité à obtenir de l'aide pour sa demande et, dans une moindre mesure, la confiance dans le processus de résolution des problèmes.
- Le facteur le plus important est resté le même cette année, tandis que recevoir de l'information cohérente, la facilité à comprendre les exigences de la demande, la facilité à obtenir de l'aide pour sa demande au besoin et la facilité à remplir le formulaire de demande ont revêtu une importance accrue en tant que facteurs de satisfaction. La serviabilité des représentants des centres d'appels n'a pas eu autant d'incidence que l'exercice précédent.
- Les notes relatives à la rapidité du service et à la durée déclarée du parcours client étaient conformes à celles de l'exercice précédent, les trois quarts (75 %) des clients ont trouvé que le temps pour remplir la demande était raisonnable et près des deux tiers (63 %) ont déclaré que leur parcours client avait pris quatre semaines ou moins.

Sommaire : Facteurs de satisfaction, par programme



Les aspects du service qui avaient le plus d'incidence sur la satisfaction continuent de différer sensiblement en fonction du programme. La rapidité du service est demeurée le facteur clé le plus courant pour tous les programmes, à l'exception de la SV/du SRG, tandis que la facilité à effectuer un suivi était le principal facteur pour le RPC et la SV/le SRG. La serviabilité des représentants des centres d'appels figurait également parmi les principaux facteurs de satisfaction des clients du RPC et du PPIRPC. La serviabilité des représentants du mode en personne était un facteur déterminant pour les clients du NAS.

- Les domaines actuels au rendement élevé et corrélés à la satisfaction comprennent la serviabilité des représentants assurant le service en personne pour les clients du NAS et de l'AE, la rapidité du service pour les clients du NAS et de la SV/du SRG et la serviabilité des représentants du centre d'appels de Service Canada pour les clients du RPC et de l'AE. Le rendement dans ces domaines devrait être protégé afin de conserver le taux de satisfaction actuel, étant donné leur incidence plus positive sur l'expérience globale du client.
- Les plus grandes possibilités d'amélioration du service dans tous les programmes où des domaines fortement corrélés à la satisfaction affichaient un rendement inférieur à d'autres domaines diffèrent considérablement selon le programme.
 - Pour l'ensemble des programmes sauf le NAS et la SV/le SRG, il sera important d'améliorer la rapidité du service.
 - Pour les clients du RPC et de la SV/du SRG, il sera important d'améliorer la facilité à effectuer un suivi et la facilité à déterminer les renseignements requis pour présenter une demande.
 - Pour les clients du RPC, il sera important d'améliorer la facilité à se renseigner sur le programme.
 - Pour les clients de la SV/du SRG, il sera également important d'améliorer la facilité à déterminer les étapes à suivre pour présenter une demande et à trouver de l'information sur le programme et de parcourir une distance raisonnable pour accéder au service.
 - Pour les clients de l'AE, de la SV/du SRG et du PPIRPC, il sera important d'améliorer la facilité à obtenir de l'aide concernant la demande.
 - Pour les clients de l'AE, il sera important d'améliorer la cohérence de l'information reçue.
 - Pour les clients du PPIRPC, il sera également important d'améliorer la capacité à franchir sans difficulté toutes les étapes, la facilité à réunir les renseignements requis pour présenter une demande et la facilité à effectuer un suivi.

Sommaire : Changement dans l'utilisation des modes de prestation



Les modes de prestation utilisés, en particulier les modes en personne et en ligne, ne sont pas revenus aux niveaux d'avant la pandémie, ce qui indique peut-être les répercussions à plus long terme des changements à la transformation des services et de l'évolution des préférences en matière de modes de prestation de services. Dans l'ensemble, en 2022-2023, les clients ont utilisé le mode de prestation en personne plus fréquemment, mais son utilisation reste loin des niveaux observés avant la pandémie. Pour la deuxième année consécutive, les clients étaient plus susceptibles d'utiliser le service en personne tout au long du parcours client et moins susceptibles d'utiliser le libre-service seulement. Cette année, l'utilisation du service en personne, bien qu'elle soit toujours considérablement plus basse qu'en 2019-2020 ou avant, a été plus élevée que celle du libre-service uniquement.

- La plus grande partie des clients (presque quatre sur dix) ont utilisé le service en personne (39 %) à une étape ou une autre, suivi par ceux qui ont utilisé uniquement le libre-service en ligne (25 %), tandis qu'un peu moins de deux clients sur dix ont utilisé le libre-service assisté (17 %). Six pour cent (6 %) des clients ont utilisé le service sans contact de personne à personne, tandis que 4 % ont été inscrits automatiquement et 1 % ont utilisé la poste uniquement.
- Les clients étaient plus susceptibles d'utiliser le service en personne aux étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande comparativement à 2021-2022. Les clients étaient également plus susceptibles de recourir au libre-service assisté à l'étape de la prise de renseignements et moins susceptibles d'utiliser le libre-service uniquement à l'étape de la présentation d'une demande.
 - Les **clients de l'AE** étaient plus susceptibles de recourir au service en personne ou au libre-service assisté aux étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande et moins susceptibles d'utiliser le libre-service uniquement à l'étape de la présentation d'une demande.
 - Les **clients du NAS** étaient plus susceptibles d'utiliser le service en personne ou la poste aux étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande et moins susceptibles d'utiliser le libre-service seulement ou le libre-service assisté. Les niveaux de service à l'étape du suivi sont demeurés constants avec ceux de l'exercice précédent.
 - Les **clients du PPIRPC** étaient plus susceptibles de recourir au service en personne à l'étape de la présentation d'une demande et moins susceptibles d'utiliser la poste uniquement. Ils étaient également plus susceptibles d'utiliser le libre-service uniquement à l'étape du suivi.
 - Les **clients de la SV/du SRG** étaient moins susceptibles d'être inscrits automatiquement, ce qui signifie que davantage de clients de la SV/du SRG participaient à l'étape de la prise de renseignements ou à l'étape de la présentation de la demande. Les **clients de la SV/du SRG** étaient plus susceptibles de recourir à la poste uniquement à l'étape de la présentation d'une demande, alors que les niveaux de service sont demeurés constants aux étapes de la prise de renseignements et du suivi.
 - Les niveaux de service pour les **clients du RPC** sont demeurés constants pour toutes les étapes du parcours.

Sommaire : Utilisation des modes de prestation, par étape



L'utilisation des modes de prestation est demeurée constante pour toutes les étapes du parcours client et le service en ligne a continué d'être le mode de prestation le plus communément utilisé aux étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande, alors que ce fut le téléphone à l'étape du suivi. L'utilisation du mode de prestation en personne a augmenté aux étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande, mais est restée beaucoup plus basse qu'en 2019-2020 ou avant, tandis qu'une proportion plus élevée a utilisé le mode de prestation téléphonique à l'étape de la présentation d'une demande et moins le mode de prestation en ligne à l'étape de la présentation d'une demande.

- **À l'étape de la prise de renseignements**, les clients étaient plus susceptibles d'avoir recours au service en ligne du gouvernement (74 %), au service en personne (30 %), au téléphone (18 %), à la poste (15 %) ou à eServiceCanada (5 %). L'utilisation du service en personne a augmenté par rapport à l'exercice précédent.
- **À l'étape de la présentation d'une demande**, les clients étaient plus susceptibles d'avoir recours au service en ligne (67 %), au service en personne (31 %), au téléphone (17 %), à la poste (13 %) ou à eServiceCanada (4 %). L'utilisation du service en personne a augmenté par rapport à l'exercice précédent, tandis que l'utilisation du mode de prestation en ligne a connu une baisse.
- **Parmi les clients qui ont effectué un suivi**, le téléphone (71 %) demeure le mode de prestation le plus utilisé, suivi par le service en ligne (57 %). Deux clients sur dix ont utilisé le service en personne (20 %) ou eServiceCanada (19 %) et un client sur dix a effectué un suivi par la poste (11 %). L'utilisation des modes de prestation est comparable à celle de l'exercice précédent.

Les clients étaient plus susceptibles de reconnaître que la possibilité d'effectuer les étapes en ligne facilitait le processus comparativement à l'année précédente. Des progrès ont été réalisés parmi les clients de tous les programmes, mais les clients du PPIRPC en particulier et, dans une moindre mesure, les clients du RPC et de la SV/du SRG ont continué à éprouver davantage de difficultés avec les services numériques.

- Plus de huit clients sur dix (84 %) ont reconnu que la possibilité d'effectuer les étapes en ligne facilitait le processus, soit un taux plus élevé qu'en 2021-2022 (82 %).
- Les clients de l'AE étaient plus susceptibles de convenir que la possibilité de faire des étapes en ligne a facilité le processus comparativement à l'ensemble des clients, tandis que les clients du RPC, de la SV/du SRG et du PPIRPC l'étaient moins.
- Par rapport à 2021-2022, les notes ont augmenté dans l'ensemble et parmi les clients de tous les programmes.

Une proportion plus élevée de clients ont effectué un suivi avant de recevoir une décision cette année et ont estimé qu'il était facile de le faire. La raison la plus commune pour laquelle les clients ont effectué un suivi était de vérifier l'état de leur demande ou de leur paiement, puis de fournir des renseignements supplémentaires.

- Les clients de l'AE et du PPIRPC étaient plus susceptibles de faire un suivi que l'ensemble des clients, tandis que les clients du RPC, de la SV/du SRG et du NAS l'étaient moins. Comparativement à 2021-2022, les clients de l'AE étaient plus susceptibles d'avoir effectué un suivi pour fournir des renseignements supplémentaires, tandis que les clients de la SV/du SRG étaient plus susceptibles d'avoir effectué un suivi pour vérifier l'état de leur demande/paiement.
- Parmi ceux qui ont effectué un suivi, six sur dix (60 %) ont trouvé qu'il était facile de le faire, une proportion plus élevée dans l'ensemble et parmi les clients du RPC qu'à l'exercice précédent. Les clients du PPIRPC étaient moins susceptibles de convenir qu'il était facile de faire un suivi que l'ensemble des clients, tandis que les clients du NAS et du RPC l'étaient plus.

Sommaire : Nombre de modes de prestation et utilisation de plusieurs modes



Plus le nombre de modes de prestation utilisés par un client au cours de l'expérience de service est élevé, plus sa satisfaction à l'égard de l'expérience globale est basse. Ceux qui utilisaient trois modes de prestation ou plus étaient moins satisfaits, tandis que ceux qui utilisaient un seul mode de prestation étaient plus satisfaits.

- Dans l'ensemble, un peu moins de quatre clients sur dix ont utilisé un seul mode de prestation pendant leur parcours client (38 %), un tiers (33 %) en ont utilisé deux, un peu moins de deux sur dix (16 %) en ont utilisé trois et 7 % en ont utilisé au moins quatre. Les clients du NAS étaient plus susceptibles de n'avoir utilisé qu'un seul mode de prestation, les clients de la SV/du SRG de n'en avoir utilisé aucun, tandis que les clients de l'AE étaient plus susceptibles d'en utiliser trois et les clients du PPIRPC, d'en utiliser trois ou plus.
- Par rapport à 2021-2022, les clients de l'AE et du NAS étaient moins susceptibles d'avoir utilisé un seul mode de prestation, tandis que les clients de l'AE étaient plus susceptibles d'en utiliser trois et les clients du NAS d'en utiliser deux. Les clients de la SV/du SRG étaient moins susceptibles de n'avoir utilisé aucun mode de prestation (en raison d'une proportion plus élevée de clients non inscrits automatiquement cette année).
- Les clients qui ont utilisé trois modes de prestation ou plus sont moins satisfaits de leur expérience que l'ensemble des clients, tandis que ceux qui ont utilisé un seul mode témoignent d'une satisfaction plus élevée. Par rapport à 2021-2022, la satisfaction a augmenté parmi les clients qui ont utilisé deux modes de prestation.

La plupart des clients ont continué de n'utiliser qu'un seul mode de prestation aux étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande, tandis que les clients qui ont effectué un suivi avant de recevoir une décision ont continué à en utiliser plus d'un. Le mode de prestation en ligne est demeuré le premier point de contact privilégié de la plupart des clients, tant pour la prise de renseignements que pour la présentation d'une demande, tandis que le téléphone a été un peu plus utilisé pour le suivi. Le recours au mode de prestation en personne comme premier point de contact pour les étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande a augmenté, tandis qu'il est moins utilisé en ligne à l'étape de la présentation d'une demande.

- Les clients qui utilisaient initialement le téléphone pour les étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande ont continué d'être plus susceptibles d'utiliser un deuxième mode de prestation que ceux qui avaient d'abord utilisé le mode de prestation en ligne ou en personne. Le mode de prestation en ligne était le deuxième mode de prestation le plus courant parmi ceux qui ont commencé par le mode de prestation téléphonique à toutes les étapes et ceux qui ont utilisé le mode de prestation en personne à l'étape de la prise de renseignements. Parmi ceux qui ont d'abord utilisé le mode de prestation en ligne, les clients étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le téléphone comme deuxième mode à l'étape du suivi et de la présentation d'une demande.
- Par rapport à 2021-2022, l'utilisation du service en personne comme premier point de contact a augmenté aux étapes de la prise de renseignements et de la présentation d'une demande, alors que l'utilisation du service en ligne a diminué à l'étape de la présentation d'une demande.
 - Parmi ceux qui ont d'abord utilisé le mode en ligne à l'étape de la prise de renseignements, les clients étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le téléphone et le service en personne comme deuxième mode, tandis que ceux qui ont d'abord utilisé le mode de prestation en ligne à l'étape de la présentation d'une demande étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le téléphone comme deuxième mode.
 - Parmi ceux qui ont d'abord utilisé le mode en personne à l'étape du suivi, les clients étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le service en ligne comme deuxième mode.
 - Parmi ceux qui ont d'abord utilisé le téléphone à l'étape de la prise de renseignements, les clients étaient plus susceptibles d'utiliser le service en ligne comme deuxième mode et moins susceptibles d'utiliser le mode de prestation en personne. L'utilisation des services en ligne a aussi augmenté comme deuxième mode à l'étape de la présentation d'une demande.

Sommaire : Évaluation des modes de prestation des services (1/2)



Le taux de satisfaction pour la qualité du service par mode est demeuré le même cette année et était à son niveau le plus élevé pour l'expérience en personne et à son plus bas pour les modes de prestation téléphonique et eServiceCanada. Les notes ont augmenté pour les centres d'appels spécialisés, tandis que la satisfaction à l'égard de eServiceCanada a diminué, poursuivant la tendance à la baisse observée l'exercice précédent.

- Le taux de satisfaction à l'égard du service en personne est demeuré le plus élevé (83 %), suivi des services en ligne (75 %), de MDSC (73 %), des centres d'appels spécialisés (72 %), de eServiceCanada (72 %) et de la ligne 1 800 O-Canada (70 %). Par rapport à 2021-2022, le taux de satisfaction a augmenté pour les centres d'appels spécialisés et la ligne 1 800 O-Canada. La satisfaction à l'égard de tous les autres modes de prestation de service est restée constante, mais les notes attribuées à eServiceCanada ont diminué pour la deuxième année consécutive et étaient statistiquement plus basses que celles de 2020-2021.
- Parmi les clients qui ont eu recours aux services en personne, la grande majorité estimait que les représentants de Service Canada étaient serviables (92 %) et qu'il était facile d'obtenir de l'aide au besoin (84 %). Les notes ont augmenté dans les deux mesures par rapport à 2021-2022.
- Parmi les clients qui ont utilisé eServiceCanada, une proportion plus élevée a évalué leur satisfaction à 1 sur 5 cette année et les notes concernant la facilité et l'efficacité du processus et la facilité à trouver de l'information sur le programme, bien que relativement bonnes, étaient plus basses à celles de l'ensemble des clients.

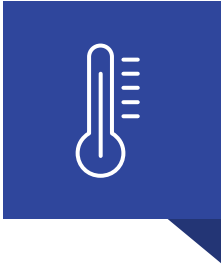
Les clients du PPIRPC ont noté leur niveau de satisfaction à l'égard du mode en personne, du centre d'appels spécialisé et du service en ligne à un niveau plus bas que celui de l'ensemble des clients, des clients de l'AE pour le mode de prestation en personne, et des clients de la SV/du SRG pour le service en ligne et MDSC. Les clients du NAS ont attribué des notes plus élevées pour le service en personne et le service en ligne.

- Par rapport à 2021-2022, les clients de l'AE ont attribué des notes plus élevées pour leur satisfaction à l'égard des centres d'appels spécialisés, les clients du PPIRPC des notes plus élevées à eServiceCanada et les clients du NAS pour le service en personne.

La grande majorité des clients du libre-service ont continué de trouver le processus de demande en ligne facile et des améliorations ont été apportées pour la facilité à obtenir de l'aide au besoin.

- De huit à neuf clients sur dix ayant recours au mode libre-service ont trouvé qu'il était facile de comprendre les exigences de la demande (85 %), de réunir les renseignements requis (82 %) et de remplir la demande dans un délai raisonnable (87 %). Près de six clients sur dix ont trouvé qu'il était facile d'obtenir de l'aide pour leur demande au besoin (61 %) et les notes se sont améliorées parmi les clients en libre-service dans l'ensemble par rapport à l'exercice précédent (56 %). Les résultats étaient constants parmi les clients de l'AE et de RPC-retraite.

Sommaire : Évaluation des modes de prestation des services (2/2)



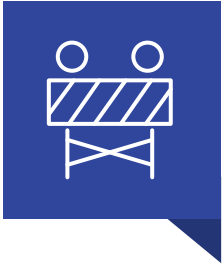
La grande majorité des clients de l'AE et du RPC et la moitié des clients du PPIRPC et de la SV/du SRG ont utilisé MDSC à un moment donné au cours de leur expérience de service. Le recours à MDSC a augmenté parmi les clients du PPIRPC et de la SV/du SRG, mais l'inscription a continué de poser davantage de difficultés aux clients des deux programmes. La facilité d'inscription a rebondi parmi les clients de l'AE après avoir connu une baisse l'exercice précédent, tandis que les clients du RPC ont trouvé plus facile de se connecter.

- Les trois quarts des clients du RPC (74 %), sept clients de l'AE sur dix (70 %) et la moitié des clients du PPIRPC (48 %) et de la SV/du SRG (50 %) ont utilisé MDSC au cours de leur expérience. Par rapport à 2021-2022, une proportion plus élevée de clients du PPIRPC (48 % comparativement à 41 %) et de la SV/du SRG (50 % comparativement à 43 %) ont utilisé MDSC.
- Presque les trois quarts (73 %) des clients qui ont utilisé MDSC étaient satisfaits de la qualité globale du service qu'ils ont reçu. Les clients de la SV/du SRG étaient moins susceptibles d'être satisfaits du service reçu au moyen de MDSC (59 %) et la satisfaction était également plus basse parmi les clients sans appareil (53 %), ceux qui sont peu versés en informatique (52 %), ceux se heurtant à une barrière linguistique (41 %) et non anglophones ou francophones (37 %).
- Six clients sur dix (59 %) inscrits à MDSC pour la première fois ont trouvé le processus facile, un taux qui a augmenté par rapport à 2020-2021 (51 %), en raison des notes plus élevées attribuées par les clients de l'AE. Les deux tiers (66 %) conviennent que le processus d'inscription a pris un délai raisonnable, ce qui est semblable à 2021-2022. Les clients du PPIRPC et de la SV/du SRG étaient moins susceptibles de penser qu'il leur était facile de s'inscrire à MDSC dans un délai raisonnable.
 - Parmi ceux qui ont eu du mal à s'inscrire, les raisons les plus courantes concernaient des problèmes à utiliser leur code d'accès personnel ou de créer leur profil, suivi des problèmes à vérifier leur identité au moyen des données bancaires en ligne.
- Un peu plus de sept clients sur dix (72 %) ayant déjà un compte MDSC ont trouvé qu'il était facile de s'y connecter. Les clients du RPC étaient plus susceptibles que l'ensemble des clients de convenir qu'il était facile de se connecter, et les notes ont augmenté par rapport à 2021-2022.
 - Les raisons principales invoquées par les clients ayant eu de la difficulté à se connecter étaient les problèmes avec leur code de sécurité, suivi de l'oubli de leur nom d'utilisateur ou de leur mot de passe, le verrouillage de leur compte ou l'indisponibilité du site MDSC.

L'utilisation de la ligne 1 800 O-Canada à l'étape de la prise de renseignements est restée limitée et, à égalité avec les années passées, était généralement constante parmi la plupart des groupes de clients. La satisfaction à l'égard de la qualité du service s'est améliorée cette année et les notes étaient nettement plus élevées parmi certains groupes de clients.

- Dans l'ensemble, 6 % des clients ont utilisé la ligne 1 800 O-Canada à l'étape de la prise de renseignements pour s'informer sur le programme pour lequel il présentait une demande. Ce résultat est cohérent avec celui de 2021-2022. L'utilisation à l'étape de la prise de renseignements était plus élevée chez les clients qui possédaient un diplôme d'études secondaires ou moins, les clients autochtones, ceux qui sont peu versés en informatique et ceux qui ont des limitations.
- Sept clients sur dix (70 %) étaient satisfaits de la qualité du service 1 800 O-Canada, un nombre plus élevé que celui de 2021-2022 (59 %). La satisfaction était plus élevée chez les clients en région éloignée, les nouveaux arrivants et les clients racisés que chez tous les clients qui ont utilisé la ligne 1 800 O-Canada et plus basse chez ceux se heurtant à une barrière linguistique ou les clients ayant des limitations. Par rapport à 2021-2022, la satisfaction a augmenté parmi les clients autochtones, ceux qui vivent en milieu urbain, les clients ayant des limitations et les clients racisés.

Sommaire : Obstacles à l'accès aux services



Les clients ayant des limitations présentaient un niveau de satisfaction global plus bas que celui des clients sans limitations. Ces groupes de clients ont indiqué plus d'insatisfaction quant à la facilité à trouver des renseignements à propos du programme dans un délai raisonnable et à la facilité à déterminer les étapes à suivre pour présenter une demande.

- **Les clients qui ont des limitations d'accès au service** (41 % des clients) étaient moins satisfaits des services offerts en personne, en ligne, par l'entremise des centres d'appels spécialisés et de la ligne 1 800 O-Canada. Il existait aussi beaucoup d'écart importants concernant les attributs de service entre les clients ayant des limitations et l'ensemble des clients. Les écarts les plus importants concernaient la capacité de trouver les renseignements requis dans un délai raisonnable, la détermination des renseignements nécessaires pour présenter une demande, la facilité à remplir le formulaire de demande, la facilité à comprendre les exigences de la demande, la facilité à comprendre l'information sur le programme et la facilité à déterminer son admissibilité.
- Les limitations d'accès au service étaient plus fréquentes parmi plusieurs groupes de clients, en particulier les clients n'ayant pas d'appareil, ceux qui sont peu versés en informatique, les clients possédant seulement un appareil mobile et les clients en situation de handicap.
- Par rapport à 2021-2022, les notes ont augmenté pour un certain nombre de mesures, notamment la facilité de remplir le formulaire de demande, la facilité à déterminer les étapes à suivre pour présenter une demande, le fait de recevoir de l'information cohérente, la capacité de remplir la demande dans un délai raisonnable, le fait de savoir clairement quoi faire en cas de problème, la clarté du processus, la certitude que les problèmes peuvent être résolus, la possibilité d'obtenir facilement de l'aide au besoin, la possibilité d'obtenir de l'aide pour la demande en particulier, le fait d'être confiant que ses renseignements personnels sont protégés et la facilité d'accès au service dans une langue que les clients comprenaient et parlaient bien.
- **Les clients qui s'identifient comme ayant un handicap** (10 % de la population de l'échantillon) ont attribué des notes plus basses pour le service fourni en personne, en ligne et par l'entremise des centres d'appels spécialisés. Il existait aussi beaucoup d'écart importants concernant les attributs de service entre les clients en situation de handicap et l'ensemble des clients. Les lacunes les plus importantes concernaient la facilité à réunir les renseignements requis pour présenter une demande, être en mesure de franchir sans difficulté toutes les étapes, la facilité à trouver de l'information sur le programme, le besoin d'expliquer sa situation une seule fois et la certitude que tout problème serait facilement résolu.
- Par rapport à 2021-2022, les notes ont augmenté dans plusieurs mesures, notamment la facilité à déterminer son admissibilité, la facilité générale à remplir une demande, la possibilité de faire des étapes en ligne pour faciliter le processus, la facilité d'obtenir de l'aide au besoin, le fait de savoir clairement quoi faire en cas de problème, la facilité à trouver les renseignements requis pour la demande et la facilité à déterminer les étapes à suivre pour présenter une demande.

Sommaire : Groupes de clients



La satisfaction est restée élevée parmi la plupart des groupes de clients et les taux de satisfaction globale ont augmenté chez de nombreux groupes d'année en année.

- La grande majorité des clients de presque tous les groupes de clients continuent d'être très satisfaits de leur expérience de service. Notamment, le niveau de satisfaction chez les jeunes, les aînés, les nouveaux arrivants et les clients racisés, était plus élevé que l'ensemble des clients. La satisfaction était plus basse parmi les clients se heurtant à une barrière linguistique, les clients en situation de handicap, les clients qui ont des limitations d'accès au service.
- Les clients se heurtant à une barrière linguistique demeurent ceux qui ont attribué des notes beaucoup plus basses pour tous les aspects de leur expérience. Les écarts les plus importants observés dans les attributs de service par rapport à l'ensemble des clients concernaient la serviabilité des représentants du service 1 800 O-Canada et des centres d'appels spécialisés, la facilité à trouver des renseignements à fournir pour présenter une demande et à propos du programme.
- En 2022-2023, le taux de satisfaction globale de l'expérience de service a augmenté parmi plusieurs des groupes de clients par rapport à 2020-2021, notamment :
 - les jeunes (85 % comparativement à 79 %);
 - les clients ayant tout au plus un diplôme d'études secondaires (83 % comparativement à 80 %);
 - les clients en milieu urbain (84 % comparativement à 81 %);
 - les clients peu versés en informatique (84 % comparativement à 79 %);
 - les clients sans appareil (83 % comparativement à 71 %);
 - les clients ayant des limitations (77 % comparativement à 72 %);
 - les nouveaux arrivants (94 % comparativement à 90 %);
 - les personnes racisées (89 % comparativement à 84 %);
- Les définitions des groupes de clients mentionnés se trouvent à l'annexe A du présent rapport.