



Régime canadien de soins dentaires : Sondage sur l'expérience client de 2025-2026

Rapport final

Préparé pour : Emploi et Développement social Canada

Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Numéro du contrat : CW2426266

Valeur du contrat : 147 907,49 (TVH incluse)

Date d'attribution du contrat : 30 octobre 2025

Date de livraison : 30 juillet 2026

Numéro d'enregistrement de la ROP : POR 049-25

This report is also available in English

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez envoyer un courriel à l'adresse suivante : nc-por-rop-gd@hrsdc-rhdcc.gc.ca

Régime canadien de soins dentaires : Sondage sur l'expérience client de 2025-2026

Préparé pour Emploi et Développement social Canada (EDSC)

Fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Numéro d'enregistrement : POR 049-25

La reproduction de la présente publication est permise pour un usage personnel ou un usage public non commercial. Pour toute autre utilisation, vous devez obtenir au préalable une permission écrite d'EDSC. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez envoyer un courriel à l'adresse suivante droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca.

Numéro de catalogue : Em4-61/2026F-PDF

ISBN : 978-0-662-37134-2

Also available in English under the title *Canadian Dental Care Plan: Client Experience Survey 2025-2026*.

Catalogue Number: Em4-61/2026E-PDF

ISBN : 978-0-662-37132-8

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de l'Emploi et des Familles, 2026

Attestation de neutralité politique

J'atteste, par la présente, à titre d'agent principal de Phoenix Strategic Perspectives, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et dans la Directive sur la gestion des communications et de l'image de marque.

Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de parties politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Alethea Woods
Présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Table des matières

- [Sommaire](#) 5
- [Cadre d'analyse](#) 20
- [Profil des membres du RCSD](#) 23
- [Conclusions détaillées : Santé buccodentaire et accès aux soins dentaires](#) 27
- [Profil des clients de Service Canada](#) 36
- [Conclusions détaillées : Expérience client](#) 40
 - [1. Mesures principales de l'expérience client](#) 41
 - [2. Aperçu du parcours client](#) 52
- [Conclusions détaillées : Expérience des modes de prestation de services](#) 54
 - [1. Comprendre l'information](#) 55
 - [2. Utilisation des modes de prestation de services](#) 62
 - [3. Rendement du mode de prestation](#) 75
 - [4. Utilisation des modes de prestation par étapes](#) 82
 - [5. Données relatives au libre-service et à l'assistance](#) 89
- [Conclusions détaillées : Amélioration des services](#) 93
 - [1. Facteurs de satisfaction](#) 94
 - [2. Points à améliorer](#) 99
 - [3. Points à maintenir](#) 101
- [Conclusions détaillées : Groupes client](#) 103
- [Conclusion](#) 111



Sommaire exécutif

Sondage sur l'expérience client du Régime canadien de soins dentaires (RCSD) - Résultats en un coup d'œil

Méthode

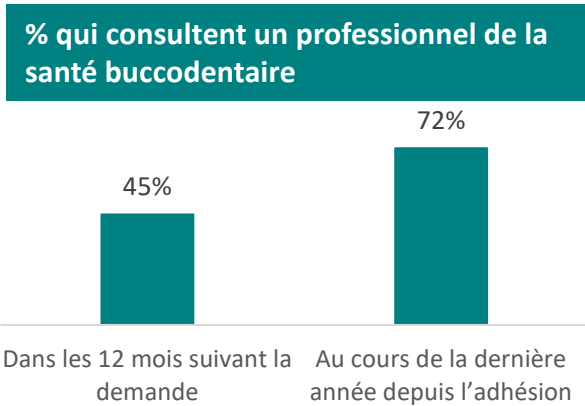
 **Taille de l'échantillon**
n = 2 201 clients Service Canada

 **Collecte des données**
Sondage par téléphone
durée de 18 minutes

 **Travail sur le terrain**
Du 10 février au
15 mars 2026

 **Marge d'erreur**
±2,1 points de pourcentage
(19 fois sur 20)

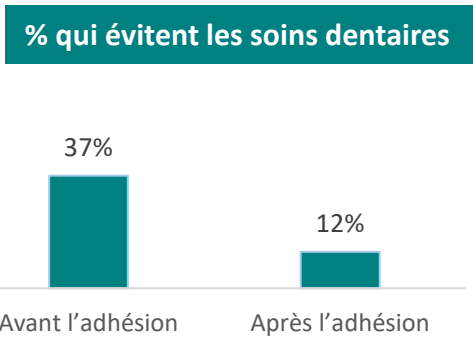
Résultats principaux relativement à la santé buccodentaire



Parmi les personnes qui avaient déjà souffert de douleurs buccales

61 %

ont affirmé que la douleur a diminué depuis leur adhésion au RCSD



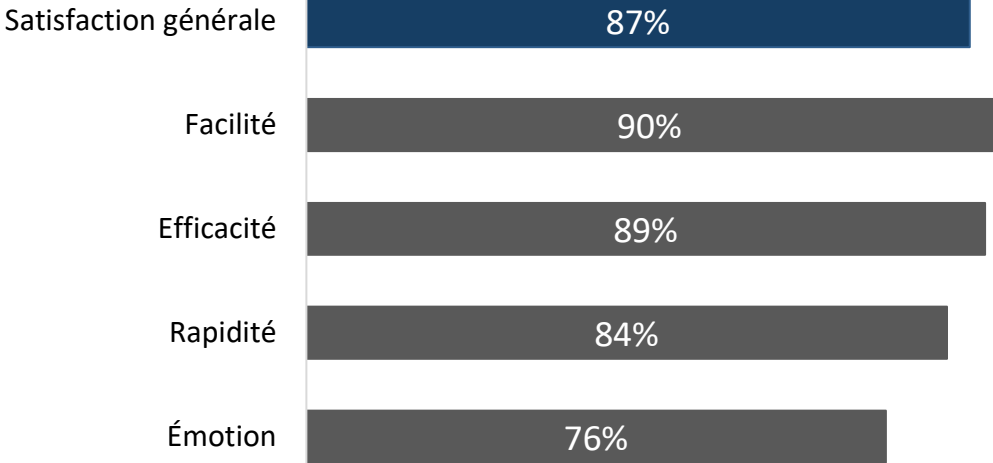
Parmi les personnes qui évitaient d'obtenir des soins dentaires en raison du coût avant l'adhésion, un moins grand nombre d'entre elles les évitent toujours après leur adhésion.

 **-20**
points de pourcentage

Principaux points à retenir sur l'expérience

EXPÉRIENCE DE SERVICE GLOBALE

Tous les répondants : % de notes de 4 ou 5



SATISFACTION À L'ÉGARD DES MODES DE PRESTATION

Tous les répondants : % de notes de 4 ou 5



PRINCIPAUX FACTEURS DE SATISFACTION



PRINCIPAUX FACTEURS

L'accès à l'aide, la durée raisonnable du parcours client, la confiance que les problèmes seront résolus et la clarté quant à la marche à suivre en cas qu'un problème se pose sont les facteurs les plus déterminants.



PLUS GRANDE FORCE

La facilité à obtenir de l'aide est le principal facteur de satisfaction.



PLUS GRAND POINT À AMÉLIORER

Accroître la confiance que les problèmes seront résolus.

Aperçu du RCSD

RCSD en bref



9 millions

Canadiens admissibles lors de la 1^{re} période de prestations



3,6 millions

Approuvés durant la 1^{re} année



Environ 1 million

Personnes ayant obtenu des soins buccodentaires lors de la 1^{re} période de prestations



Décembre 2023

Lancement du régime

Phase de déploiement



Décembre 2023
87 ans et plus



Janvier 2024
De 77 à 86 ans



Février 2024
De 72 à 76 ans



Mars 2024
De 70 à 71 ans



Mai 2024
De 65 à 69 ans
DEMANDES EN LIGNE ACCEPTÉES



Juin 2024
Adultes âgés de 18 à 64 ans qui sont détenteurs d'un certificat valide de crédit d'impôt pour personnes en situation de handicap (CIPH)



Juin 2024
Enfants jusqu'à 17 ans



Mai 2025
Tous les autres adultes admissibles âgés de 18 à 64 ans

Mode de présentation d'une demande	Cohorte	Date de présentation d'une demande en personne ou par la RVI	Date de présentation d'une demande en ligne	Date de présentation d'une demande au moyen de MDSC
	87 ans et plus	Décembre 2023	Mai 2024	Mai 2025
	Âgés de 77 à 86 ans	Janvier 2024	Mai 2024	Mai 2025
	Âgés de 72 à 76 ans	Février 2024	Mai 2024	Mai 2025
	Âgés de 70 à 71 ans	Mars 2024	Mai 2024	Mai 2025
	65 ans et plus	Mai 2024 (en personne seulement)	Mai 2024	Mai 2025
	Adultes âgés de 18 à 64 ans qui sont détenteurs d'un certificat valide de CIPH	Juin 2024 (en personne seulement)	Juin 2024	Mai 2025
	Enfants jusqu'à 17 ans	Juin 2024 (en personne seulement)	Juin 2024	Mai 2025
	Tous les adultes âgés de 18 à 64 ans	Mai 2025 (en personne seulement)	Mai 2025	Mai 2025

Période de référence pour ce sondage



1^{er} mai au 30 septembre 2025

7

Phoenix SPI

Aperçu du projet



Public cible

Les personnes qui présentent une nouvelle demande et les membres du RCSD qui renouvellent leur adhésion et qui ont reçu une décision initiale d'admissibilité ou une décision de renouvellement entre mai et septembre 2025.



Objectifs de recherche du sondage sur l'expérience client relativement au RCSD de 2025-2026

- Établir des données de référence sur la satisfaction globale des clients du RCSD à l'égard de l'expérience de service;
- Utiliser le modèle de mesure du sondage sur l'expérience client de Service Canada pour évaluer la facilité, l'efficacité et la perception par rapport à l'expérience de service;
- Évaluer les obstacles à la prestation des services et à l'utilisation des modes de prestation des services;
- Évaluer la perception des clients sur la santé buccodentaire et l'accès aux soins.



Objectif et utilisation prévue des résultats

- Améliorer la prestation de services et l'accès au RCSD;
- Répondre aux besoins en services des clients;
- Évaluer le rôle de Service Canada en matière de prestation de services liés au RCSD et régler les problèmes liés à la prestation de services;
- Soutenir l'évaluation du régime par Santé Canada, notamment sur les répercussions initiales et sur les caractéristiques des membres du RCSD visées par l'ACS+.

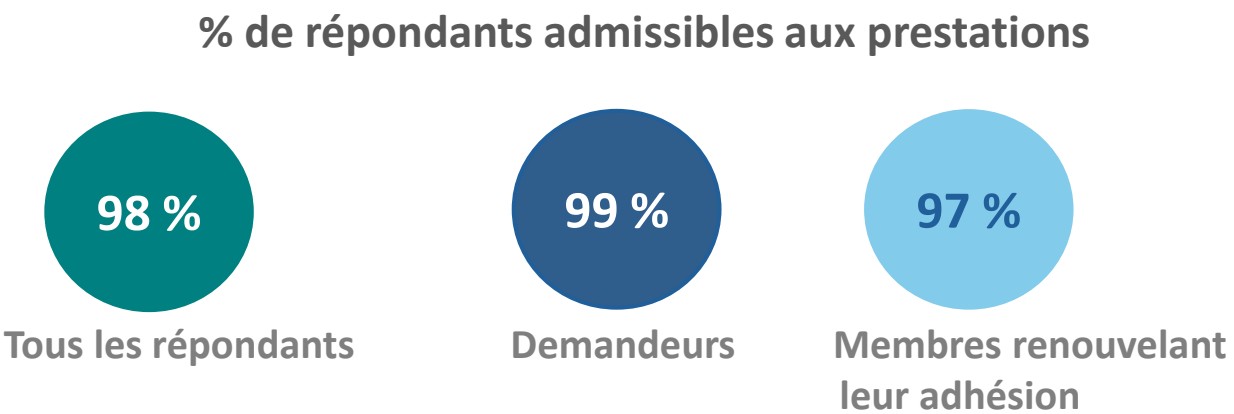
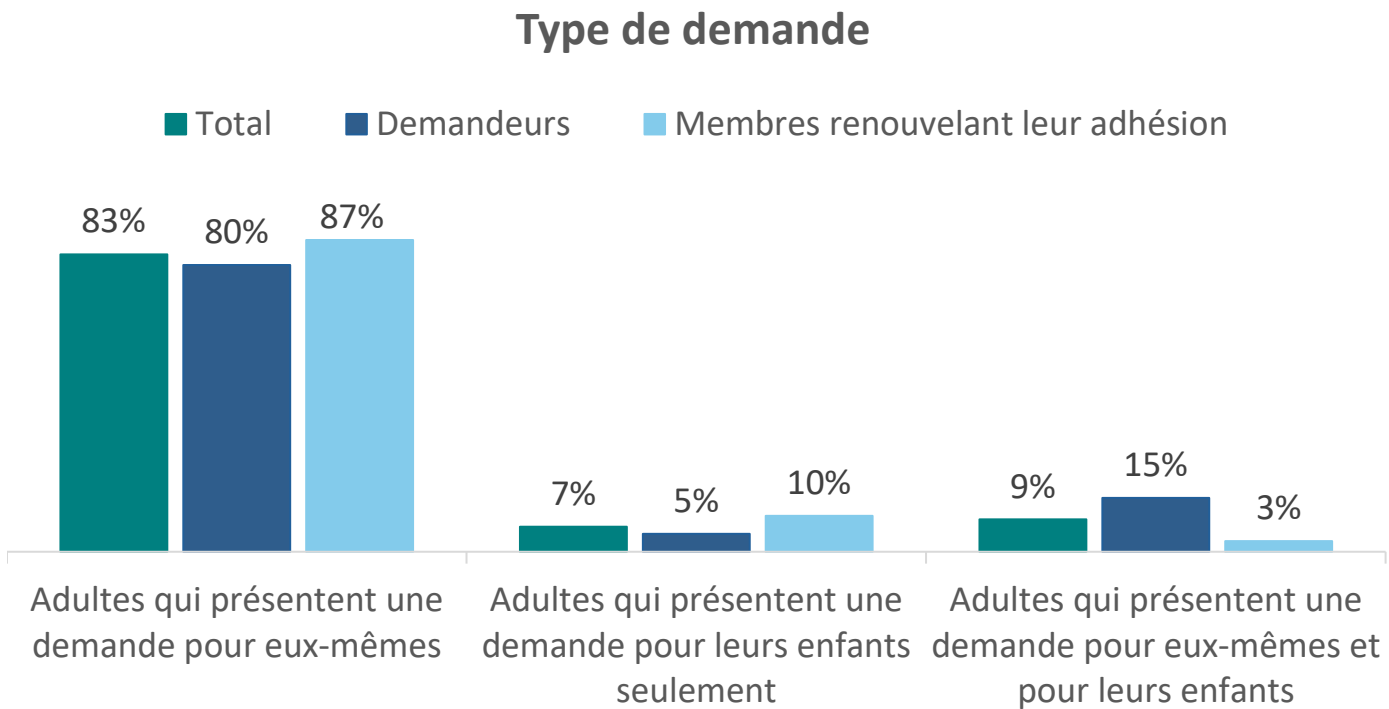
Méthodologie du sondage

- **Méthode de collecte des données** : Téléphone
- **Échantillonnage** : L'échantillon a été constitué...
 - De manière proportionnelle à la population de clients par tranche d'âge;
 - de manière disproportionnée par province afin d'améliorer la précision des résultats régionaux.
- **Taille de l'échantillon** : $n = 2\,201$
- **Marge d'erreur** : Les résultats sont généralisables...
 - À l'ensemble de la population de clients, avec une marge d'erreur de $\pm 2,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20;
 - aux personnes qui présentent une nouvelle demande et aux membres qui renouvellent leur adhésion, avec une marge d'erreur de $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.
- **Durée de l'entretien** : 18 minutes
- **Période du sondage** : Du 10 février au 15 mars 2026
- **Traitement des données** : Les données du sondage ont été pondérées par groupe de clients (demandeurs et membres renouvelant leur adhésion), par région et par tranche d'âge, sur la base des chiffres globaux du RCSD fournis par Service Canada.
- **Autres précisions** : Consulter le rapport méthodologique pour la liste complète des spécifications techniques.

Caractéristiques de l'échantillon

Au total, n=2 201 demandeurs et membres renouvelant leur adhésion ont répondu au sondage. Cela comprenait n=1 100 demandeurs et n=1 101 membres qui renouvellent leur adhésion.

Les répondants étaient principalement des demandeurs adultes qui présentaient une demande pour eux-mêmes, et ils étaient presque tous admissibles aux prestations du RCSD.



Notes à l'intention des lecteurs – 1/2

- Les résultats rendent compte des perceptions autodéclarées des clients pendant la période de référence du sondage (de mai à septembre 2025).
- La taille totale de l'échantillon est de n = 2 201 (n = 1 100 demandeurs et n = 1 101 membres qui renouvellent leur adhésion).
- Les résultats sont présentés pour tous les clients du RCSD qui ont répondu au sondage et sont également ventilés par type de client (demandeurs ou membres qui renouvellent leur adhésion) et par groupe démographique clé (les descriptions se trouvent à partir de la [page 13](#)).
 - Les couleurs suivantes sont utilisées pour présenter les résultats : **Bleu sarcelle** = Tous les répondants, **Bleu** = Demandeurs et **Bleu pâle** = Membres qui renouvellent leur adhésion.
- Sauf indication contraire, les résultats sont exprimés en pourcentages.
- Il est possible que la somme des totaux ne corresponde pas à 100 % en raison de pourcentages arrondis, de réponses multiples ou si aucune réponse n'a été donnée.
- Les réponses « Ne sais pas » et « Sans objet » sont incluses dans les tableaux, sauf indication contraire sur une diapositive.
- Les différences entre les sous-groupes relevées dans le rapport sont statistiquement importantes, sauf indication contraire.
 - Les triangles vers le haut et vers le bas ▲▼ indiquent des notes significativement plus élevées ou plus faibles entre les groupes de comparaison.
 - Les groupes de comparaison sont les suivants (les descriptions se trouvent à partir de la [page 13](#)) :

Demandeurs par rapport aux membres qui renouvellent leur adhésion	Personnes en situation de handicap par rapport aux personnes sans handicap
Personnes ayant un niveau de scolarité plus faible par rapport aux personnes ayant accompli des études postsecondaires	Nouveaux arrivants par rapport aux immigrants établis ou aux répondants nés au Canada
Jeunes par rapport aux personnes âgées	Personnes vivant dans des régions rurales ou éloignées par rapport aux personnes vivant en milieu urbain
Autochtones par rapport aux non-autochtones	Personnes peu versées en informatique par rapport aux utilisateurs des services en ligne
Personnes racisées par rapport aux personnes non racisées	Personnes qui ne parlent pas anglais/français par rapport aux personnes qui parlent anglais/français

Notes à l'intention des lecteurs – 2/2

- La formulation des questions, la taille de l'échantillon et la population cible sont indiquées sur chaque diapositive, le cas échéant.
- En raison du schéma d'enchaînement des questions (logique du questionnaire), certains répondants n'ont pas répondu à chaque question. Ainsi, la taille de l'échantillon (n) varie en fonction de la question. Les résultats pour chaque question sont fondés sur les répondants qui étaient admissibles et qui ont répondu à la question.
- Il faut faire preuve de prudence dans l'interprétation des résultats qui sont fondés sur un petit échantillon.
- Tout au long du rapport :
 - * indique des échantillons plus petits ($n < 100$)
 - † indique de très petits échantillons ($n < 30$)
 - ‡ indique que les résultats sont supprimés en raison du faible nombre de valeurs correspondantes (< 10).
- Une liste des acronymes et des principaux termes techniques utilisés dans le rapport est disponible à la [page 15](#).
- Ensemble complet de données totalisées est disponible sous pli séparé
- Le questionnaire du sondage se trouve dans le rapport méthodologique, ainsi que des renseignements supplémentaires sur les spécifications techniques de la recherche.

Définition des groupes de clients – 1/2

Groupe de clients	Description	Source
Demandeur	Une personne qui présente une demande d’adhésion au RCSD sans utiliser de demande de renouvellement, soit parce qu’il s’agit de sa première demande, soit parce qu’elle présentait de nouveau une demande après une interruption de l’adhésion.	Variable d’échantillon : Type de client
Membre renouvelant son adhésion	Une personne qui a présenté une demande de RCSD au moyen d’une demande propre au renouvellement.*	Variable d’échantillon : Type de client
Membre du RCSD	Les personnes qui ont présenté une demande ou qui ont renouvelé leur adhésion au RCSD et qui ont reçu une décision concernant leur admissibilité au régime*. Il s’agit notamment des adultes qui ont présenté une demande en leur propre nom et les personnes, comme les personnes à charge (p. ex. les mineurs qui ont besoin d’un tuteur légal pour présenter une demande en leur nom), pour lesquelles une demande a été présentée par une autre personne.	Variable composée en fonction des variables de l’échantillon (admissibilité, type de demandeur)
Client de Service Canada	Les personnes qui ont reçu des services de Service Canada pendant leur demande initiale ou leur demande de renouvellement d’adhésion au RCSD et qui ont reçu une décision quant à leur admissibilité (admissible ou non admissible)*. Il s’agit notamment des adultes qui ont présenté une demande en leur propre nom par l’entremise de Service Canada et les personnes qui présentent une demande au nom d’une autre personne (p. ex. une personne à leur charge). Les interactions avec Service Canada comprennent l’assistance fournie par le Centre de contact, les courriers, l’aide en personne et les demandes en ligne reçues tout au long du parcours du client, à compter du moment de prise en connaissance de l’existence du programme jusqu’à la réception d’une décision d’admissibilité.	Variable composée en fonction des variables de l’échantillon (admissibilité, type de demandeur)

* Les demandes de renouvellement étaient disponibles **du 3 mars 2025 au 22 août 2025**. Après le 22 août, les demandes de renouvellement n’étaient plus offertes ni acceptées. Toute personne ayant présenté **une demande de renouvellement** durant cette période est classée comme un membre *renouvelant son adhésion*. Pour le sondage sur l’expérience client relativement au RCSD de 2025-2026, l’échantillon était composé de personnes ayant reçu une décision concernant leur demande (acceptée ou rejetée) entre le 1^{er} mai et le 30 septembre 2025.

Définition des groupes de clients – 2/2

Groupe de clients	Description	Source
Jeunes	Adultes âgés de 18 à 30 ans	Variable d'échantillon : « Âge »
Personnes âgées	Clients âgés de 60 ans et plus	Variable d'échantillon : « Âge »
Clients en situation de handicap	Personne s'identifiant comme une personne en situation de handicap	Sondage : Q32
Personnes peu versées en informatique	Clients qui utilisent rarement ou n'utilisent jamais les services en ligne	Sondage : Q29
Autochtones	Personnes s'identifiant comme membre d'une Première Nation (Indien de l'Amérique du Nord), Inuk (Inuit) ou Métis	Sondage : Q31
Faible niveau de scolarisation	Personnes qui déclarent avoir complété des études secondaires, ou un niveau d'études moindre	Sondage : Q27
Clients en milieu urbain	Clients qui vivent dans un centre de population situé dans une région métropolitaine ou une agglomération.	Variable d'échantillon : « Lieu de résidence »
Clients vivant dans des régions rurales et éloignées	Région rurale : Clients qui ne vivent pas en milieu urbain. Région éloignée : Zones sans influence métropolitaine, y compris les territoires.	Variable d'échantillon : « Lieu de résidence »
Nouveaux arrivants	Clients qui ne sont pas nés au Canada et qui vivent dans le pays depuis moins de trois ans	Sondage : Q34, Q35
Personnes racisées	Personnes ayant déclaré faire partie d'un groupe racial ou culturel autre que « Blanc »	Sondage : Q36
Non anglophones / francophones	Clients qui indiquent « autre » comme langue de service préférée	Sondage : Q28

Acronymes et termes techniques clés

Acronyme/Terme	Description
Libre-service assisté	Les clients ont utilisé le service en ligne, la RVI ou le courrier, en plus de communiquer avec un agent par téléphone tout au long du processus.
Base	Le groupe de répondants visé par la question et utilisé pour calculer les résultats.
RCSD	Régime canadien de soins dentaires
EC	Expérience client
Facteurs	Éléments de service qui influencent la satisfaction globale.
EDSC	Emploi et Développement social Canada
Service entièrement assisté	Les clients ont visité un Centre Service Canada à n'importe quel moment de leur parcours.
RVI	Réponse vocale interactive
MDSC	Mon dossier Service Canada
“n=”	Nombre de répondants
SC	Service Canada
CSC	Centre Service Canada
Libre-service uniquement	Les clients ont uniquement utilisé le service en ligne, la RVI et/ou le courrier tout au long de leur processus.



Les triangles vers le haut et vers le bas indiquent des notes significativement plus élevées ou plus faibles entre les groupes de comparaison.

Principales constatations : Prestation de services 1/3

1. Dans l'ensemble, l'expérience de service est excellente, mais elle n'est pas uniforme.

- Le taux de satisfaction à l'égard de Service Canada est globalement élevé (87 %), tandis que le taux d'insatisfaction est très faible (3 %).
- L'expérience de service a été constamment positive pour tous les aspects clés, mais les résultats ont varié quelque peu. Les notes les plus élevées ont été obtenues pour **la facilité** (90 %) et **l'efficacité** (89 %), suivies de **la durée raisonnable du parcours client** (84 %), tandis que **l'émotion** a reçu la note la plus faible (76 %).

2. Les personnes qui présentent une nouvelle demande bénéficient d'une meilleure expérience client que ceux qui renouvellent leur adhésion.

- Les demandeurs ont attribué des notes plus élevées pour la satisfaction (90 % par rapport à 84 %), la facilité globale à présenter une demande (92 % par rapport à 86 %), l'efficacité globale (91 % par rapport à 85 %), l'émotion globale (78 % par rapport à 74 %) et la durée raisonnable du parcours client (87 % par rapport à 81 %).
- Les membres du RCSD qui présentent une demande de renouvellement* :
 - sont plus enclins à utiliser au moins trois modes de prestation (39 % par rapport à 22 % des demandeurs),
 - sont plus enclins à utiliser le téléphone pour s'entretenir avec un agent (33 % par rapport à 23 % des demandeurs).

3. Les modes de prestation numériques sont les plus utilisés, mais ils ne remplacent pas entièrement l'aide apportée par des humains.

- En ligne est le principal mode de prestation utilisé (90 %), en particulier par les nouveaux demandeurs (96 % par rapport à 82 % des membres du RCSD qui renouvellent leur adhésion).
- Deux tiers (67 %) utilisent seulement le libre-service : 72 % des demandeurs et 61 % des membres qui renouvellent leur adhésion.
- De nombreux clients utilisent plusieurs modes de prestation (69 %).

* Au cours de la période de référence du sondage, les membres du RCSD qui renouvelaient leur adhésion étaient presque exclusivement des personnes âgées, car la mise en place progressive du RCSD supposait que les adultes étaient seulement admissibles à une première demande et n'étaient donc pas encore en mesure de renouveler leur protection.

Principales constatations : Prestation de services 2/3

4. Satisfaction à l'égard des modes de prestation : Le service en personne et Mon dossier Service Canada (MDSC) sont associés à des niveaux de satisfaction plus élevés.

- Tous clients confondus, c'est le service en personne qui recueille le taux de satisfaction le plus élevé (87 %), suivi du MDSC (82 %).
- Le niveau de satisfaction est légèrement inférieur pour le site Web (79 %) et le service téléphonique (78 %), et c'est pour la réponse vocale interactive (RVI) qu'il est le plus bas (70 %).

5. Les renseignements sur le programme sont généralement clairs.

- La plupart des clients ont pris connaissance du RCSD grâce à une lettre du gouvernement (61 %) et au site Web du gouvernement (52 %).
 - Les membres du RCSD qui renouvellent leur adhésion sont nettement plus nombreux à indiquer avoir découvert le programme grâce à une lettre (78 %), tandis que les demandeurs étaient plus susceptibles de compter sur le site Web (64 %).
- Une majorité de clients (76 %) indiquent que les renseignements relatifs au RCSD sont faciles à comprendre.
 - Les demandeurs sont légèrement plus enclins à indiquer que le contenu est facile à comprendre (78 % par rapport à 73 % des membres du RCSD qui renouvellent leur adhésion).

Principales constatations : Prestation de services 3/3

6. Certains groupes de clients affichent un niveau de satisfaction plus faible.

- On constate un niveau de satisfaction global plus faible chez les clients en situation de handicap et les personnes âgées, avec respectivement 80 % et 85 %.
- Ces lacunes font ressortir différents défis :
 - Les clients en situation de handicap sont confrontés à des lacunes plus importantes tout au long de leur parcours de service, notamment en ce qui concerne la navigation dans l'application et les interactions avec Service Canada.
 - Les personnes âgées sont confrontées à des difficultés plus précises, notamment lorsqu'il s'agit d'effectuer des démarches en ligne et d'obtenir facilement de l'aide en cas de besoin.

7. Principaux facteurs de satisfaction

- Les quatre principaux facteurs sont **l'accès à l'aide**, le **temps accordé pour mener à bien le processus**, la **confiance dans la résolution des problèmes** et la **clarté de la marche à suivre en cas de problème ou de question**.
 - Parmi ces quatre facteurs, **l'accès à l'aide** apparaît comme le facteur le plus déterminant pour la satisfaction.
- Parmi les facteurs secondaires de satisfaction des clients du RCSD, on peut citer la **facilité de présenter une demande**, le **déroulement sans difficulté du processus**, le **sentiment d'être respecté** ainsi que la **compréhension des renseignements fournis**.
 - Si chaque facteur contribue à la satisfaction globale, leur influence individuelle est toutefois plus modérée

Principales constatations : Santé buccodentaire et accès aux soins buccodentaires

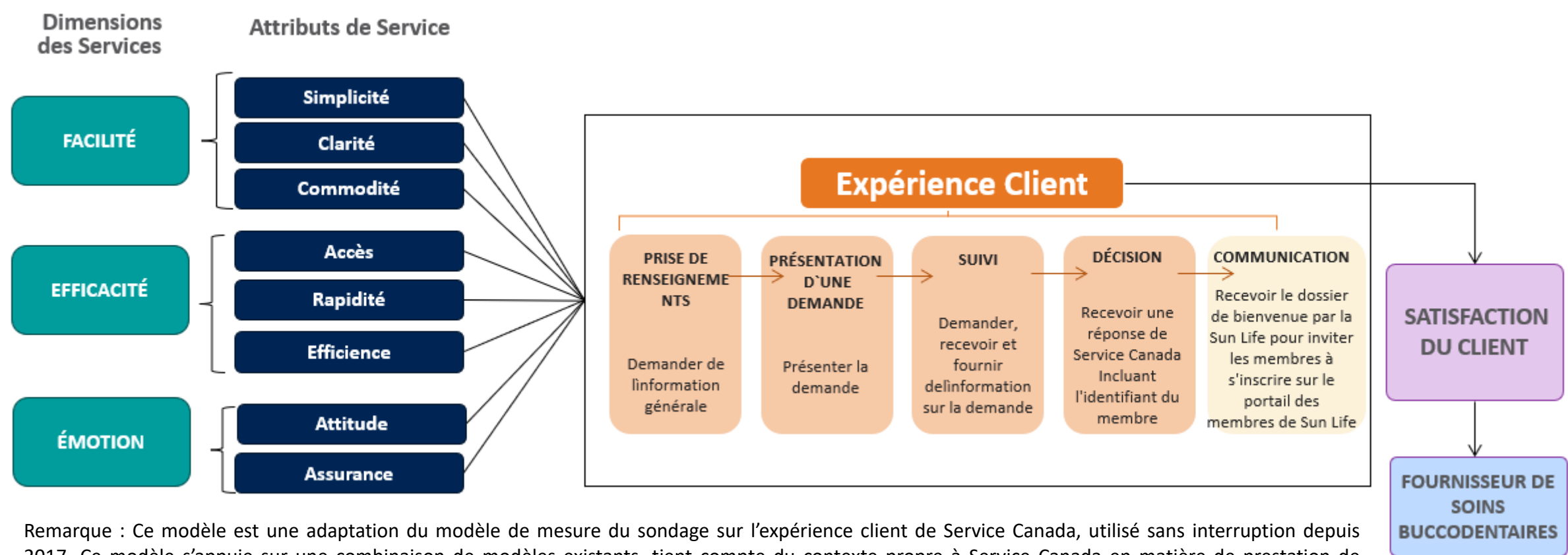
- **Les résultats suggèrent que l'adhésion au RCSD est associée à un meilleur accès aux soins buccodentaires .**
 - Avant de présenter leur demande au titre du RCSD, 45 % des patients ont déclaré avoir consulté un professionnel de la santé buccodentaire au cours des 12 derniers mois.
 - Depuis leur adhésion, 72 % des répondants ont déclaré avoir consulté un professionnel de la santé buccodentaire. Pour la plupart des membres, cela correspond aux soins reçus au cours de la dernière année environ, compte tenu du moment de l'adhésion au RCSD.
 - La proportion de membres du RCSD ayant déclaré avoir effectué une consultation depuis leur adhésion était plus faible chez les jeunes, les personnes issues de minorités ethniques, les nouveaux arrivants et les personnes ayant un faible niveau de scolarité.
 - Une proportion de 37 % des clients a déclaré qu'avant de s'inscrire au RCSD, ils évitaient de consulter un professionnel de la santé buccodentaire. Depuis leur adhésion, 12 % ont déclaré avoir évité de consulter un professionnel de la santé buccodentaire.
 - Avant l'adhésion, ce sont les clients en situation de handicap (47 %) et les jeunes (45 %) qui étaient les plus nombreux à éviter de consulter des professionnels de la santé buccodentaire, quelle que soit la raison. Après l'adhésion, ce taux est resté le plus élevé chez les clients en situation de handicap (21 %).
- **Parmi les membres du RCSD qui rapportaient des douleurs buccales avant leur demande :**
 - 61 % ont déclaré que leurs douleurs avaient diminué depuis leur adhésion au RCSD.
- **Le coût reste l'un des principaux obstacles à l'accès aux soins buccodentaires.**
 - Parmi les membres du RCSD qui n'avaient pas consulté de professionnel de la santé buccodentaire avant de déposer leur demande d'adhésion au programme, 88 % ont indiqué que le coût était l'une des raisons pour lesquelles ils n'avaient pas tenté d'obtenir des soins dentaires.
 - La proportion de clients ayant déclaré que le coût était une raison pour éviter de consulter un professionnel de la santé buccodentaire était plus faible depuis l'adhésion (68 %) qu'avant l'adhésion (88 %).



Cadre d'analyse

Modèle de mesure du sondage sur l'EC du RCSD

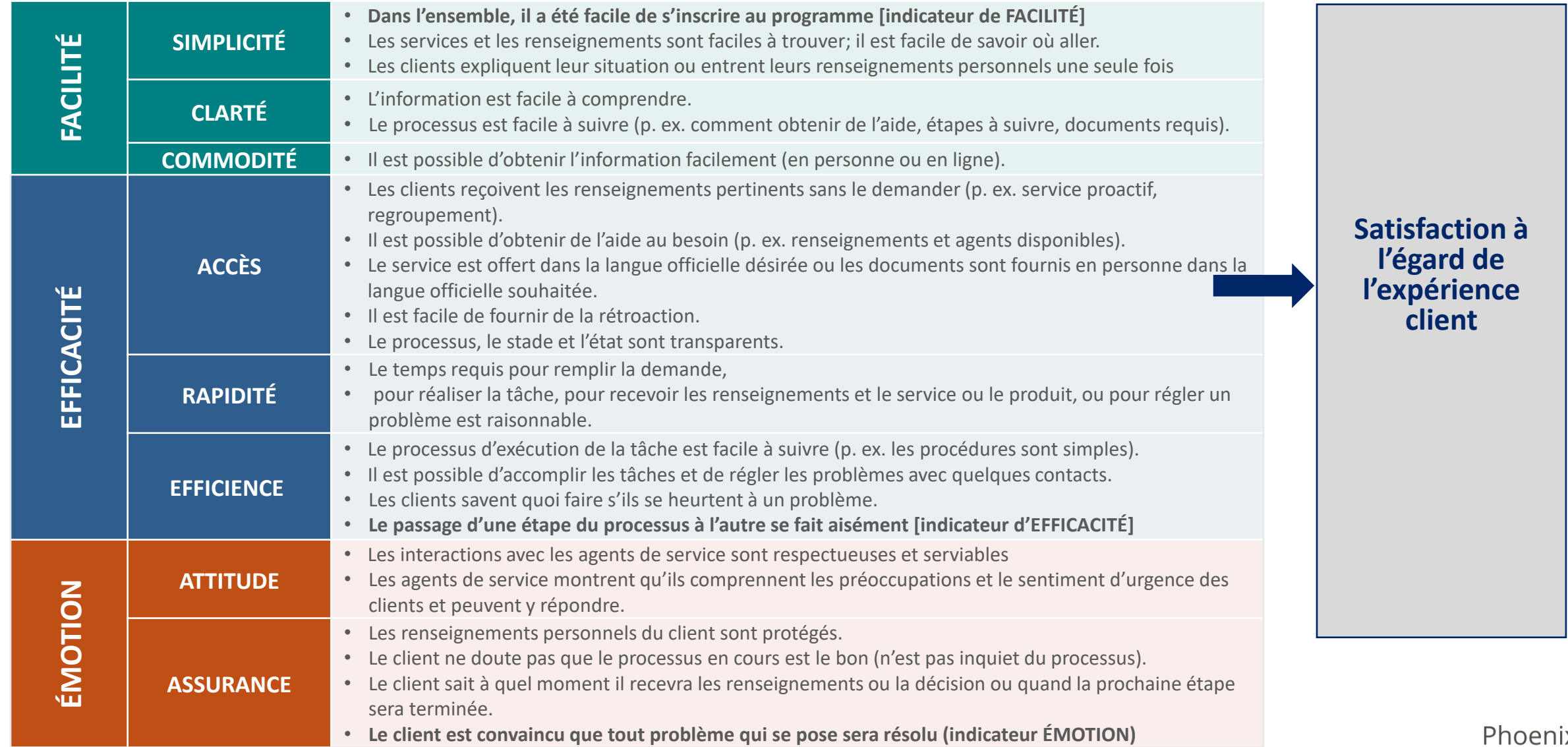
Service Canada et Santé Canada ont travaillé ensemble pour adapter le cadre d'évaluation de l'expérience client (EC) afin d'évaluer l'expérience du service des clients du Régime canadien de soins dentaires (RCSD). Le modèle adapté est présenté ci-dessous. Le modèle couvre le parcours client du RCSD jusqu'à la prise de décision et, pour les demandeurs, jusqu'à la réception de la trousse du participant envoyé par la Sun Life. Il ne tient pas compte de l'expérience client concernant les services fournis par la Sun Life ou par des fournisseurs de soins buccodentaires.



Remarque : Ce modèle est une adaptation du modèle de mesure du sondage sur l'expérience client de Service Canada, utilisé sans interruption depuis 2017. Ce modèle s'appuie sur une combinaison de modèles existants, tient compte du contexte propre à Service Canada en matière de prestation de services dans le cadre du RCSD et a été validé dans le cadre de consultations auprès des intervenants internes. Les modèles existants comprennent : L'Outil de mesures communes (OMC), appartenant à l'Institut des services axés sur les citoyens (ISAC) qui en détient la licence, le modèle de sondage auprès des clients utilisé par le gouvernement du Québec et la méthode de mesure de l'expérience client de l'agence Forrester.

Modèle de mesure du sondage sur l’EC du RCSD : Attributs de service

- Les dimensions et les attributs du service sont mesurés dans les limites de la longueur du questionnaire.
- La satisfaction à l’égard de l’expérience client mesure la satisfaction globale à l’égard de l’expérience des services fournis par Service Canada au nom de Santé Canada.





Profile des membres du RCSD DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Caractéristiques démographiques - Membres du RCSD [1/3]

Les diapositives suivantes
présentent les
caractéristiques
démographiques des
membres du RCSD
interrogés.



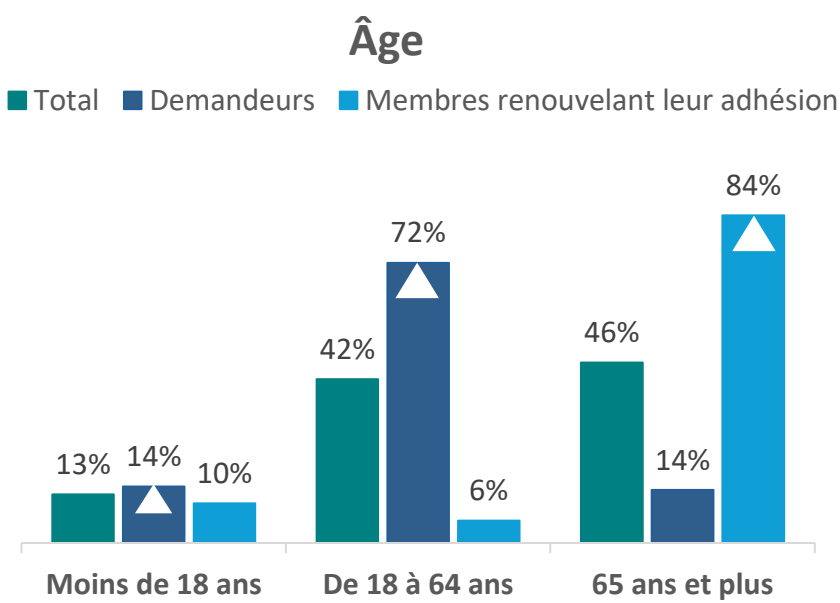
OUEST + TERRITOIRES	ONTARIO	QUÉBEC	ATLANTIQUE
Total : 24 %	Total : 42 %	Total : 28 %	Total : 6 %
Demandeurs : 26 %	Demandeurs : 41 %	Demandeurs : 27 %	Demandeurs : 6 %
Membres renouvelant leur adhésion : 22 %	Membres renouvelant leur adhésion : 42 %	Membres renouvelant leur adhésion : 29 %	Membres renouvelant leur adhésion : 6 %

Caractéristiques démographiques - Membres du RCSD [2/3]

La répartition des membres du RCSD en fonction de leur sexe était relativement égale, bien que les membres qui avaient renouvelé leur adhésion s'identifiaient davantage comme des femmes. Les nouveaux demandeurs étaient généralement plus jeunes, tandis que les membres qui renouvelaient leur adhésion étaient plus âgés, et la plupart (84 %) étaient âgés de 65 ans ou plus.

Relativement peu de répondants ont déclaré avoir une incapacité (16 % en tout), et la proportion était plus élevée chez les membres qui renouvelaient leur adhésion.

Environ le tiers (35 %) des répondants ont déclaré avoir un diplôme d'études secondaires ou un niveau d'études inférieur : 40 % sont des membres qui renouvellent leur adhésion et 31 % sont de nouveaux demandeurs.

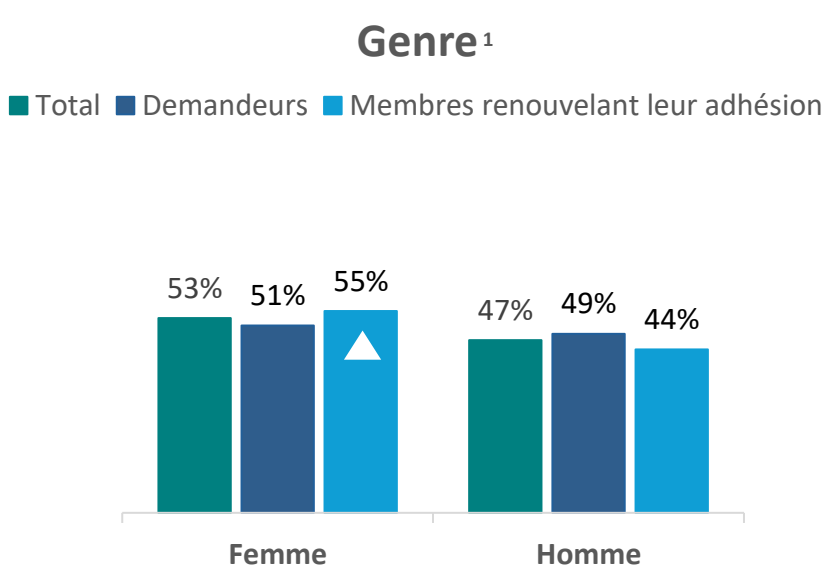


En situation de handicap

Total : 16 %

Demandeurs : 13 %

Membres renouvelant leur adhésion : 19 % ▲



1. Une troisième option était disponible pour le genre, mais la base était trop petite pour en tenir compte.

Plus faible niveau de scolarité²

Total : 35 %

Demandeurs : 31 %

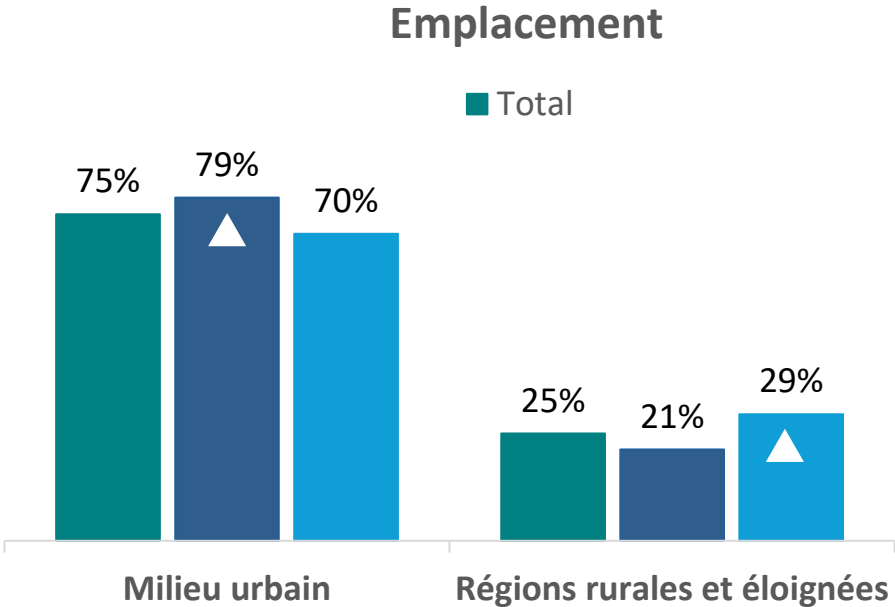
Membres renouvelant leur adhésion : 40 % ▲

2. Ne comprend pas les membres du RCSD qui sont des personnes à charge; base : n=2 105.



Caractéristiques démographiques - Membres du RCSD [3/3]

Environ le quart des membres du RCSD appartiennent à un groupe racisé. Peu d'entre eux sont des Autochtones ou de nouveaux arrivants. Les demandeurs sont plus enclins que les membres qui renouvellent leur adhésion à s'identifier comme appartenant à un groupe racisé ou comme de nouveaux arrivants.



Autochtones

Total : 3 %
Demandeurs : 4 %
Membres renouvelant leur adhésion : 3 %

Nouveaux arrivants

Total : 6 %
Demandeurs : 10 % ▲
Membres renouvelant leur adhésion : 1 %

Personnes racisées

Total : 27 %
Demandeurs : 37 % ▲
Membres renouvelant leur adhésion : 15 %



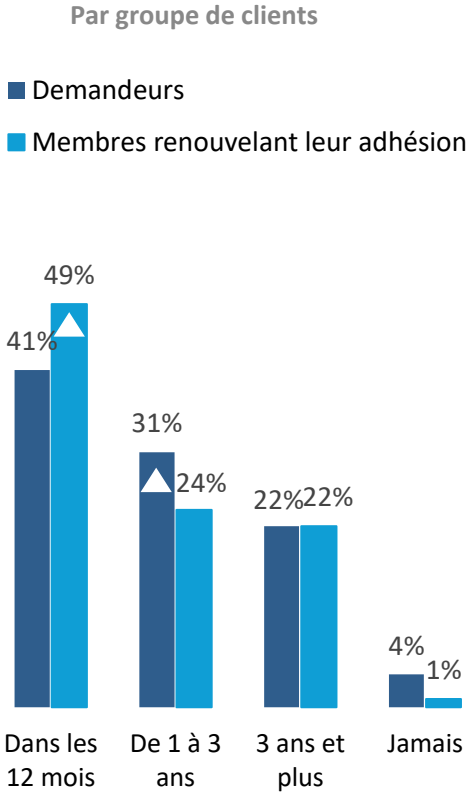
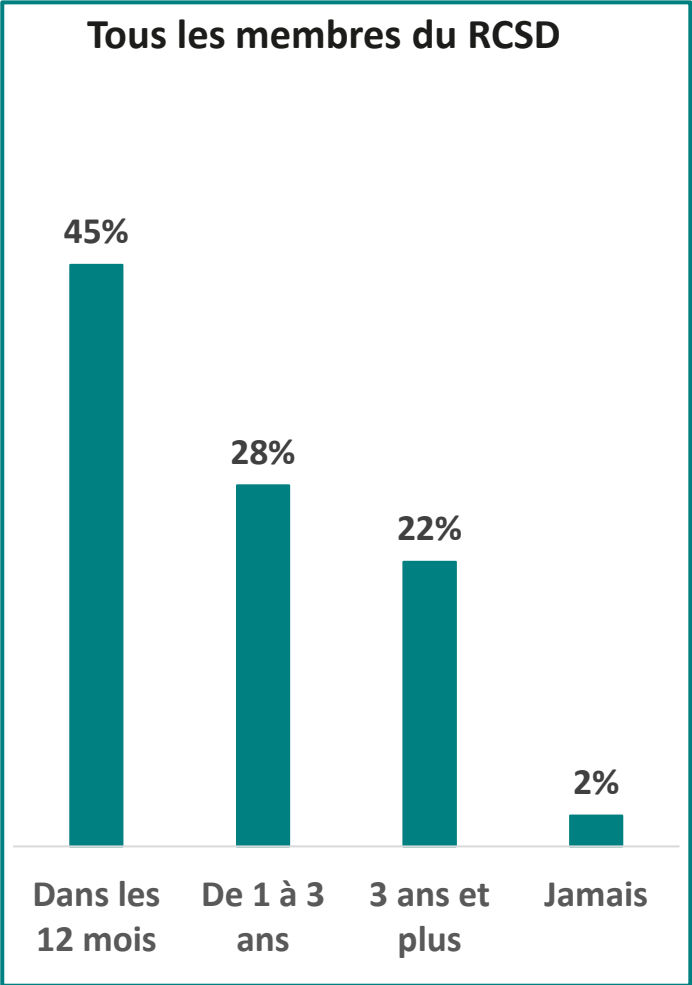
Conclusions détaillées : SANTÉ BUCCODENTAIRE ET ACCÈS AUX SOINS DENTAIRES

Accès aux soins de santé buccodentaire : consulter un professionnel de la santé buccodentaire

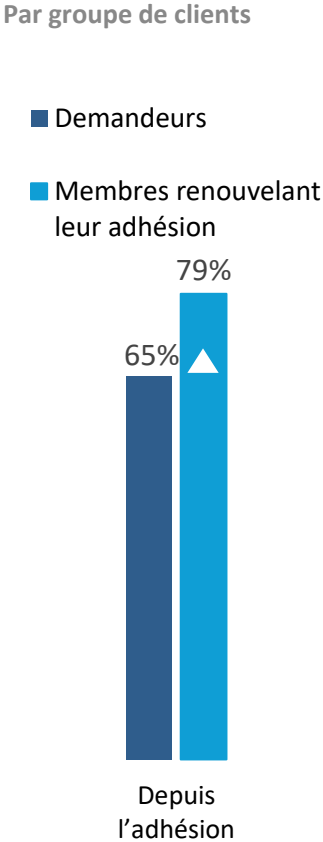
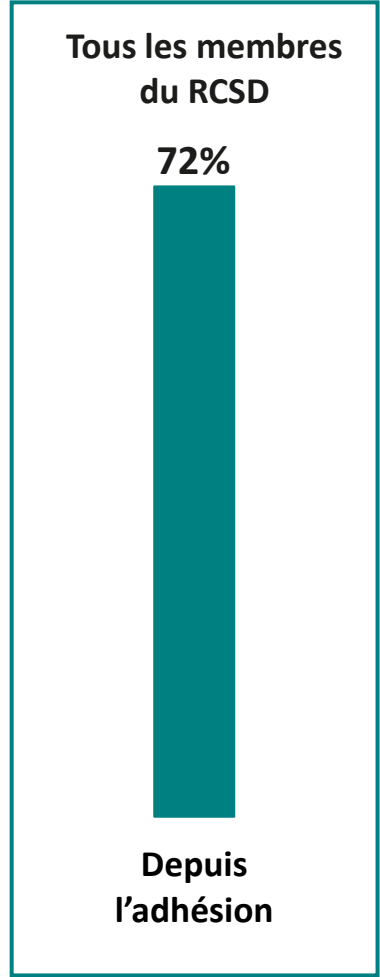
La plupart des membres au RCSD ont déclaré avoir consulté un professionnel de la santé buccodentaire avant de présenter une demande au RCSD et aussi depuis leur adhésion au régime.

- 73 % avaient consulté un professionnel de la santé buccodentaire au cours des trois dernières années (45 % dans les 12 mois) avant de présenter une demande.
- Depuis leur adhésion au RCSD, 72 % ont déclaré avoir consulté un professionnel de la santé buccodentaire. Pour la plupart des membres, cela correspond aux soins reçus au cours de la dernière année environ, compte tenu du moment de l'adhésion au RCSD, de la période de référence pour cette étude (de mai à septembre 2025) et du calendrier des travaux sur le terrain (février à mars 2026).
- Les membres qui renouvellent leur adhésion sont plus susceptibles que les nouveaux demandeurs de signaler des visites récentes chez un professionnel de la santé buccodentaire, à la fois avant de présenter une demande et depuis leur adhésion.

Avant de présenter une demande



Depuis l'adhésion

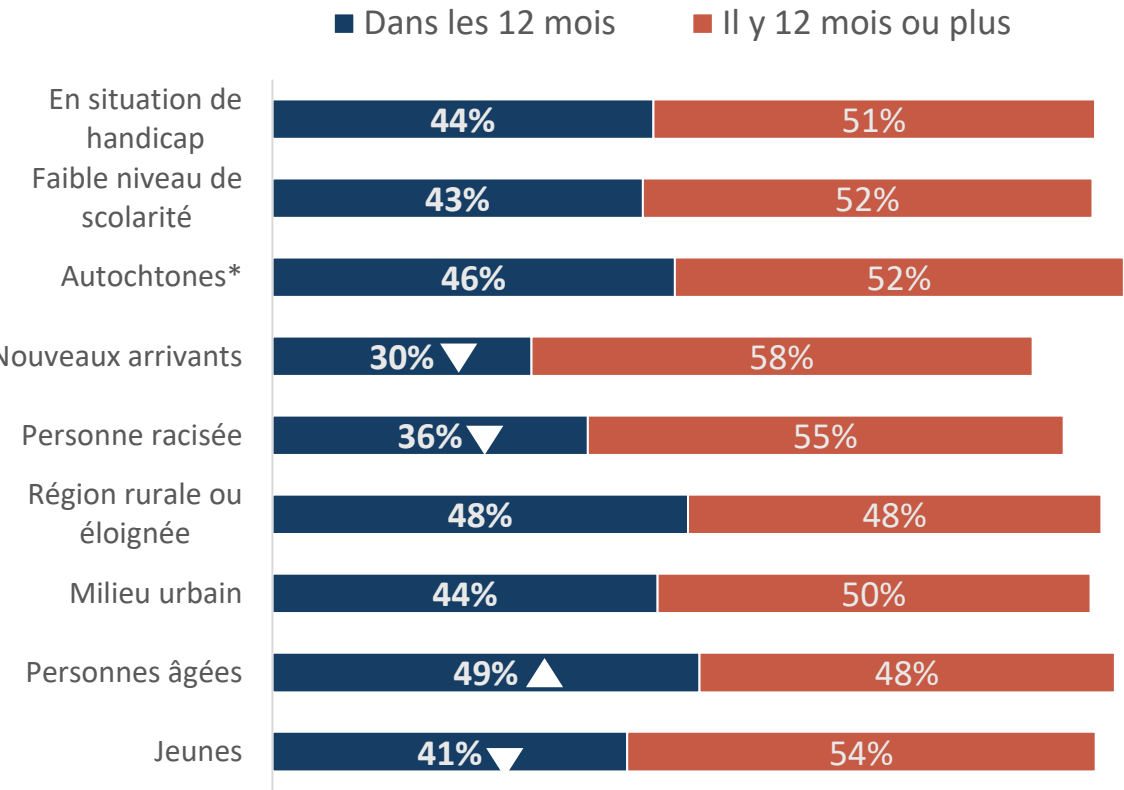


▲▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

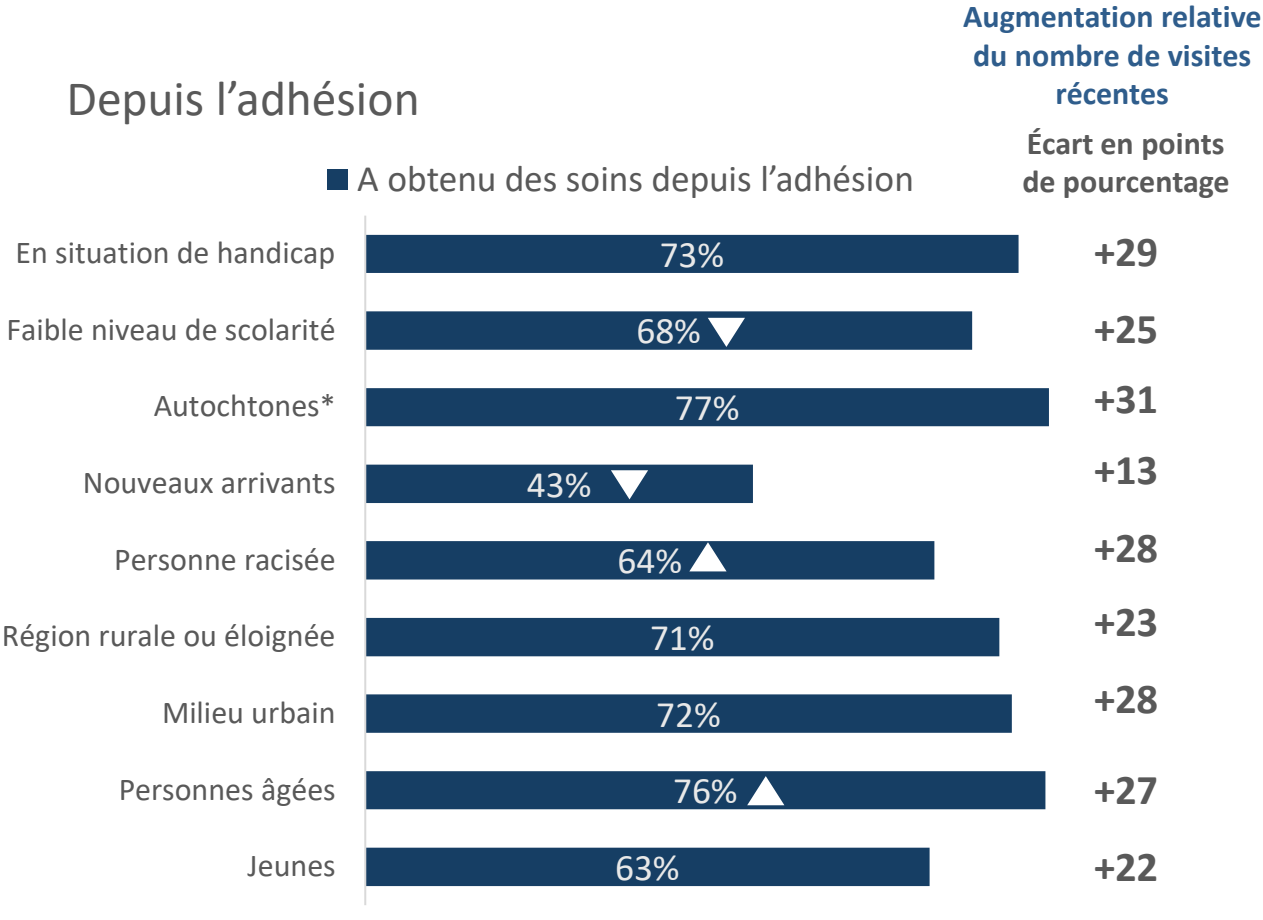
Accès aux soins de santé buccodentaire : Consulter un professionnel de la santé buccodentaire par groupe de clients

Dans tous les groupes de clients, une proportion plus élevée de répondants ont déclaré avoir consulté un professionnel de la santé buccodentaire depuis leur adhésion que ceux qui ont déclaré avoir consulté un professionnel de la santé buccodentaire au cours des 12 mois précédant la demande. Depuis l'adhésion, les nouveaux arrivants sont moins enclins à déclarer une visite (43 %), et des taux plus faibles ont également été observés chez les jeunes, les clients racisés et les personnes ayant un faible niveau de scolarité.

Avant de présenter une demande



Depuis l'adhésion



[Gauche] Q22 : Avant de présenter une demande pour le RCSD, à quand remonte la dernière fois où [vous / NOM DU CLIENT] avez consulté un professionnel de la santé buccodentaire pour des soins dentaires?

[À droite] Q24 : Depuis l'adhésion au RCSD, avez-vous [NOM DU CLIENT a-t-il/a-t-elle] consulté un professionnel de la santé buccodentaire?

Base : Membres du RCSD, n=2 157. La taille de la base varie d'un groupe à l'autre. *Les résultats pour les clients autochtones sont établis en fonction d'un échantillon plus petit (n<100).

▲ ▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Évolution autodéclarée de la douleur buccale

Plus d'un quart (27 %) des membres au RCSD ont signalé qu'ils avaient des douleurs buccales persistantes avant de présenter une demande au RCSD. Parmi ceux qui avaient déjà eu des douleurs buccales, 6 sur 10 (61 %) ont déclaré que les douleurs avaient diminué depuis leur adhésion. Les nouveaux demandeurs étaient plus enclins que les membres renouvelant leur adhésion à signaler des douleurs buccales persistantes avant de présenter une demande.

Douleur buccale avant l'adhésion

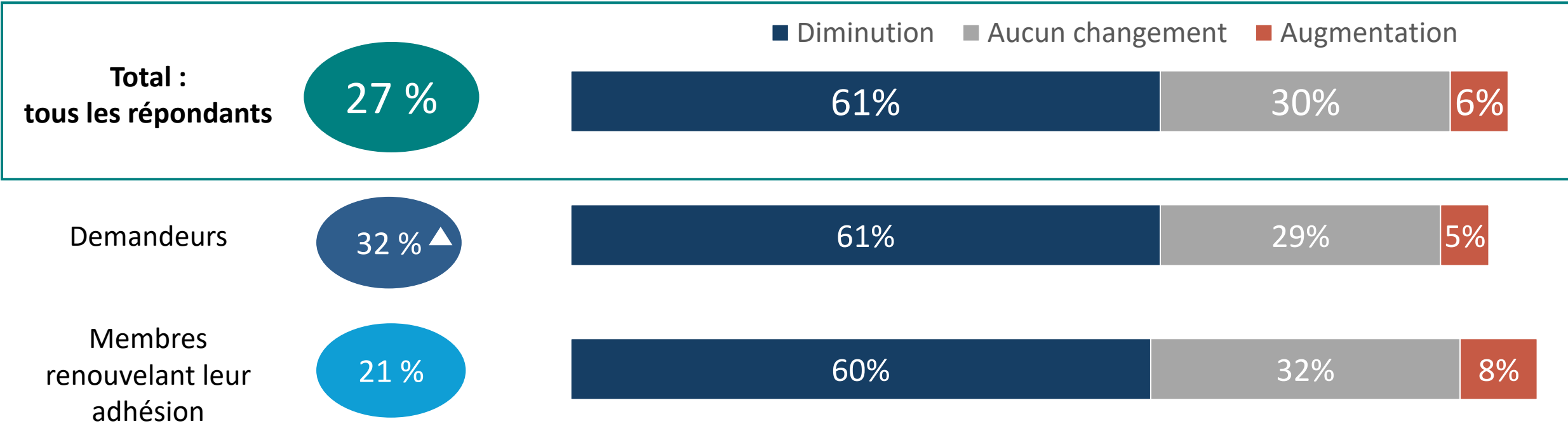
(Base : Total n=1 833 | Demandeurs n=944 | Membres renouvelant leur adhésion (n=939)

Parmi tous les membres du RCSD :

Douleur buccale depuis l'adhésion

(Base : Total n=504 | Demandeurs n=305 | Membres renouvelant leur adhésion (n=199)

Parmi les personnes qui ont déjà souffert de douleurs à la bouche



[Gauche] Q19 : Avant de présenter une demande pour le RCDS, aviez-vous des douleurs persistantes à la bouche? Base : Membres du RCSD
[À droite] Q23 : Depuis votre adhésion au RCSD, vos douleurs buccales ont-elles augmenté, diminué ou sont-elles restées les mêmes? Base : Les membres du RCSD qui avaient des douleurs à la bouche avant l'adhésion.

▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

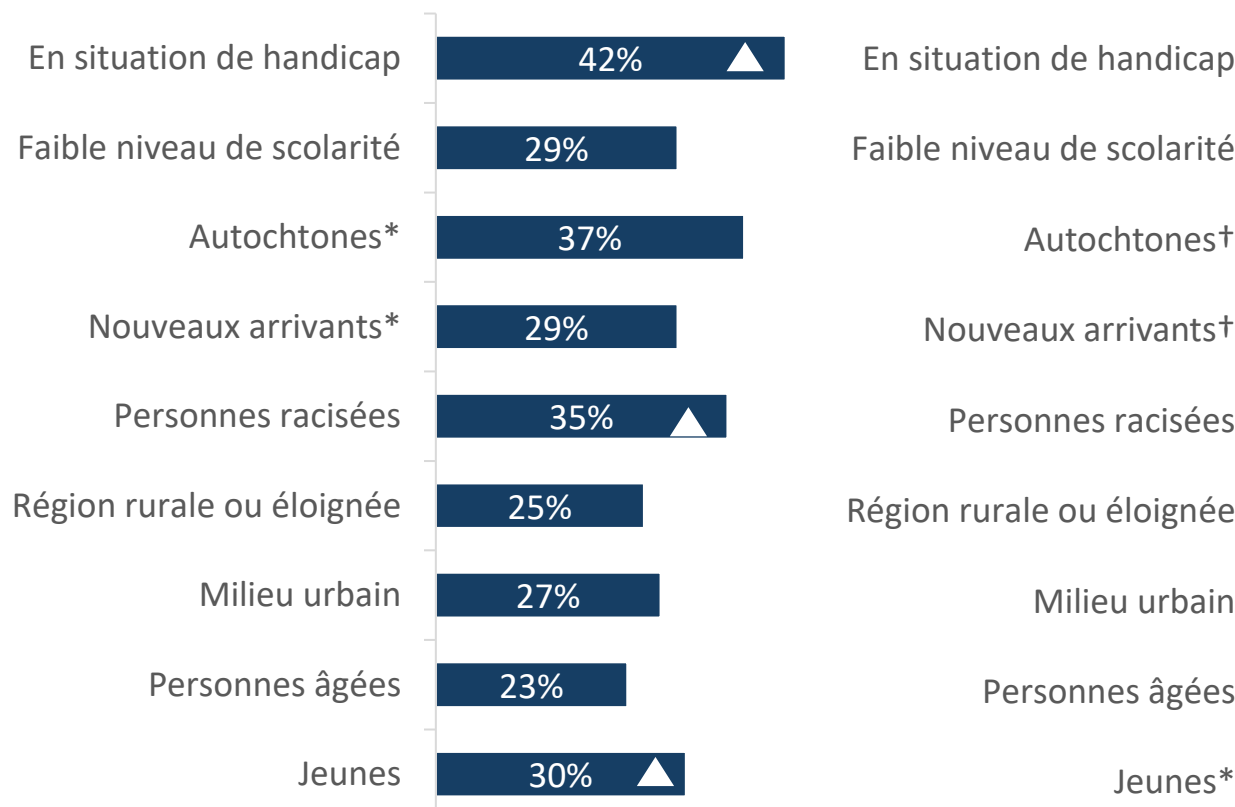
Clients signalant des douleurs buccales persistantes, en fonction des données démographiques

Avant de présenter une demande, la douleur buccale persistante rapporté était plus fréquente chez les clients en situation de handicap, les clients racisés et les jeunes, et moins fréquente chez les personnes âgées. Parmi les personnes qui rapportaient des douleurs persistantes à la bouche, les changements signalés depuis leur adhésion étaient globalement similaires d'un groupe de clients à l'autre.

Douleur buccale avant l'adhésion

(Base : Total n=1 883 | Demandeurs n=944 | Membres renouvelant leur adhésion (n=939))

% ayant signalé des douleurs à la bouche avant l'adhésion

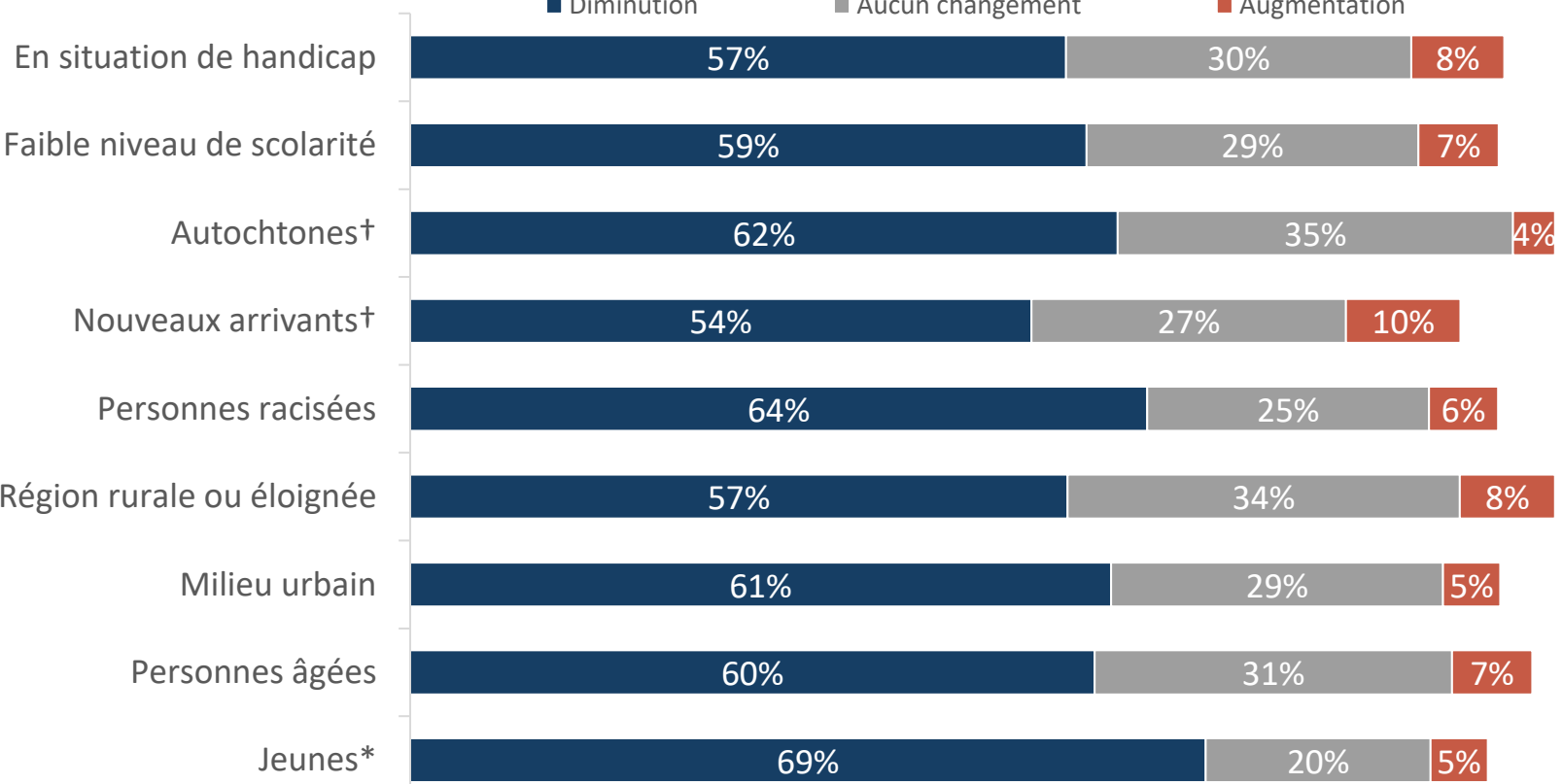


Douleur buccale depuis l'adhésion

(Base : Total n=504 | Demandeurs n=305 | Membres renouvelant leur adhésion n=199)

Parmi les personnes qui ont des douleurs persistantes à la bouche :

■ Diminution ■ Aucun changement ■ Augmentation



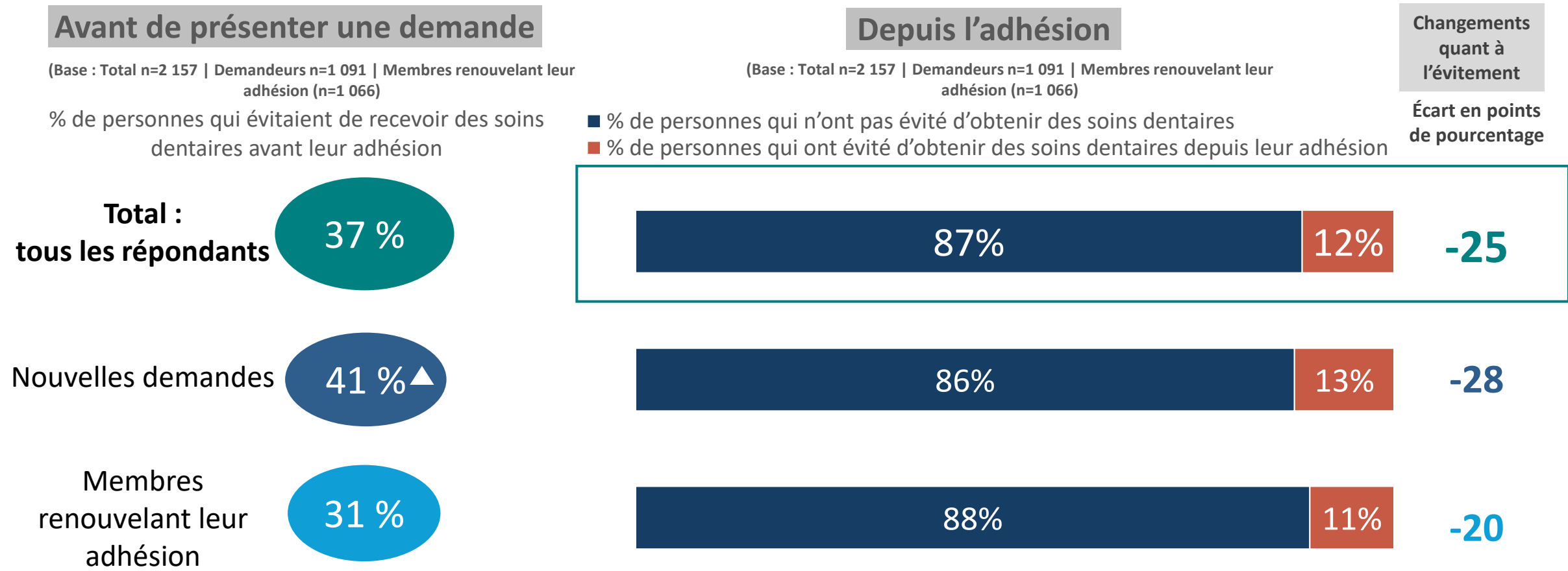
[Gauche] Q19 : Avant de présenter une demande pour le RCSD, aviez-vous des douleurs persistantes à la bouche? Base : Membre du RCSD.

[À droite] Q23 : Depuis votre adhésion au RCSD, vos douleurs buccales ont-elles augmenté, diminué ou sont-elles restées les mêmes? Base : Les membres du RCSD qui avaient des douleurs à la bouche avant l'adhésion. La taille de la base varie d'un groupe à l'autre. * Indique des échantillons plus petits (n<100) et † indique de très petits échantillons (n<30).

▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Évitement de l'obtention de soins de santé buccodentaire professionnels

Un plus faible nombre de répondants ont déclaré qu'ils évitaient les visites chez un professionnel de la santé buccodentaire depuis leur adhésion au RCSD (12 %) qu'avant de présenter une demande pour le régime (37 %). Les nouveaux demandeurs étaient plus enclins que les membres qui renouvelaient leur adhésion à éviter les soins dentaires avant l'adhésion.

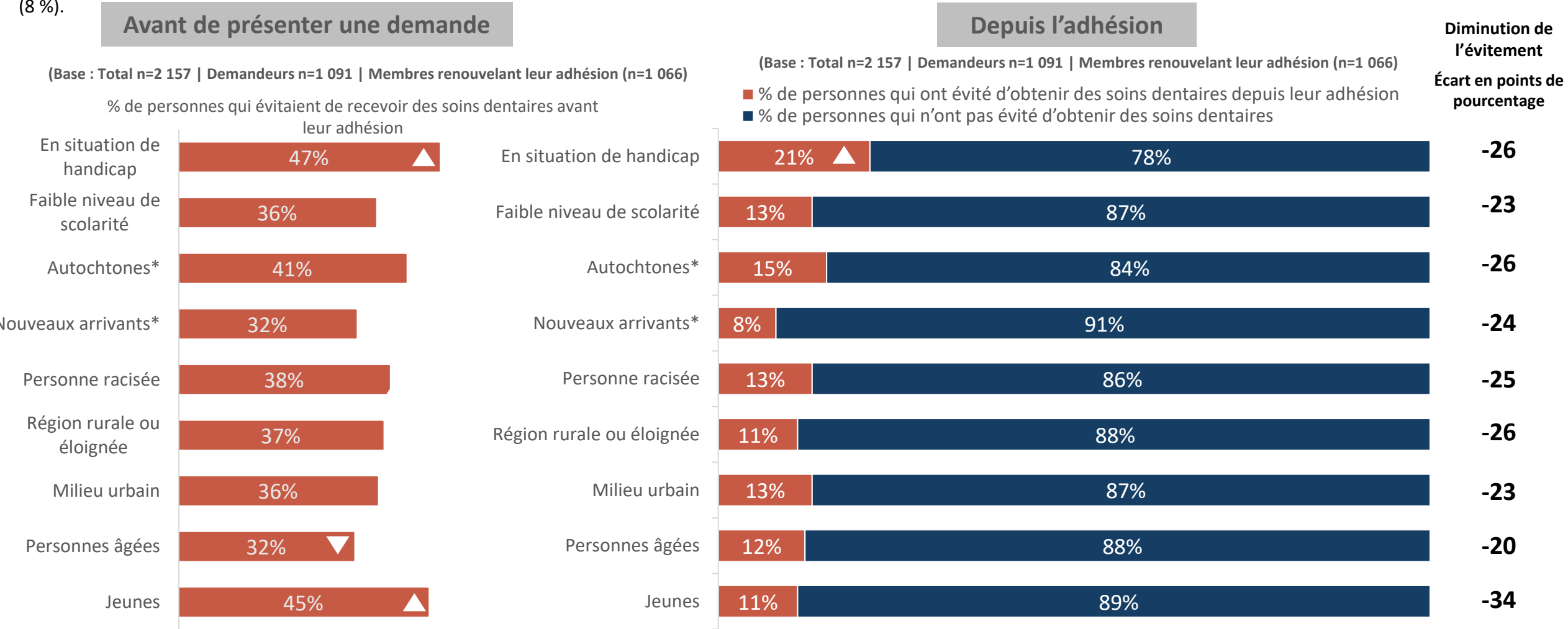


[Gauche] Q20 : Toujours dans les 12 mois précédant votre demande du RCSD [EN CAS DE RENOUELEMENT : pour la première fois], est-ce que [vous / CLIENT/ CLIENTE] avez/a évité de consulter un professionnel de la santé buccodentaire pour des soins dentaires pour quelque raison que ce soit?
[Droite] Q25 : Depuis l'adhésion au RCSD, [avez-vous / le CLIENT/ la CLIENTE a-t-il, a-t-elle] consulté un professionnel de la santé buccodentaire pour obtenir des soins dentaires?
Base : Membres du RCSD.

▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Évitement des soins de santé buccodentaire professionnels selon les données démographiques des clients

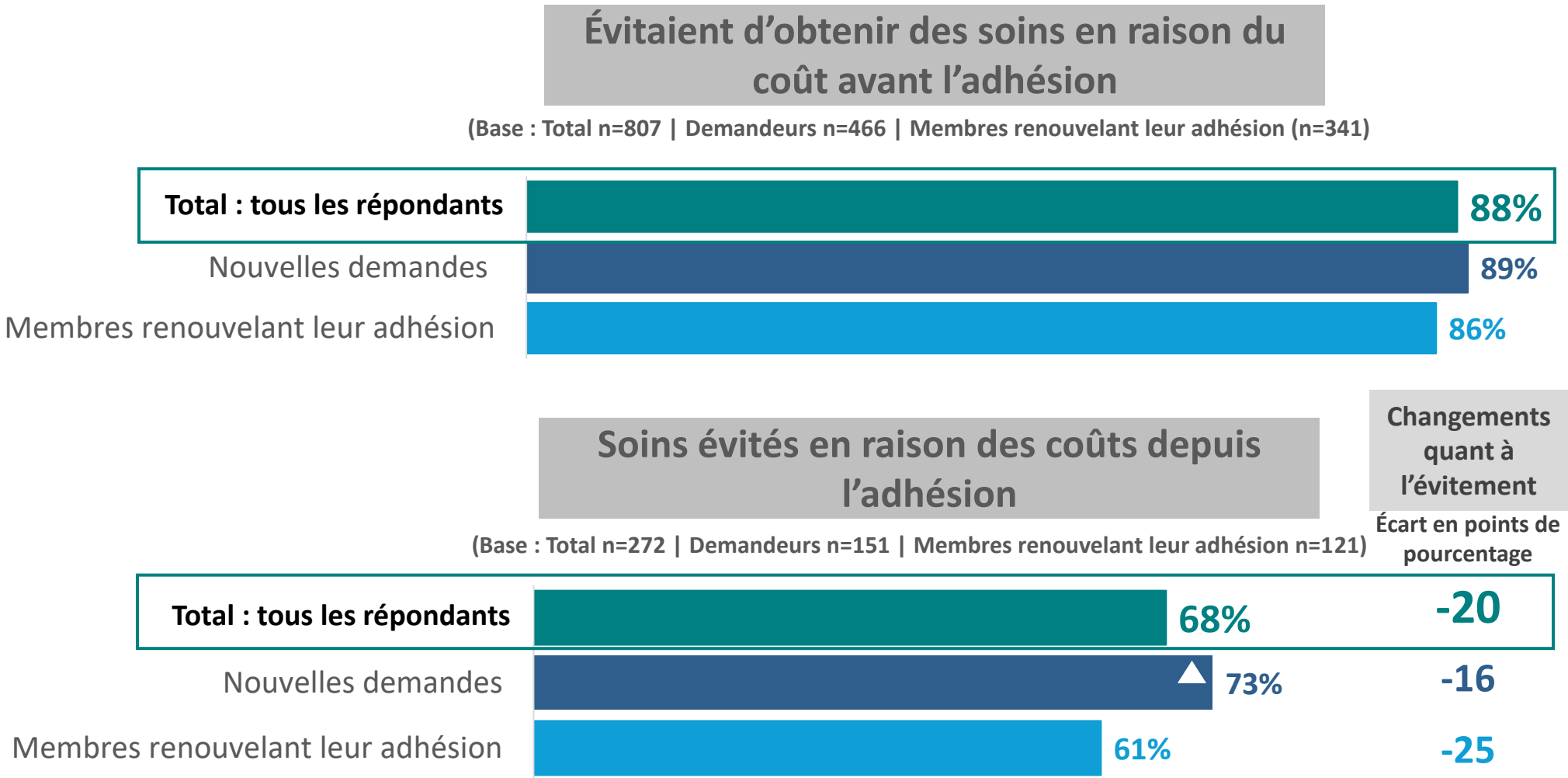
Tous les groupes de clients évitaient dans une mesure similaire d'obtenir des soins de santé buccodentaires avant l'adhésion au programme, allant de 32 % à 47 %. Les taux étaient plus élevés chez les clients en situation de handicap (47 %) et les jeunes (45 %). Le taux d'évitement déclaré est considérablement plus faible dans tous les groupes après l'adhésion au RCSD, allant de 8 % à 21 %. Les clients en situation de handicap constituent le groupe où le taux d'évitement demeure le plus élevé (21 %), tandis que les taux sont les plus faibles chez les nouveaux arrivants (8 %).



Incidence du coût sur la décision de consulter ou non un professionnel de la santé buccodentaire

Le coût est l'un des principaux obstacles à l'accès aux soins buccodentaires.

- Le taux d'évitement en raison du coût diminue après l'adhésion au RCSD, mais demeure important.
- Les nouveaux demandeurs sont plus enclins que les membres qui renouvellent leur adhésion à déclarer le coût comme un obstacle aux soins après l'adhésion.



[Haut] Q21: Le coût constituait-il un motif pour lequel [vous / NOM DU CLIENT / DE LA CLIENTE/ n'avez pas/ n'a pas] consulté un professionnel de la santé buccodentaire pour obtenir des soins dentaires?
[Bas] Q26 : Le coût était-il une raison pour laquelle [vous / NOM DU CLIENT/DE LA CLIENTE / n'avez pas / n'a pas] consulté un professionnel de la santé buccodentaire pour des soins dentaires?
Base : Les membres au RCSD qui ont évité de consulter un professionnel avant ou depuis qu'ils ont présenté leur demande.

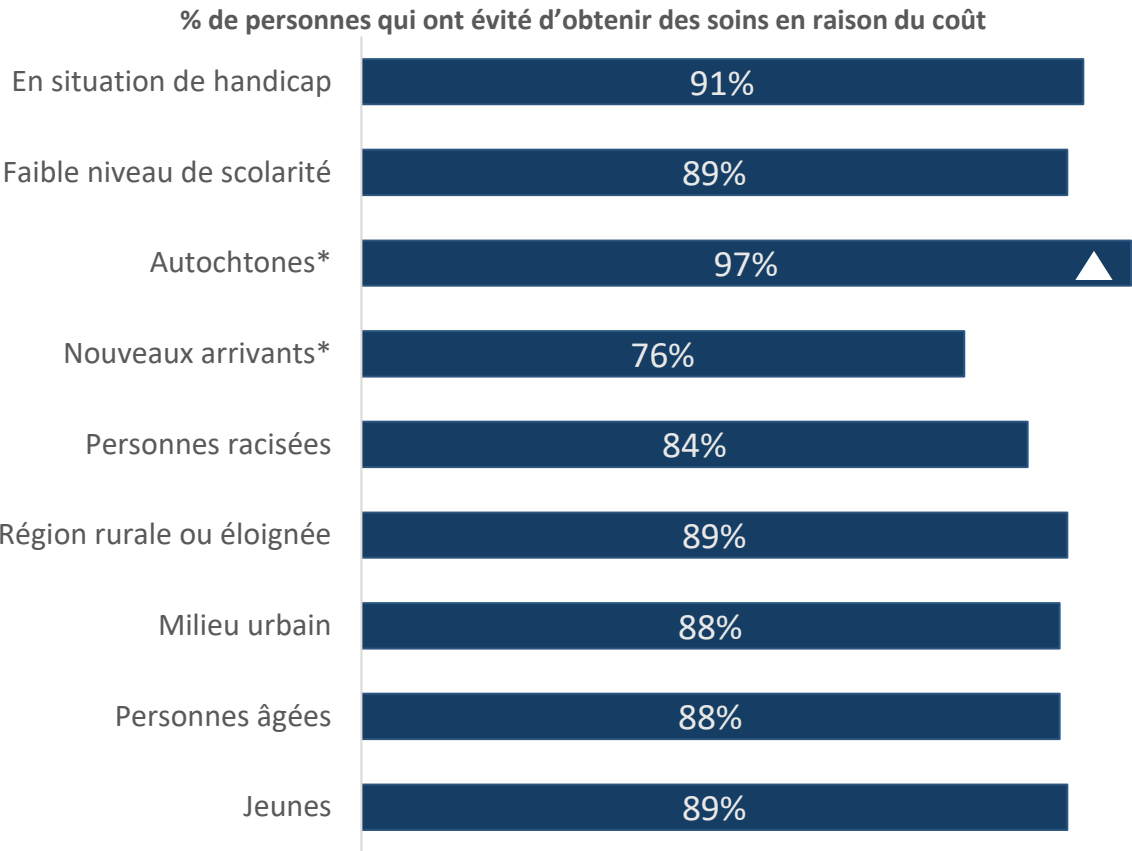
▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Incidence des coûts sur l'accès à un professionnel de la santé buccodentaire selon les données démographiques du client

Le coût était l'un des principaux facteurs d'évitement des soins buccodentaires dans tous les groupes démographiques avant l'adhésion, avec des taux allant de 76 % à 97 %. L'évitement lié aux coûts était le plus élevé parmi les clients autochtones (97 %). Depuis l'adhésion au RCSD, le coût a moins d'incidence dans tous les groupes pour lesquels des résultats sont disponibles. Cependant, le coût continue d'être un obstacle pour de nombreux clients; entre 61 % et 75 % d'entre eux ont déclaré que le coût était l'une des raisons pour lesquelles ils évitaient les soins buccodentaires depuis l'adhésion.

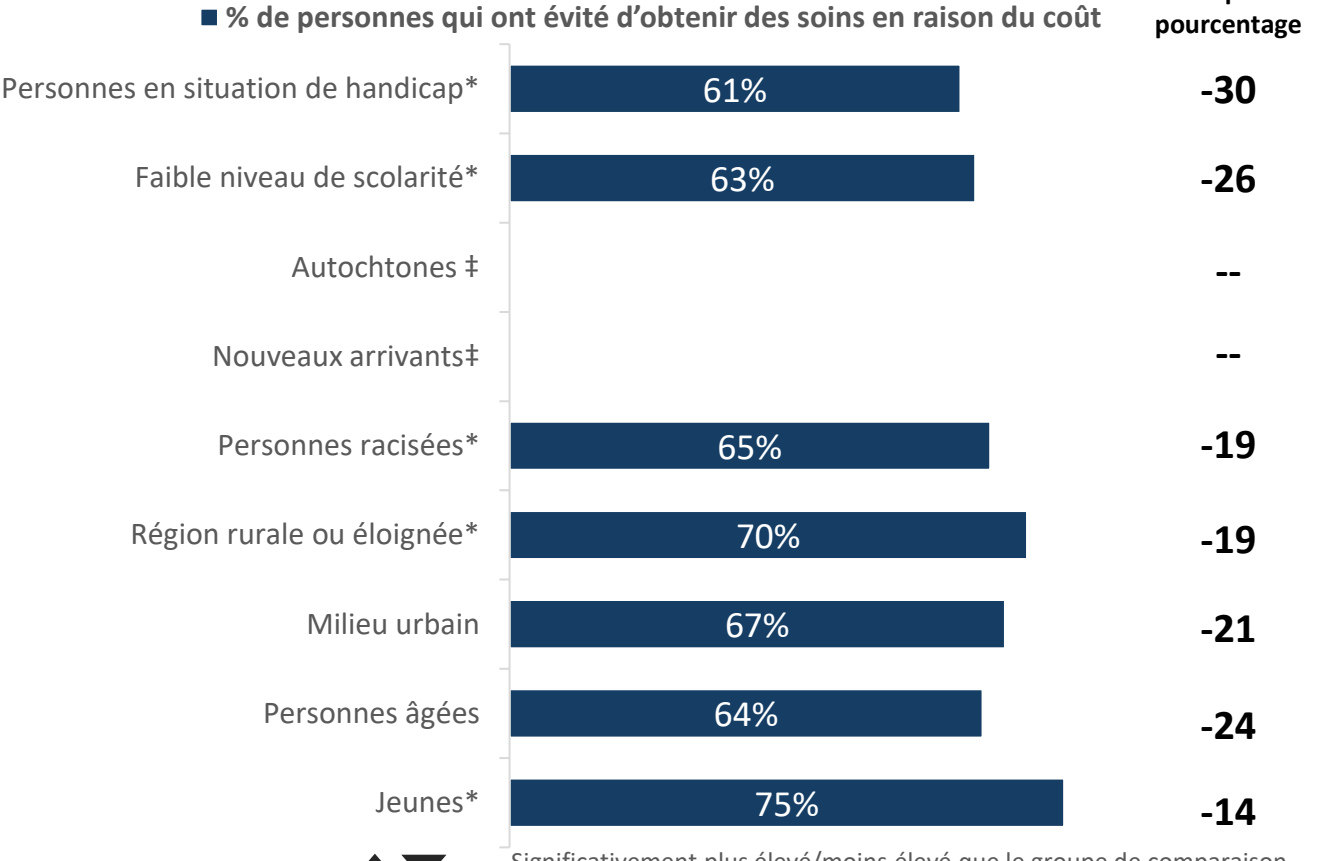
Avant de présenter une demande

(Base : Total n=807 | Demandeurs n=466 | Membres renouvelant leur adhésion (n=341)



Depuis l'adhésion

(Base : Total n=272 | Demandeurs = 151 | Membres qui renouvelent leur adhésion n=121)



Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

[Gauche] Q21: Le coût constituait-il un motif pour lequel [vous / NOM DU CLIENT / DE LA CLIENTE/ n'avez pas/ n'a pas] consulté un professionnel de la santé buccodentaire pour obtenir des soins dentaires?

[Droite] Q26 : Le coût était-il une raison pour laquelle [vous / NOM DU CLIENT/DE LA CLIENTE / n'avez pas / n'a pas] consulté un professionnel de la santé buccodentaire pour des soins dentaires?

Base : Membres du RCSD qui ont évité de consulter un professionnel avant ou depuis leur adhésion.

La taille de la base varie d'un groupe à l'autre. ‡ indique que les résultats sont supprimés en raison du faible nombre de valeurs correspondantes (<10).



Profil des clients de Service Canada : DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Caractéristiques démographiques – Clients de Service Canada [1/2]

Les prochaines diapositives présentent les caractéristiques démographiques des **clients de Service Canada** qui ont répondu au sondage.



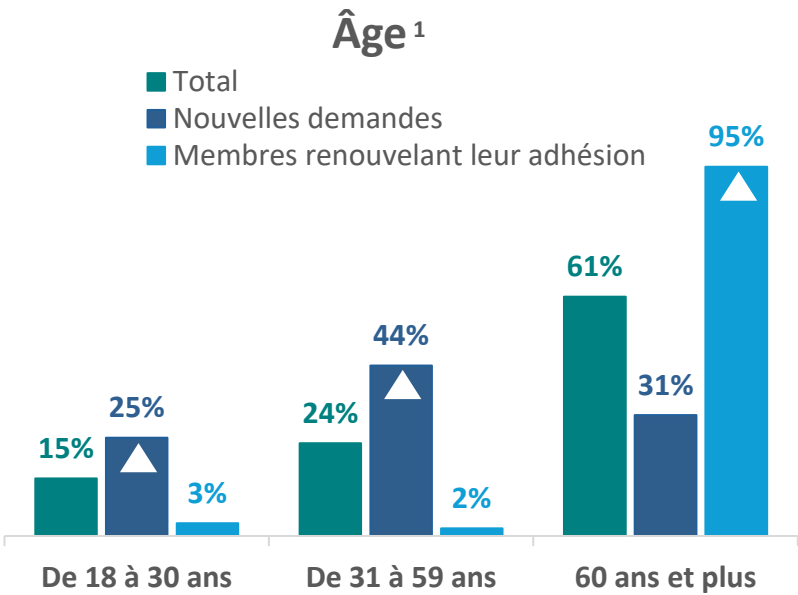
OUEST + TERRITOIRES	ONTARIO	QUÉBEC	ATLANTIQUE
Total : 24 %	Total : 42 %	Total : 28 %	Total : 6 %
Demandeurs : 26 %	Demandeurs : 41 %	Demandeurs : 27 %	Demandeurs : 6 %
Membres renouvelant leur adhésion : 22 %	Membres renouvelant leur adhésion : 42 %	Membres renouvelant leur adhésion : 29 %	Membres renouvelant leur adhésion : 6 %

Caractéristiques démographiques – clients de Service Canada [2/3]

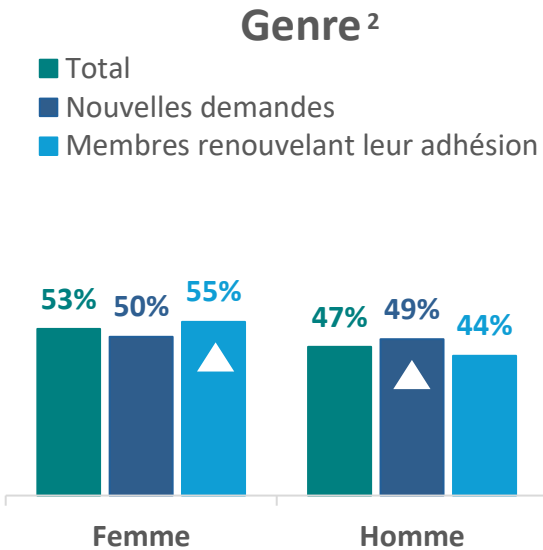
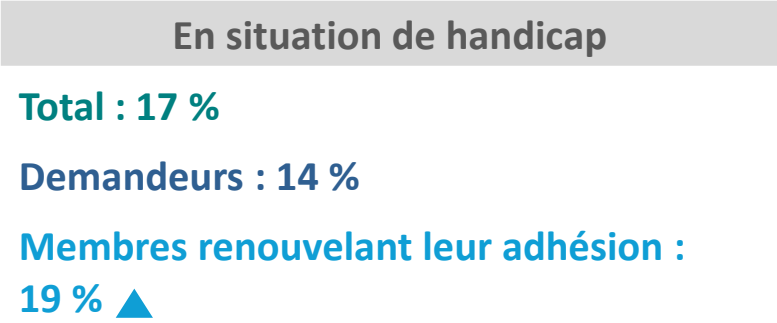
Les clients de Service Canada étaient répartis de façon relativement égale selon le sexe, bien que les membres qui renouvelaient leur adhésion étaient plus souvent des femmes, et les nouveaux demandeurs étaient plus souvent des hommes.

Les demandeurs avaient tendance à être plus jeunes, 69 % d’entre eux ayant moins de 60 ans, tandis que presque tous les membres qui renouvelaient leur adhésion (95 %) étaient âgés de 60 ans ou plus.

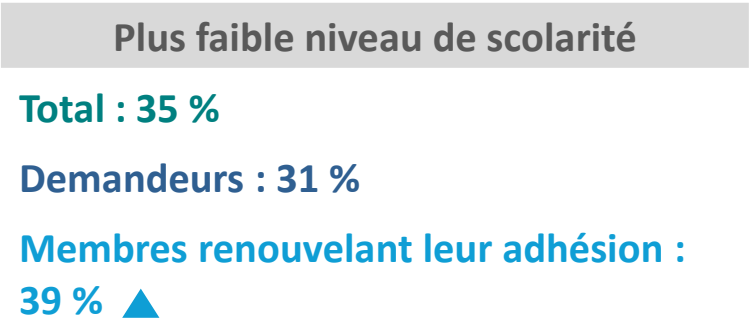
Relativement peu de clients ont déclaré avoir une invalidité (17 % dans l’ensemble), et les membres qui renouvellent leur adhésion étaient plus enclins que les demandeurs à le faire (19 % par rapport à 14 %). Dans le même ordre d’idées, les membres ayant renouvelé leur adhésion étaient plus susceptibles d’indiquer avoir un diplôme d’études secondaires ou un niveau d’études inférieur (39 % par rapport à 31 %).



1. Base : n=1 926; exclut les personnes à charge.



2. Une troisième option était disponible pour le genre, mais la base était trop petite pour en tenir compte.



▲▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Caractéristiques démographiques – clients de Service Canada [3/3]

Comparativement aux membres qui renouvellent leur adhésion, les nouveaux demandeurs sont plus susceptibles de s'identifier comme racisés (29 % par rapport à 8 %), d'être de nouveaux arrivants au Canada (10 % par rapport aux données supprimées) et de vivre en milieu urbain (79 % par rapport à 70 %).

Les membres qui renouvellent leur adhésion sont plus susceptibles d'être peu versés en informatique (26 % par rapport à 12 %) et de vivre dans des régions rurales ou éloignées (30 % par rapport à 21 %).

La représentation des Autochtones est similaire dans tous les groupes, et peu de répondants déclarent ne parler ni l'anglais ni le français.

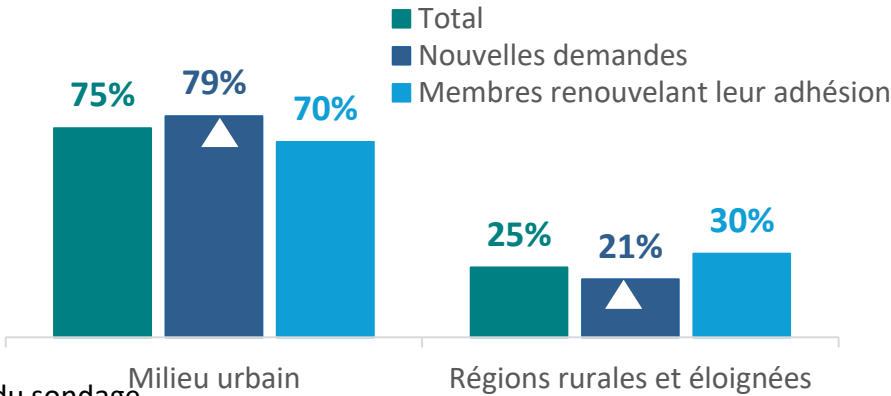
Personnes racisées

Total : 19 %
Demandeurs : 29 % ▲
Membres renouvelant leur adhésion : 8 %

Nouveaux arrivants

Total : 6 %
Demandeurs : 10 %
Membres renouvelant leur adhésion : ‡

Lieu de résidence



Autochtones

Total : 3 %
Demandeurs : 3 %
Membres renouvelant leur adhésion : 3 %

Non anglophones / francophones

Total : 3 %
Demandeurs : 3 %
Membres renouvelant leur adhésion : 1 %

Personnes peu versées en informatique

Total : 18 %
Demandeurs : 12 %
Membres renouvelant leur adhésion : 26 % ▲

▲ ▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison..

Variables : Toutes les variables sont des variables du sondage.
Base : Clients de Service Canada, n=2 201 (excluant les cas de non-réponse). Données pondérées.

*Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100). ‡ indique que les résultats sont supprimés en raison du faible nombre de valeurs correspondantes (<10). Phoenix SPI

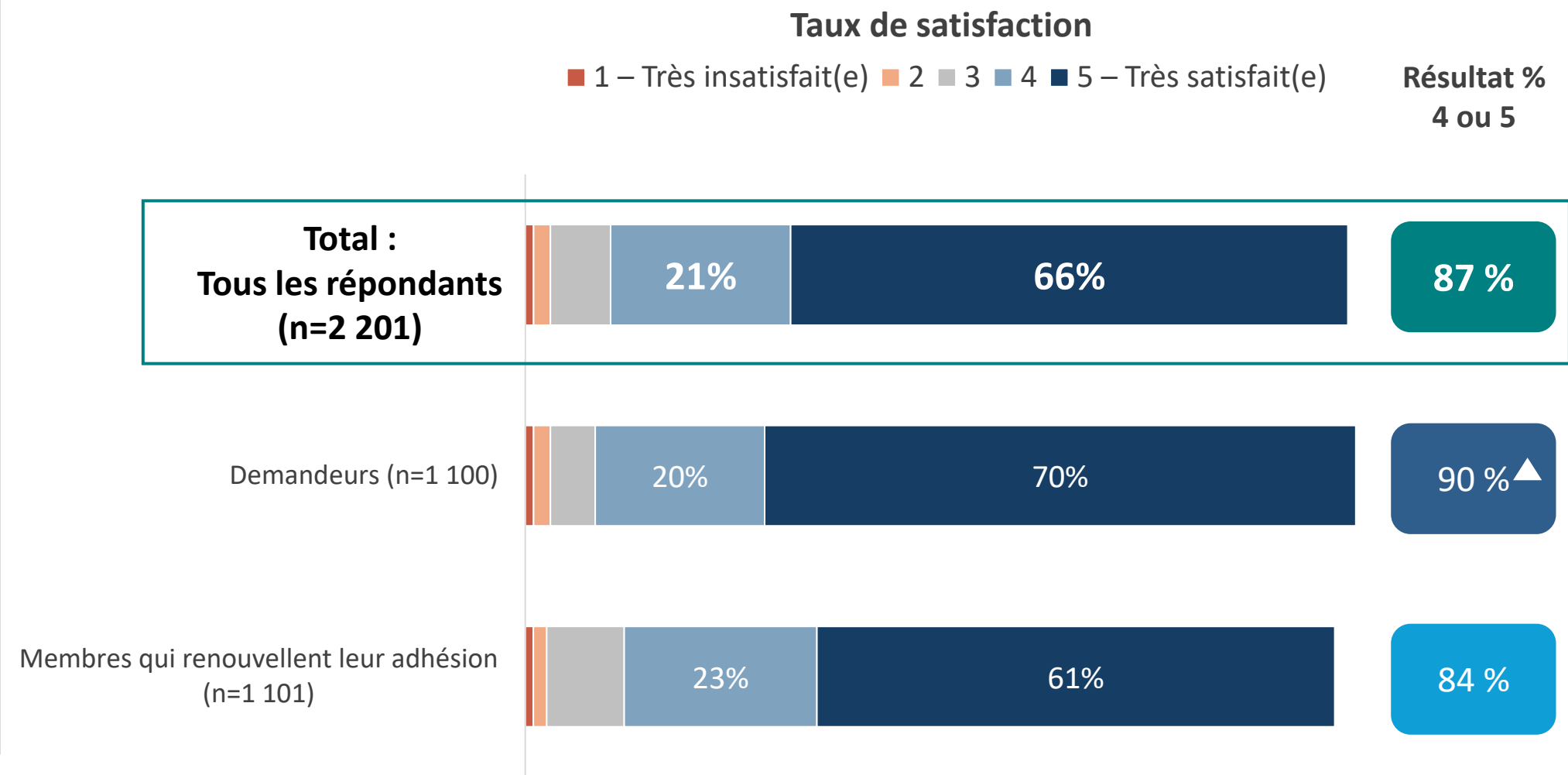


Conclusions détaillées : EXPÉRIENCE CLIENT

1. Mesures principales de l'expérience client

Rendement : Satisfaction globale

La satisfaction à l'égard de Service Canada est élevée dans l'ensemble, les demandeurs étant plus enclins que les membres renouvelant leur adhésion à déclarer qu'ils sont satisfaits (90 % par rapport à 84 %; résultats de 4 ou 5 sur 5).



Une fois de plus, pensez à l'ensemble des services que vous avez reçus, depuis la collecte des renseignements jusqu'à la prise de décision concernant votre demande...
Q18 : Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) des services reçus de Service Canada? / Base : Clients de Service Canada.

▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

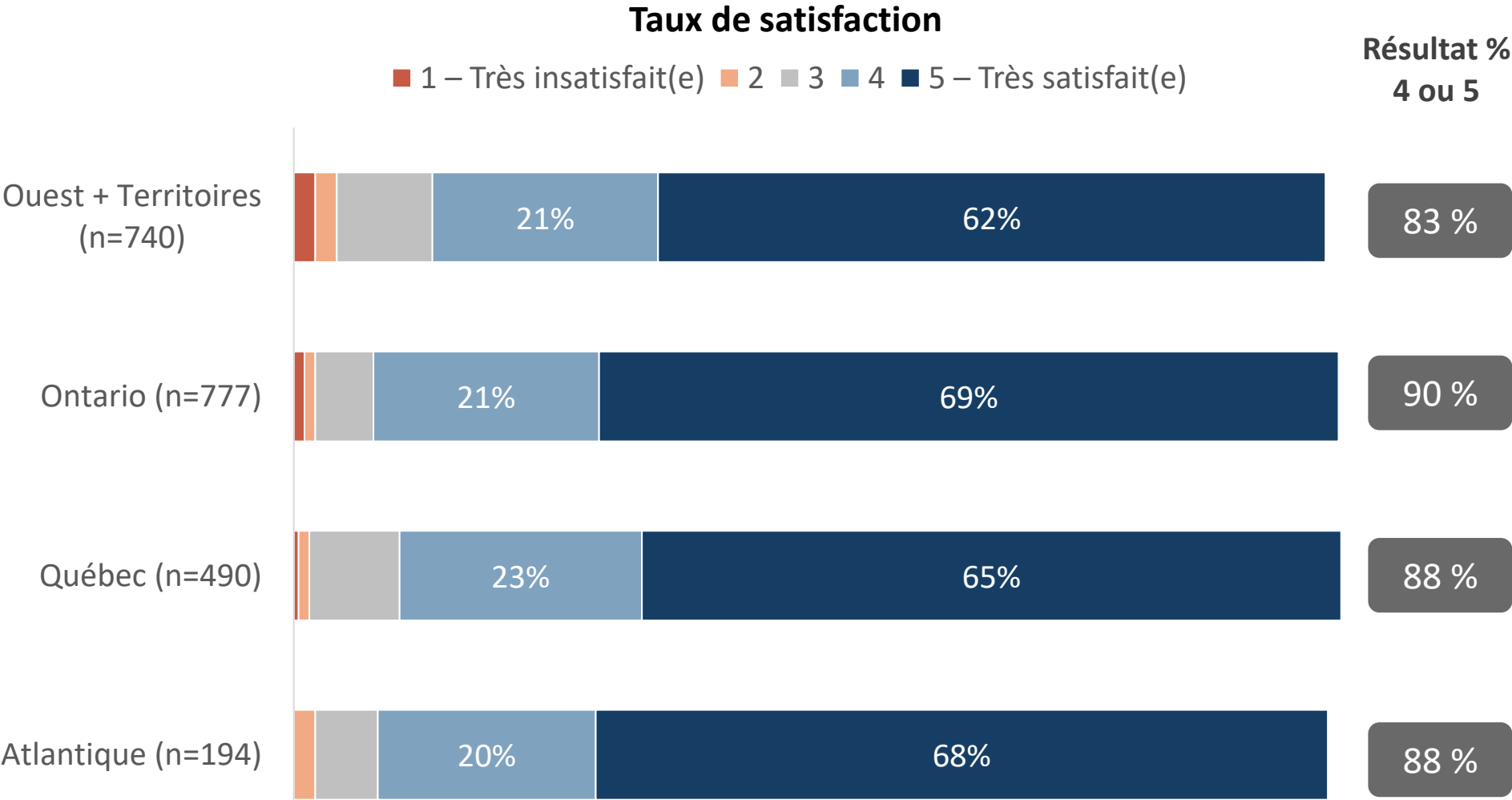
Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Rendement : Satisfaction globale selon la région

Le taux de satisfaction globale à l'égard de Service Canada est élevé dans toutes les régions : de 83 % à 90 % des répondants ont attribué une note de 4 ou 5 sur 5 pour ce qui est de leur expérience.

Les répondants de l'Ontario (90 %) et du Québec (88 %) sont plus enclins que ceux de l'Ouest et des Territoires (83 %) ¹ à déclarer qu'ils sont satisfaits du service reçu.

Le taux d'insatisfaction est faible dans toutes les régions : de 1 % à 5 % des répondants ont attribué une note de 1 ou 2 sur 5 pour ce qui est de leur expérience.



1. Les différences entre cette région et le Canada atlantique ne sont pas importantes.

Une fois de plus, pensez à l'ensemble des services que vous avez reçus, depuis la collecte des renseignements jusqu'à la prise de décision concernant votre demande...

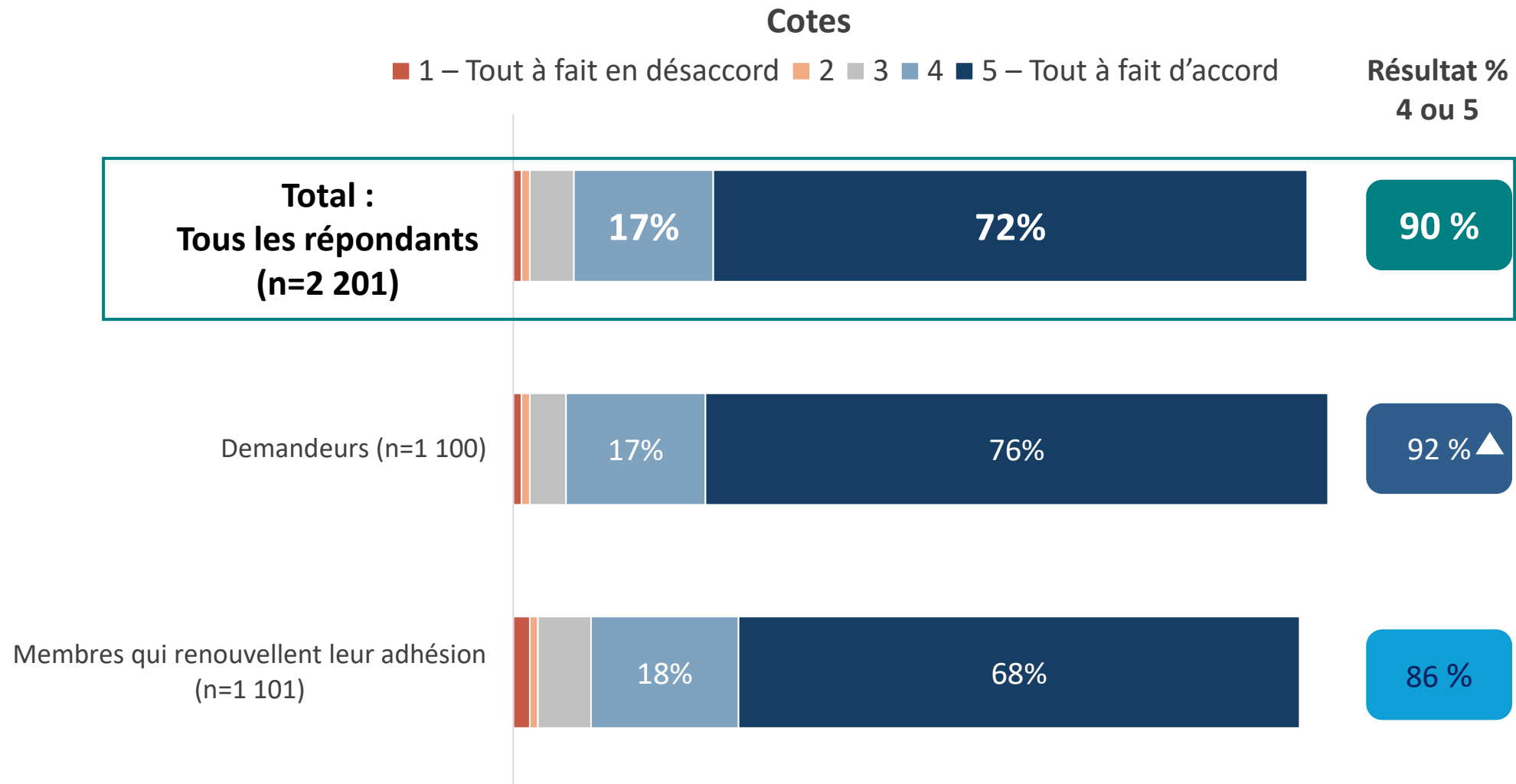
Q18 : Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) des services reçus de Service Canada? / Base : Clients de Service Canada.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Rendement : Facilité générale

La plupart des clients (90 %) étaient d'accord pour dire qu'il était facile de présenter une nouvelle demande ou de renouveler leurs prestations dentaires, et 72 % étaient tout à fait d'accord.

Les nouveaux demandeurs sont plus nombreux que les membres qui renouvellent leur adhésion à trouver que le processus est facile (92 % par rapport à 86 %).



Q17g : Dans l'ensemble, a-t-il été facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour des prestations dentaires?
Base : Clients de Service Canada.

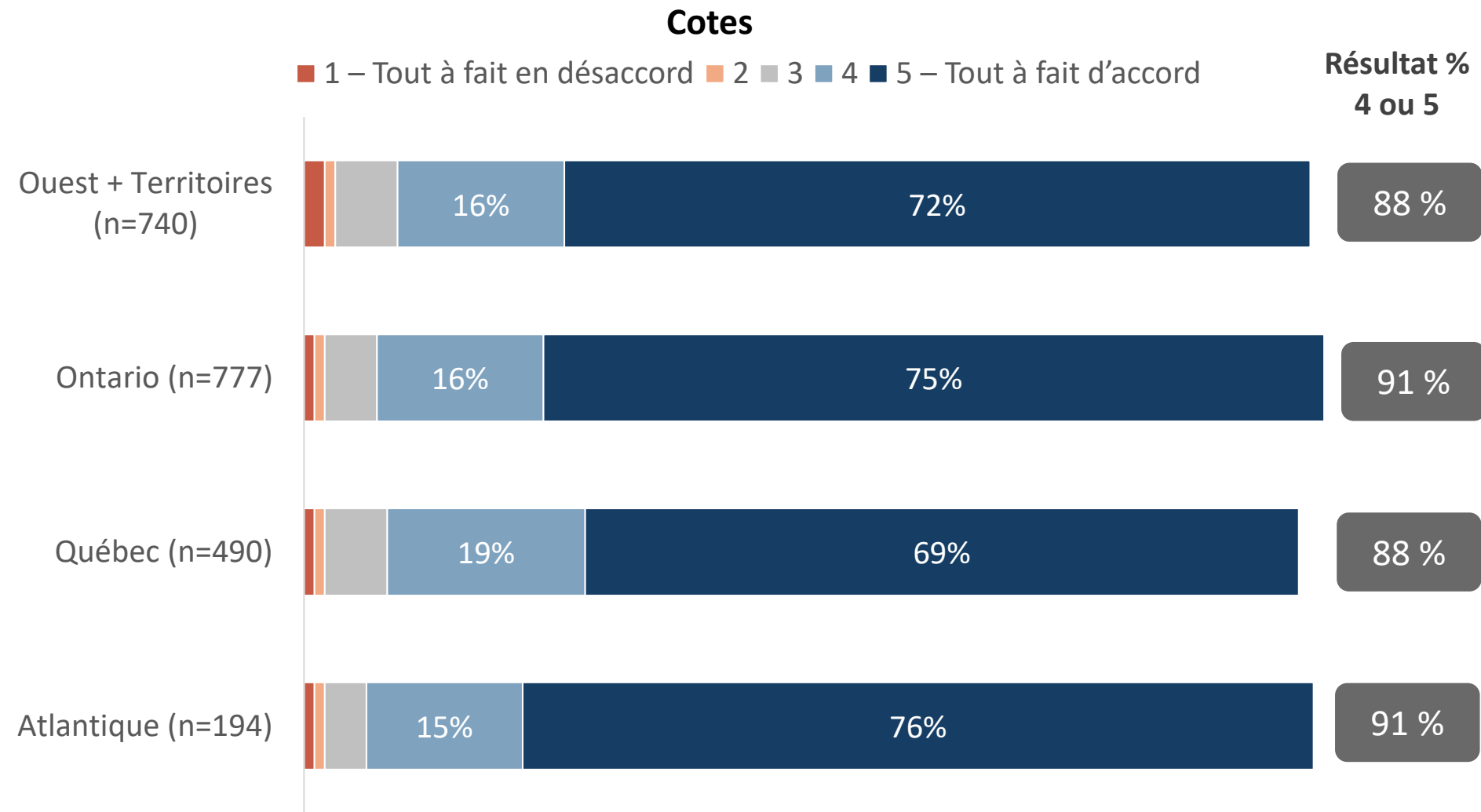
Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

▲▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Rendement : Facilité globale selon la région

La facilité de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour des prestations dentaires est très bien cotée dans toutes les régions, et au moins 88 % des clients de Service Canada ont attribué une cote de 4 ou 5.

La plupart des répondants ont attribué la note la plus élevée possible (une note de 5), en particulier en Ontario (75 %) et dans les provinces de l'Atlantique (76 %).

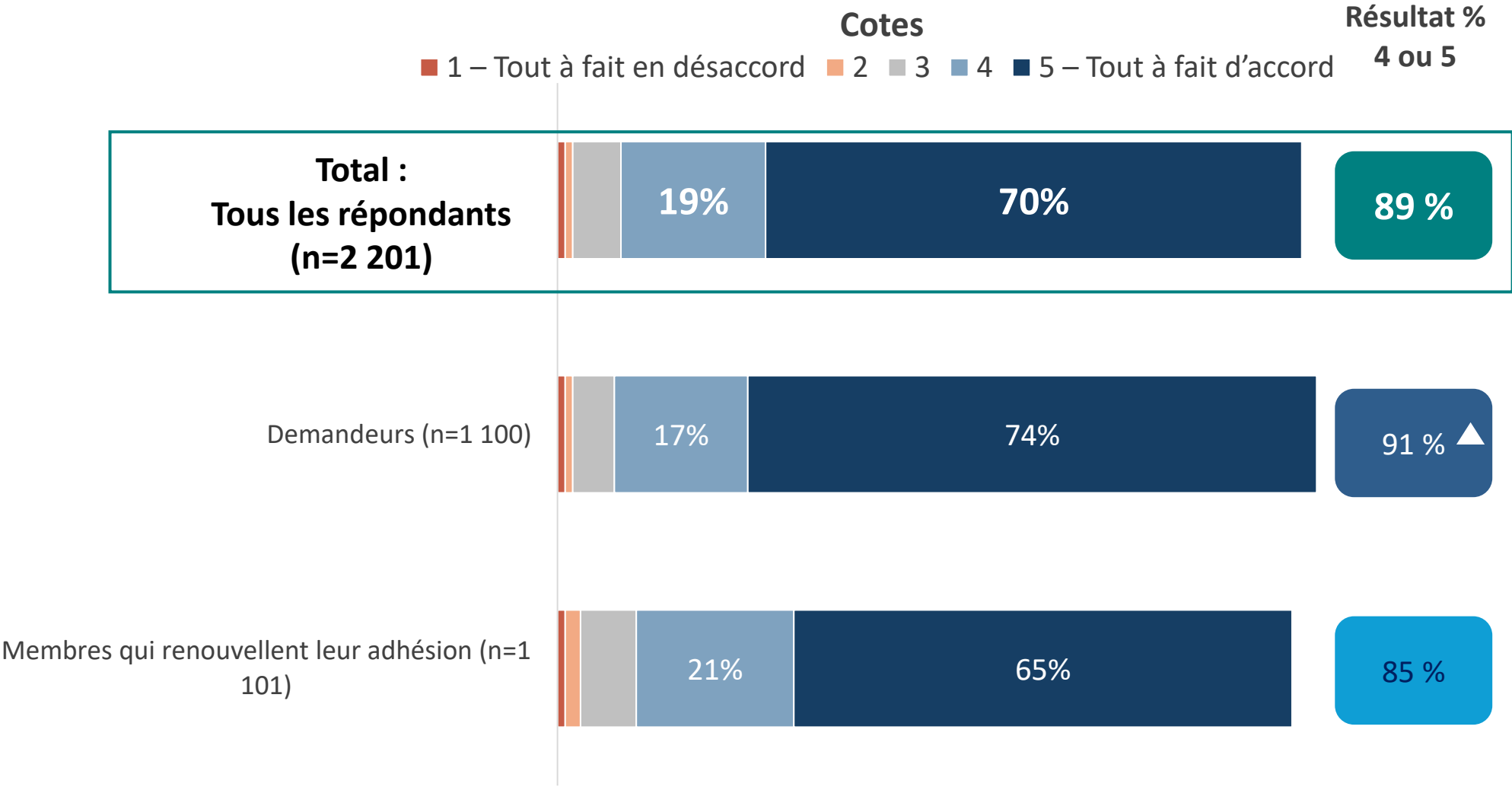


Q17g : Dans l'ensemble, a-t-il été facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour des prestations dentaires? / Base : Clients de Service Canada.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Rendement : Efficacité globale

La plupart des clients affirment pouvoir franchir toutes les étapes de leur demande initiale ou de leur demande de renouvellement sans difficulté; le taux d'efficacité déclaré était plus élevé parmi les nouveaux demandeurs (91 %) que chez les membres qui renouvelaient leur adhésion (85 %).



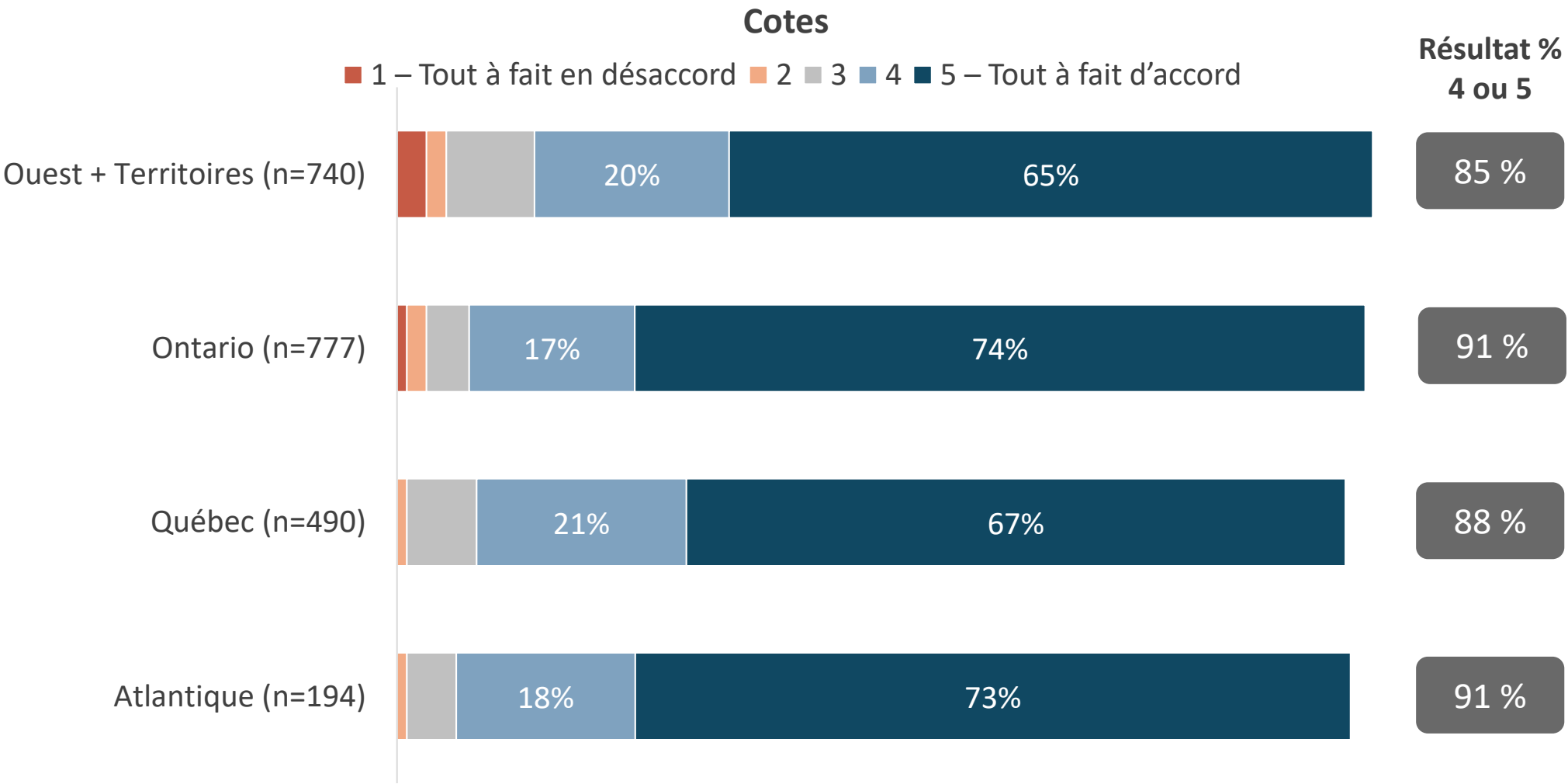
Q17a : Vous êtes parvenu(e) à franchir toutes les étapes sans difficulté. / Base : Clients de Service Canada.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Rendement : Efficacité globale par région

L'efficacité perçue est élevée dans toutes les régions, bien que les cotes soient plus faibles dans l'Ouest et les territoires (85 %) que dans l'Ontario (91 %) et le Canada atlantique (91 %).



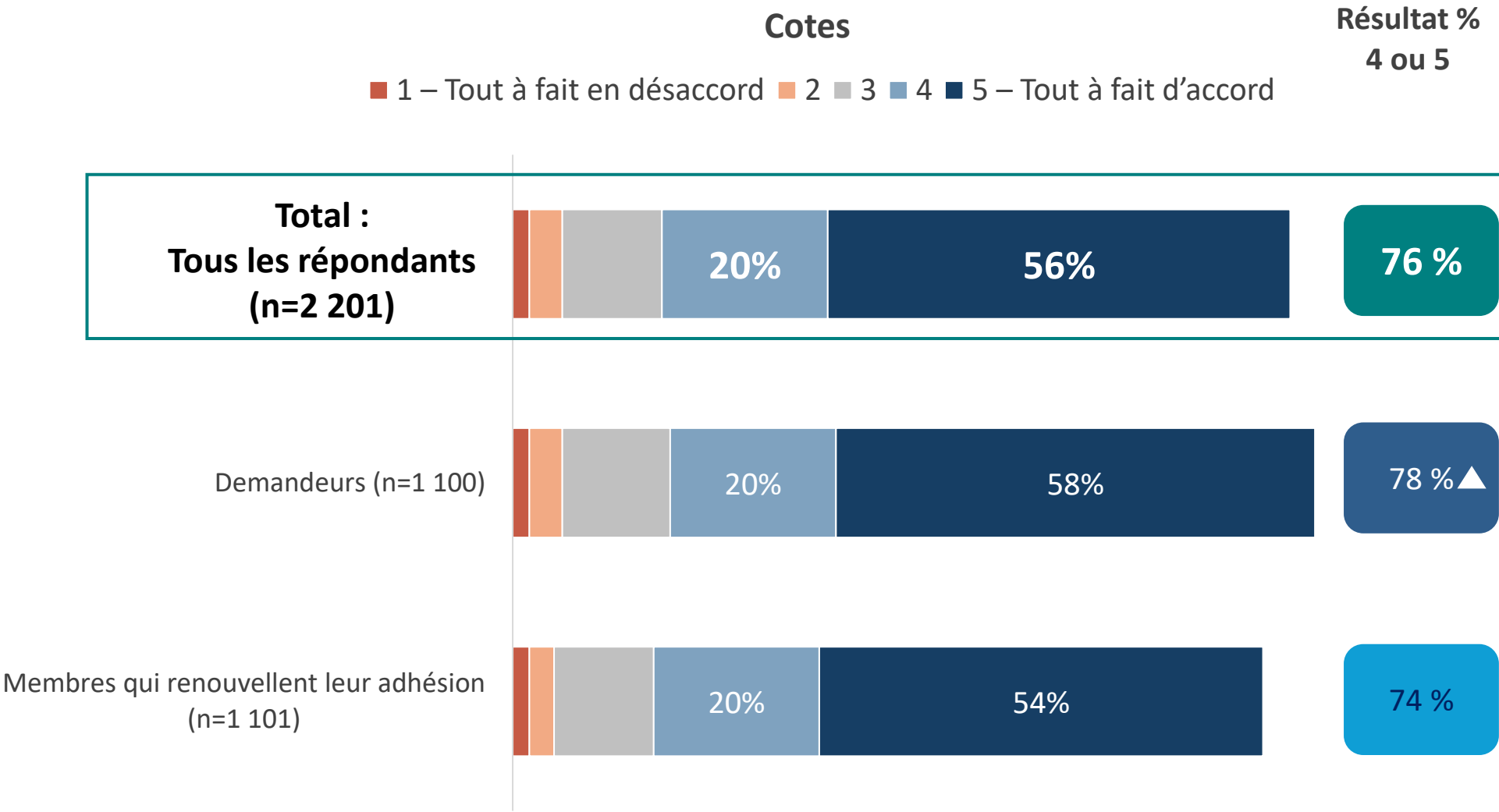
Q17a : Vous êtes parvenu(e) à franchir toutes les étapes sans difficulté. / Base : Clients de Service Canada.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Rendement : Émotion générale

Trois quarts des clients (76 %) ont indiqué qu'ils avaient la confiance que tout problème rencontré lors du processus de demande ou de renouvellement serait facilement résolu.

La confiance est plus élevée chez les demandeurs (78 %) que chez les membres qui renouvellent leur adhésion (74 %).



Q17m : Vous étiez convaincu(e) que vos problèmes seraient facilement résolus. / Base : Clients de Service Canada.

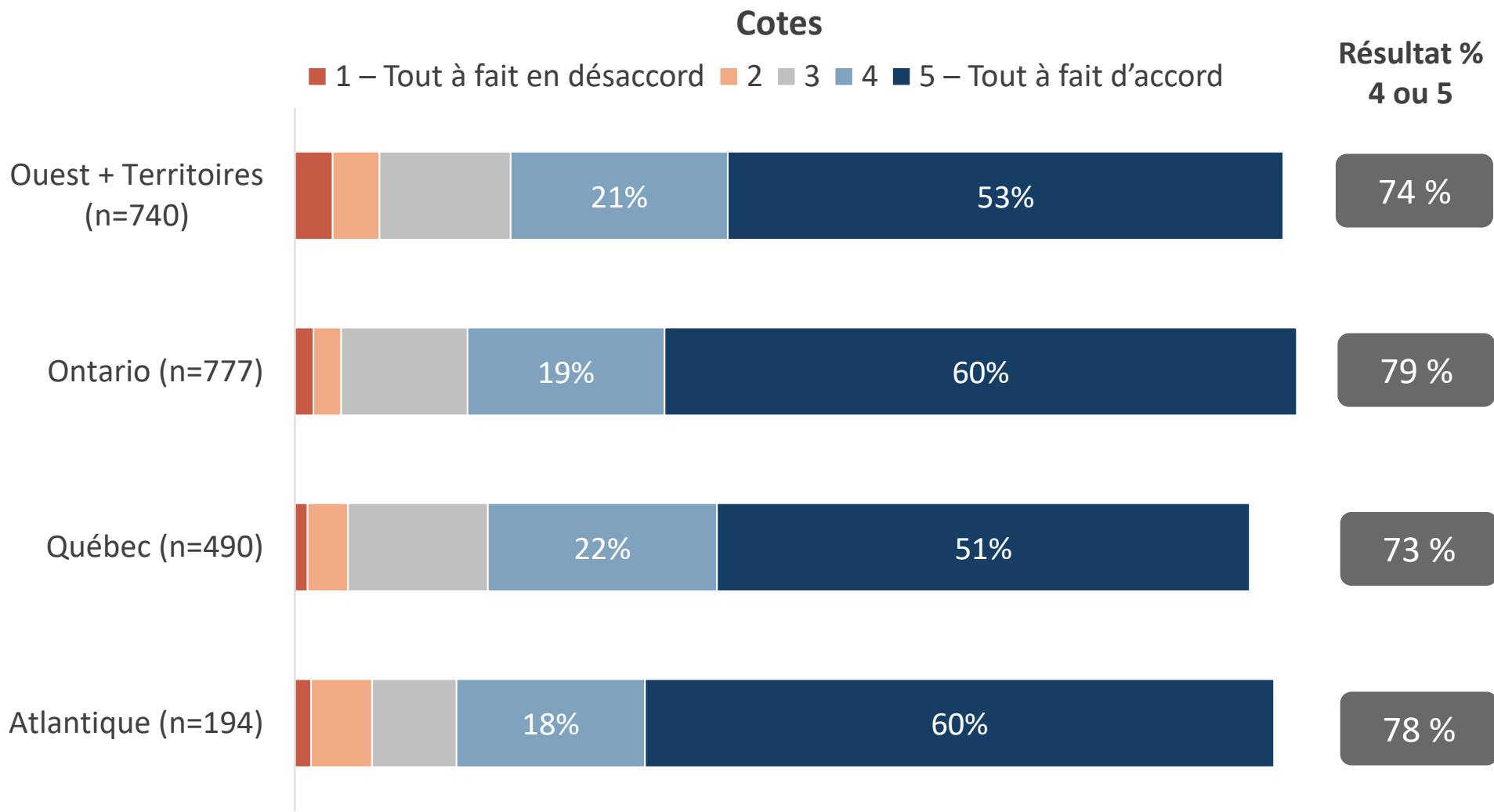
Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Rendement : Émotion globale selon la région

Le taux de confiance que les problèmes seraient facilement résolus est généralement positif dans toutes les régions : entre 73 % et 79 % des répondants attribuent une cote de 4 ou 5.

Les répondants de l'Ontario (79 %) sont plus enclins que ceux de l'Ouest et des Territoires (74 %) et du Québec (73 %) à déclarer avoir la confiance que les problèmes seraient résolus.

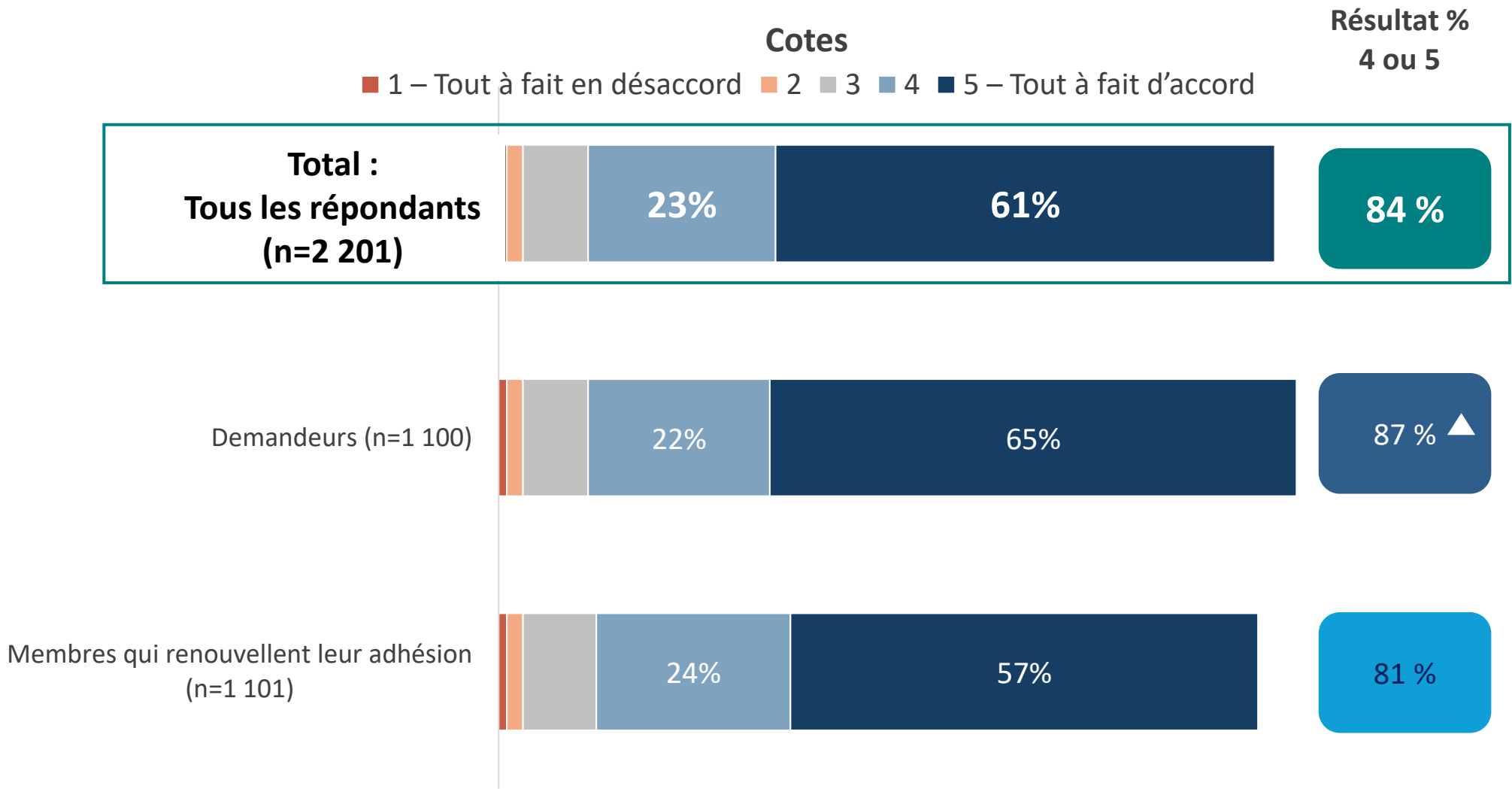


Q17m : Vous étiez convaincu(e) que vos problèmes seraient facilement résolus. / Base : Clients de Service Canada.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Rendement : la durée raisonnable du parcours client

La plupart des clients ont indiqué que le temps requis pour présenter leur nouvelle demande ou leur demande de renouvellement était raisonnable; les perceptions étaient plus positives chez les demandeurs (87 %) que chez les membres qui renouvellent leur adhésion (81 %).



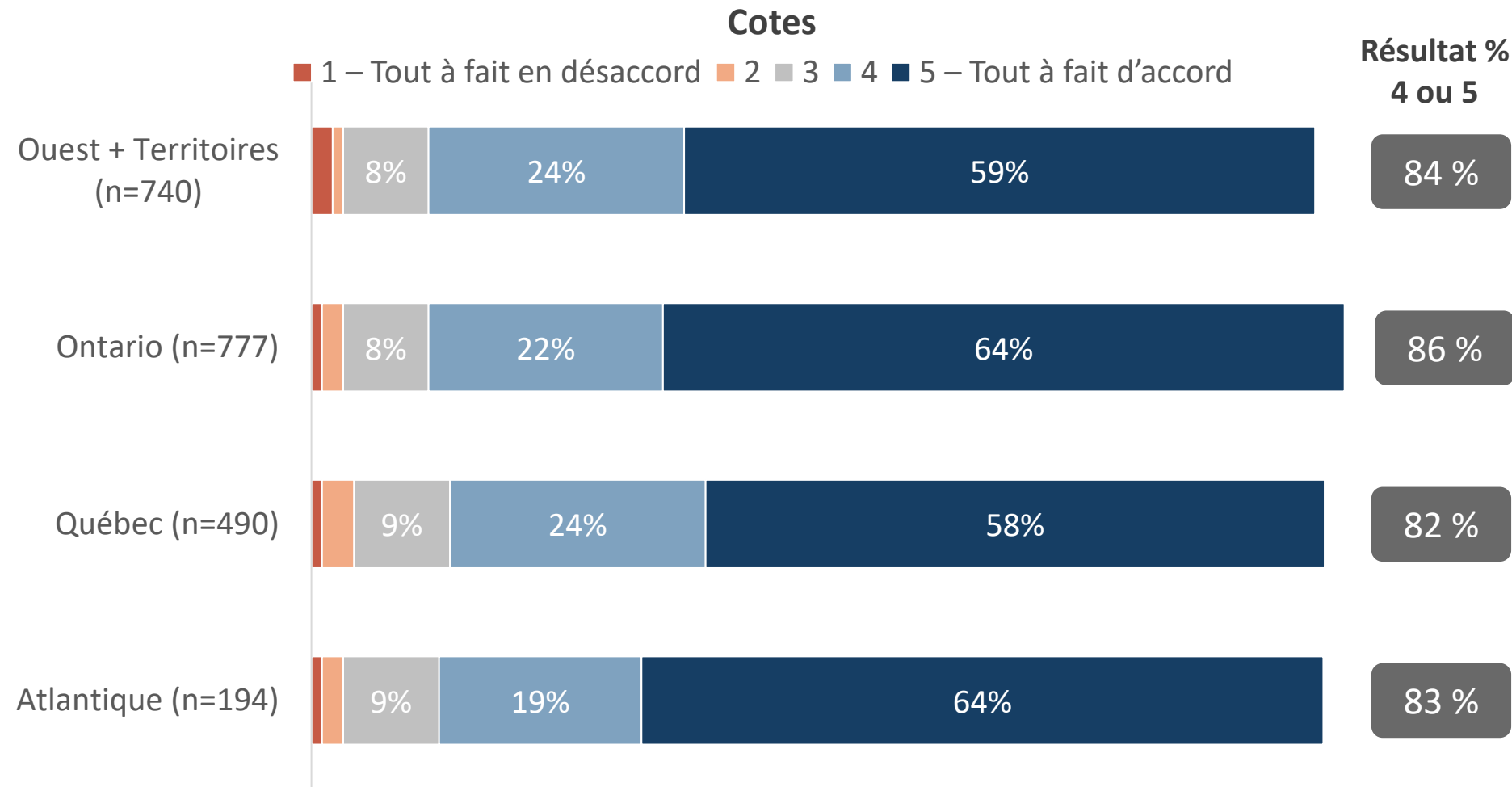
Q17n : La durée du processus, depuis la collecte des renseignements [POUR UN RENOUVELLEMENT : nécessaires pour le renouvellement] jusqu'à la prise de décision concernant votre [POUR UN RENOUVELLEMENT : renouvellement] demande, était raisonnable. / Base : Clients de Service Canada.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Rendement : la durée raisonnable du parcours client par région

La plupart des répondants de toutes les régions estiment que le temps qu'il a fallu pour obtenir une décision était raisonnable : 82 % à 86 % ont attribué une note de 4 ou 5.



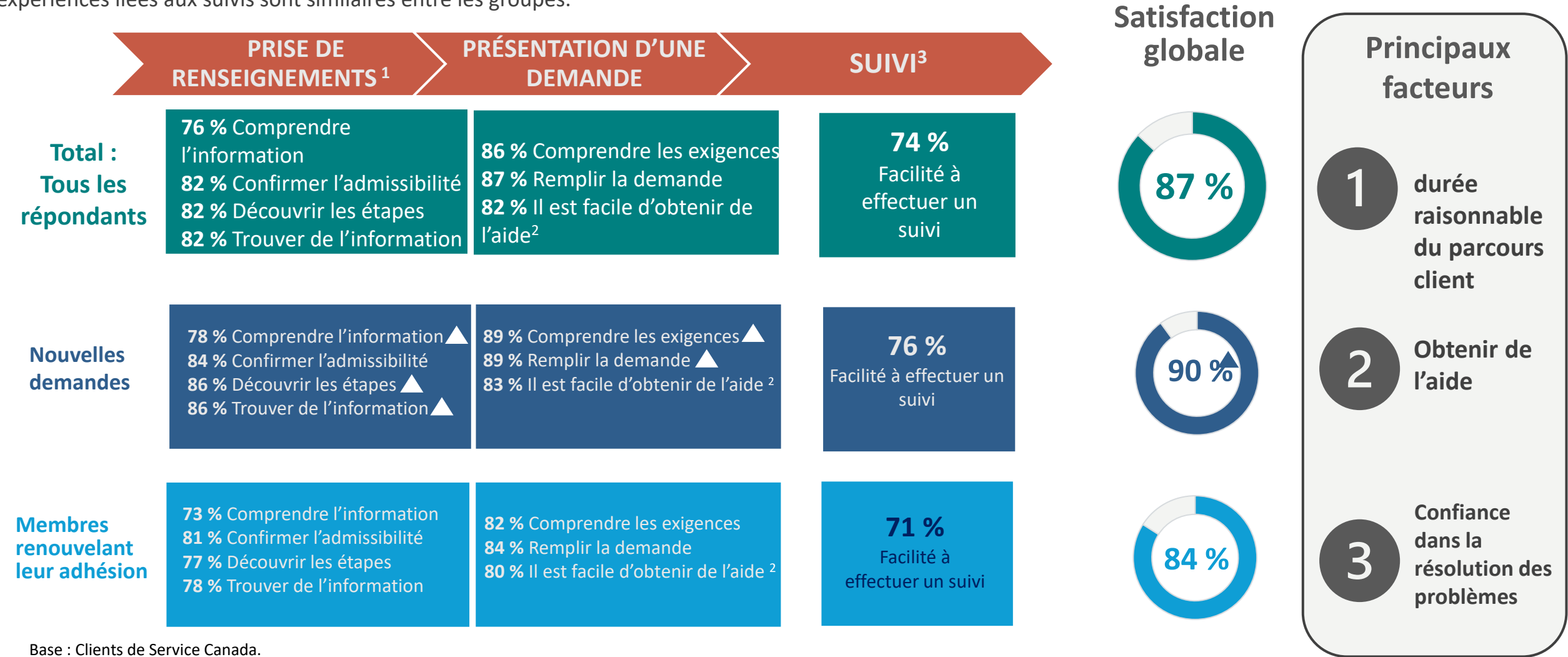
Q17n : La durée du processus, depuis la collecte des renseignements [POUR UN RENOUVELLEMENT : nécessaires pour le renouvellement] jusqu'à la prise de décision concernant votre [POUR UN RENOUVELLEMENT : renouvellement] demande, était raisonnable. / Base : Clients de Service Canada.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

2. Aperçu du parcours client

Parcours des clients : Les dimensions de service et la satisfaction générale

Les nouveaux demandeurs ont attribué des cotes plus élevées que les membres qui renouvellent leur adhésion à la plupart des mesures relatives à la prise de renseignements et à certains aspects du processus de demande. La satisfaction globale est également plus élevée chez les nouveaux demandeurs, tandis que les expériences liées aux suivis sont similaires entre les groupes.



Base : Clients de Service Canada.

1. Parmi les personnes qui ont communiqué avec le gouvernement pour obtenir des renseignements sur les prestations : Total : n=1 945 | Demandeurs : n=926 | Membres renouvelant leur adhésion : n=1 019.

2. Les résultats concernant la « facilité à obtenir de l'aide » sont fondés sur les clients qui ont eu besoin d'aide, à l'exclusion de ceux pour qui la question ne s'appliquait pas.

3. Parmi ceux qui ont fait un suivi : Total : n=304 | Demandeurs : n=176 | Membres renouvelant leur adhésion : n=128.



Conclusions détaillées : EXPÉRIENCE DES MODES DE PRESTATION DE SERVICES

1. Comprendre l'information

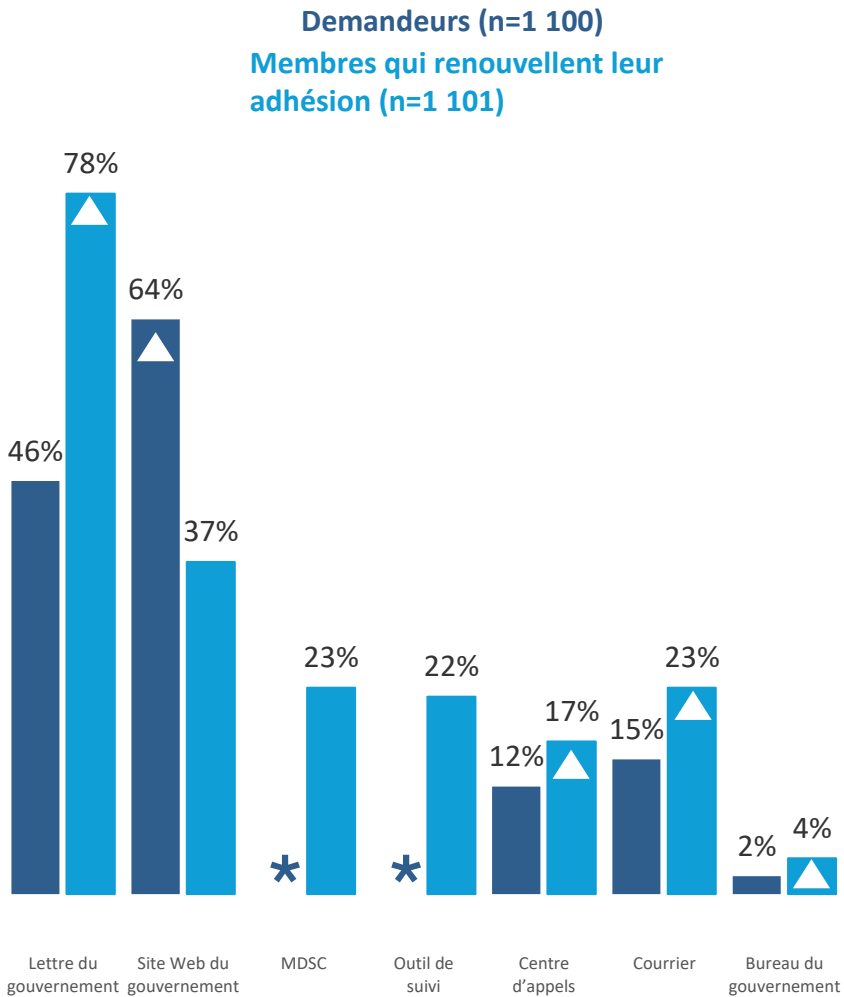
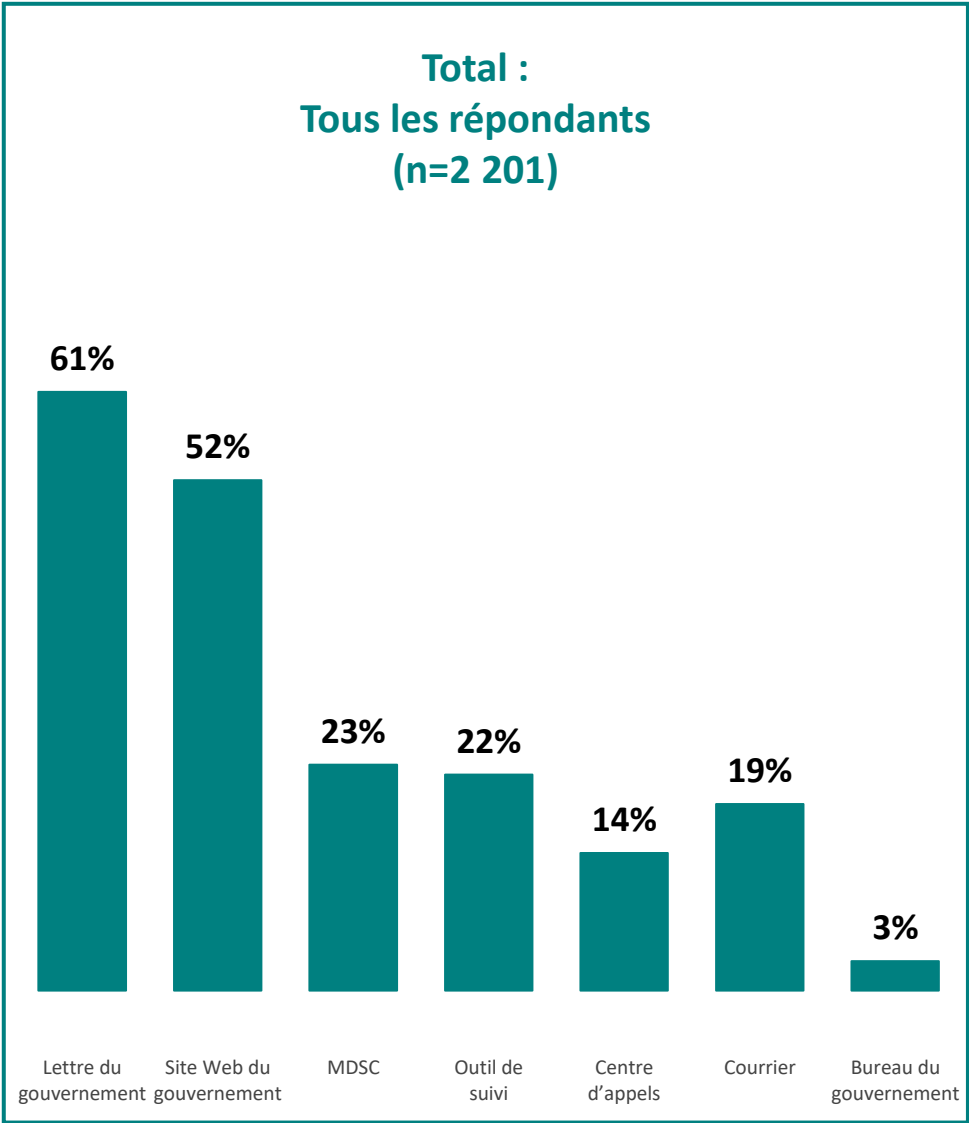
Sources d'information du gouvernement au sujet du RCSD

La plupart des clients apprennent l'existence du RCSD grâce à une lettre du gouvernement (61 %) et au site Web du gouvernement (52 %).

L'utilisation des sources d'information varie considérablement selon le type de client. Les membres qui renouvellent leur adhésion sont nettement plus nombreux à indiquer avoir découvert le régime grâce à une lettre (78 %), tandis que les nouveaux demandeurs se fient davantage au site Web (64 %).

D'autres sources sont utilisées par un plus petit nombre de clients.

Remarque : Une « lettre du gouvernement » désigne la correspondance reçue par des particuliers, tandis que le terme « courrier » désigne la correspondance postale envoyée par des particuliers au gouvernement.



*Non disponible pour les demandeurs en 2025.

Q1 : Comment avez-vous appris que vous deviez renouveler vos prestations dentaires? Comment avez-vous entendu parler de ces prestations dentaires?

Sources d'information sur le RCSD par groupe de clients de Service Canada

Les façons dont les clients découvrent le RCSD varient selon le groupe de clients. Les modes des prestations traditionnels, comme les lettres du gouvernement, sont plus utilisés par les personnes âgées, les personnes peu versées en informatique, les clients en régions ruraux ou isolés, et ceux ayant un niveau de scolarisation plus faible. Les modes de prestations numériques, surtout le site web, sont plus populaires chez les nouveaux arrivants, les jeunes, les personnes racisées et les clients dans les régions urbaines.

MDSC et l'outil du suivi pour le RSCD sont mentionnés moins fréquemment que les lettres et le site web. Parmi les groupes de clients où les résultats peuvent être rapportés, 13 % à 27 % ont obtenu des informations sur le RCSD à travers MDSC. L'utilisation de l'outil de suivi est similaire dans la plupart des groupes (13 % à 26 %), sauf chez les jeunes, où elle est plus élevée (40 %).

Le recours au centre d'appels varie d'un groupe de clients à l'autre, tandis que le recours au courrier est un peu plus constant. Les services en personnes sont rarement utilisés parmi tous les groupes.

Clients de Service Canada Groupe de clients	Modes de prestation de services						
	Lettre	Site Web	MDSC	Outil de suivi	Centre d'appels	Courrier	En personne
	% utilisation pour chaque						
En situation de handicap	61 %	41 % ▼	19 %	20 %	19 % ▲	24 % ▲	4 %
Personnes peu versées en informatique	67 % ▲	28 % ▼	13 % ▼	13 % ▼	24 % ▲	26 % ▲	7 % ▲
Faible niveau de scolarisation	65 % ▲	42 % ▼	19 % ▼	18 % ▼	18 % ▲	22 % ▲	4 %
Autochtones*	62 %	48 %	‡	‡	25 % ▲	19 %	‡
Nouveaux arrivants*	42 % ▼	69 % ▲	‡	‡	‡	21 %	‡
Personnes racisées	53 % ▼	61 % ▲	27 %	26 %	11 % ▼	20 %	5 %
Région rurale ou éloignée	66 % ▼	44 % ▼	20 %	15 % ▼	17 %	21 %	3 %
Milieu urbain	59 % ▲	54 % ▲	25 %	24 % ▲	13 %	18 %	3 %
Jeunes	45 % ▼	66 % ▲	‡	40 %	7 %	16 %	‡
Personnes âgées	69 % ▲	40 % ▼	21 %	20 %	18 % ▲	21 % ▲	4 %
Non anglophones / francophones	50 %	63 %	--	‡	‡	29 %	‡

Q1 : Comment avez-vous appris que vous deviez renouveler vos prestations dentaires? Comment avez-vous entendu parler de ces prestations?
Base : Clients de Service Canada. La taille varie selon le groupe de clients.

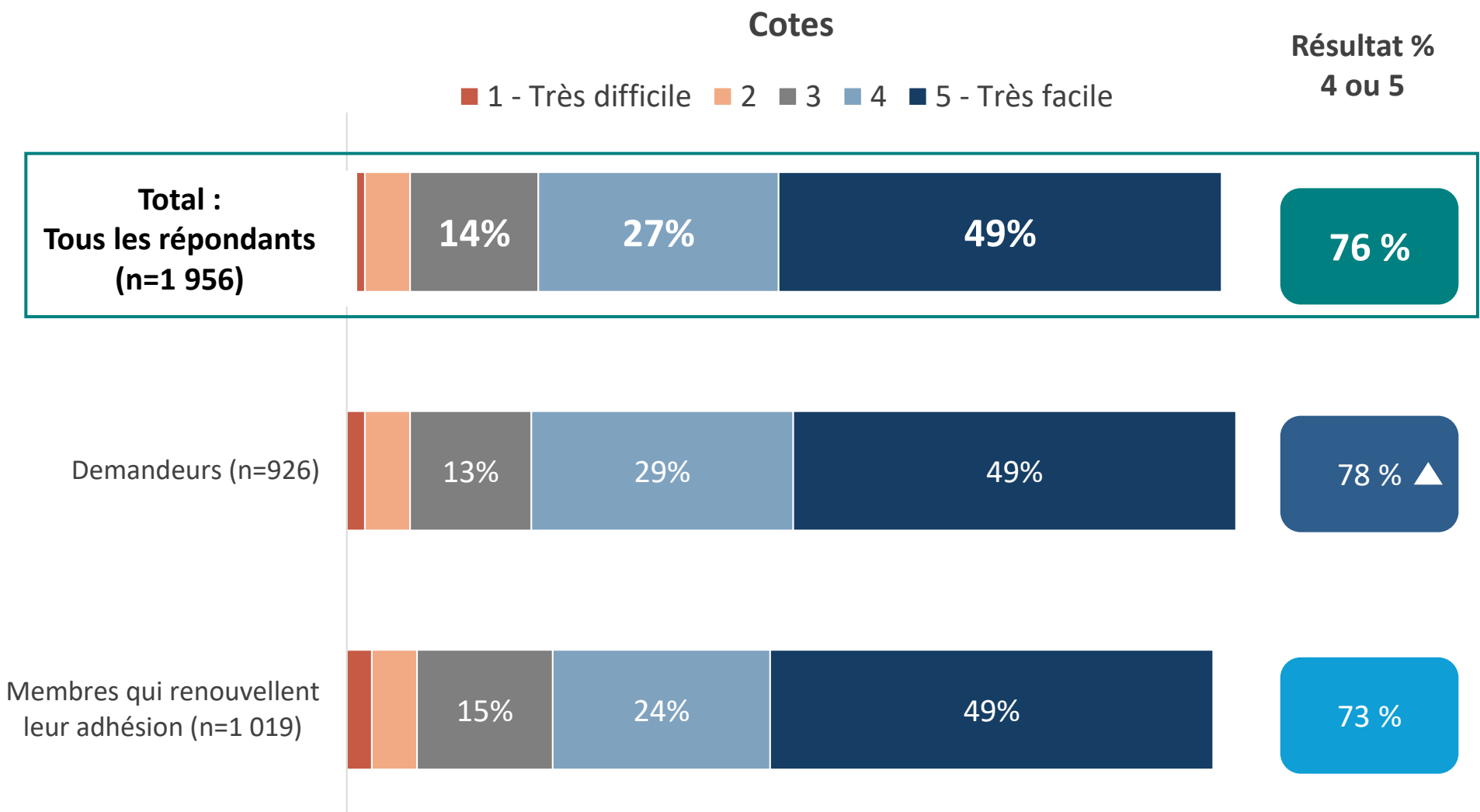
*Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100). ‡ indique que les résultats sont supprimés en raison du faible nombre de valeurs correspondantes (<10).

▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Facilité à comprendre les informations : Total

La plupart des clients (75 %) déclarent que l'information sur le RCSD est facile à comprendre (cotes de 4 ou 5).

Les demandeurs sont plus enclins que les membres qui renouvellent leur adhésion à donner des cotes positives (79 % par rapport à 72 %), tandis que peu de clients (7 %) disent avoir de la difficulté à comprendre l'information (cotes de 1 ou 2).



Q3A : Lorsque vous cherchiez de l'information au sujet du RCSD dans les sources d'information du gouvernement, dans quelle mesure était-il difficile ou facile pour vous de comprendre l'information sur les prestations dentaires? / Base : Les clients de Service Canada qui cherchaient de l'information.

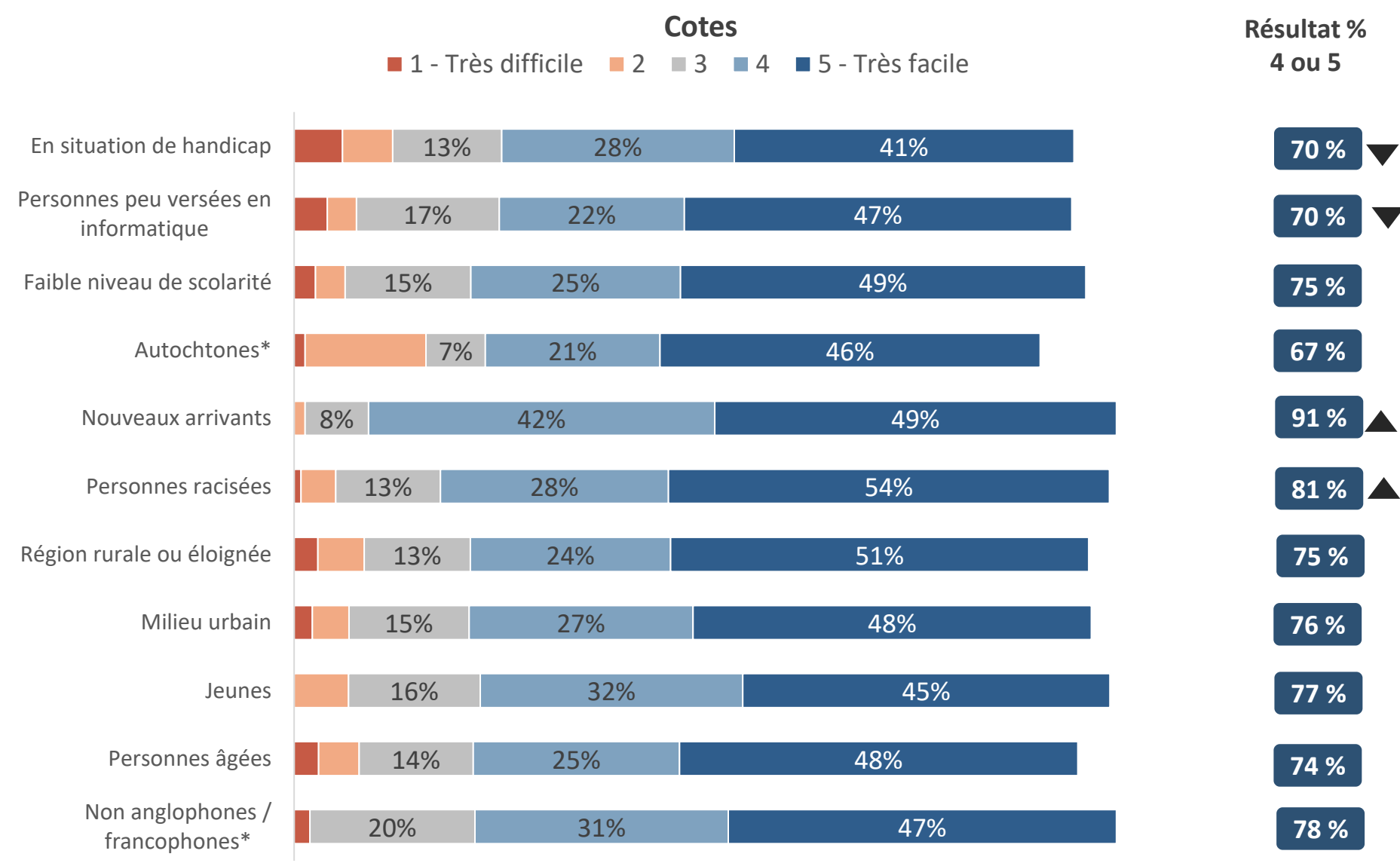
Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Facilité à comprendre l'information par groupe de clients de Service Canada

La plupart des groupes de clients de Service Canada ont trouvé que l'information sur le RCSD était facile à comprendre. Les cotes positives (4 ou 5) varient de 67 % à 91 % dans tous les groupes.

Les nouveaux arrivants et les répondants racisés sont beaucoup plus susceptibles d'attribuer des cotes positives, tandis que les personnes en situation de handicap et les répondants peu versés en informatique sont beaucoup moins susceptibles de le faire (par rapport à leurs groupes témoins).



Q3A : Lorsque vous cherchiez de l'information au sujet du RCSD dans les sources d'information du gouvernement, dans quelle mesure était-il difficile ou facile pour vous de comprendre l'information sur les prestations dentaires?

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Base : Les clients de Service Canada qui cherchaient de l'information.

La taille varie selon le groupe de clients. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

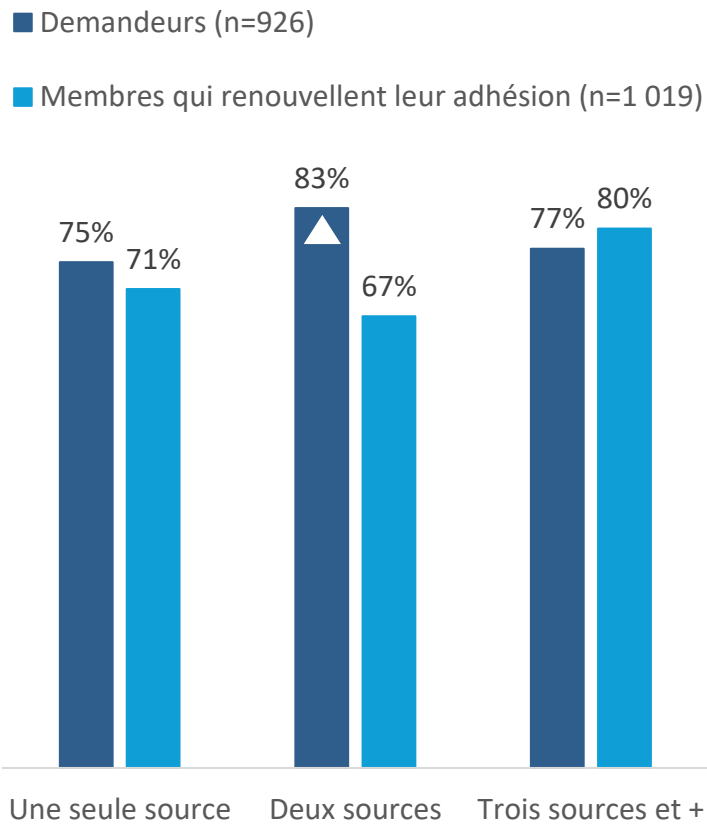
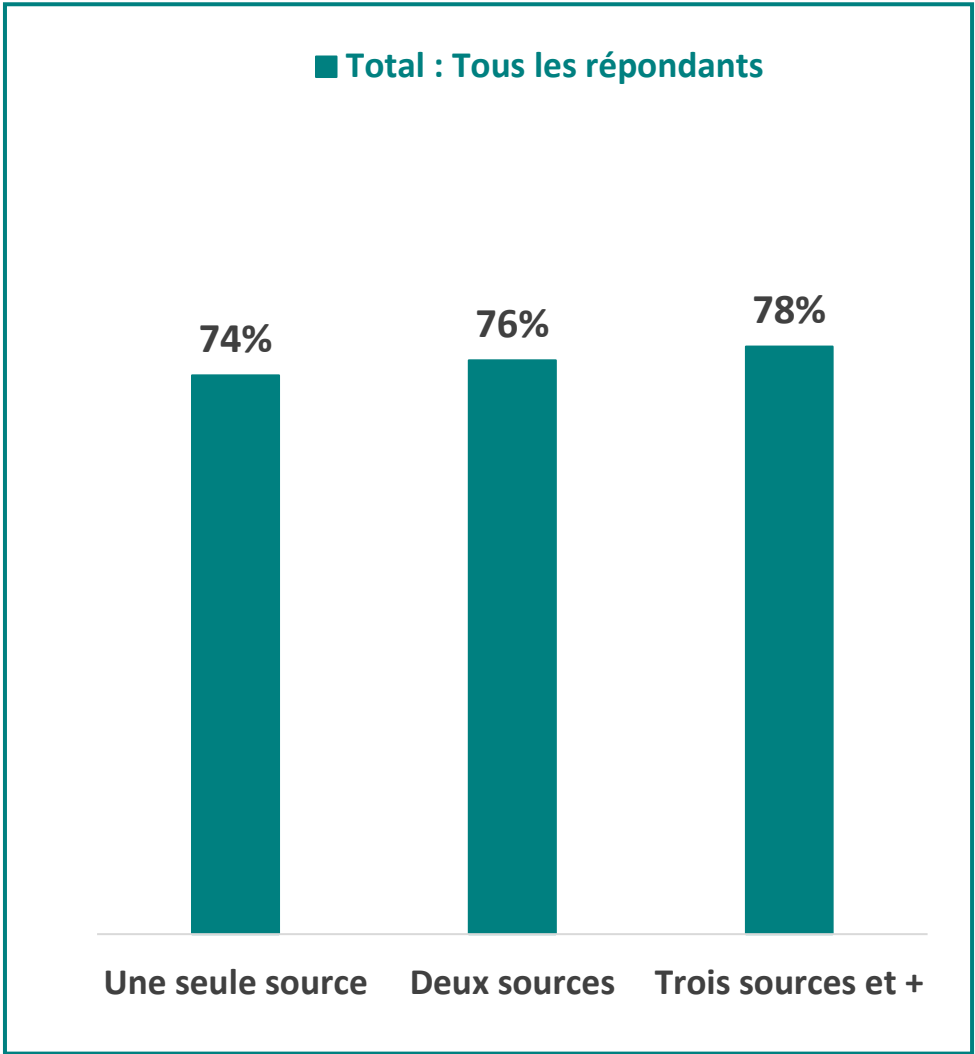
Facilité à comprendre l'information en fonction du nombre de sources utilisées

La facilité de compréhension demeure toujours élevée, peu importe le nombre de sources d'information consultées, et de 74 % à 78 % des clients estiment que l'information est facile à comprendre (4 ou 5).

Parmi les clients qui ont consulté deux sources d'information, les demandeurs étaient plus enclins que les membres qui renouvelaient leur adhésion à affirmer que l'information était facile à comprendre (83 % par rapport à 67 %).

Aucune différence statistiquement importante n'a été relevée entre les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion pour ce qui est des clients qui ont consulté une source (75 % par rapport à 71 %) ou trois sources ou plus (77 % par rapport à 80 %).

% qui affirment que c'était facile (cote de 4 ou 5)



Q3A : Lorsque vous cherchiez de l'information au sujet du RCSD dans les sources d'information du gouvernement, dans quelle mesure était-il difficile ou facile pour vous de comprendre l'information sur les prestations dentaires? Base : Les clients de Service Canada qui cherchaient de l'information.

Variable calculée : Nombre de sources utilisées pendant l'étape de la prise de renseignements.

▲▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

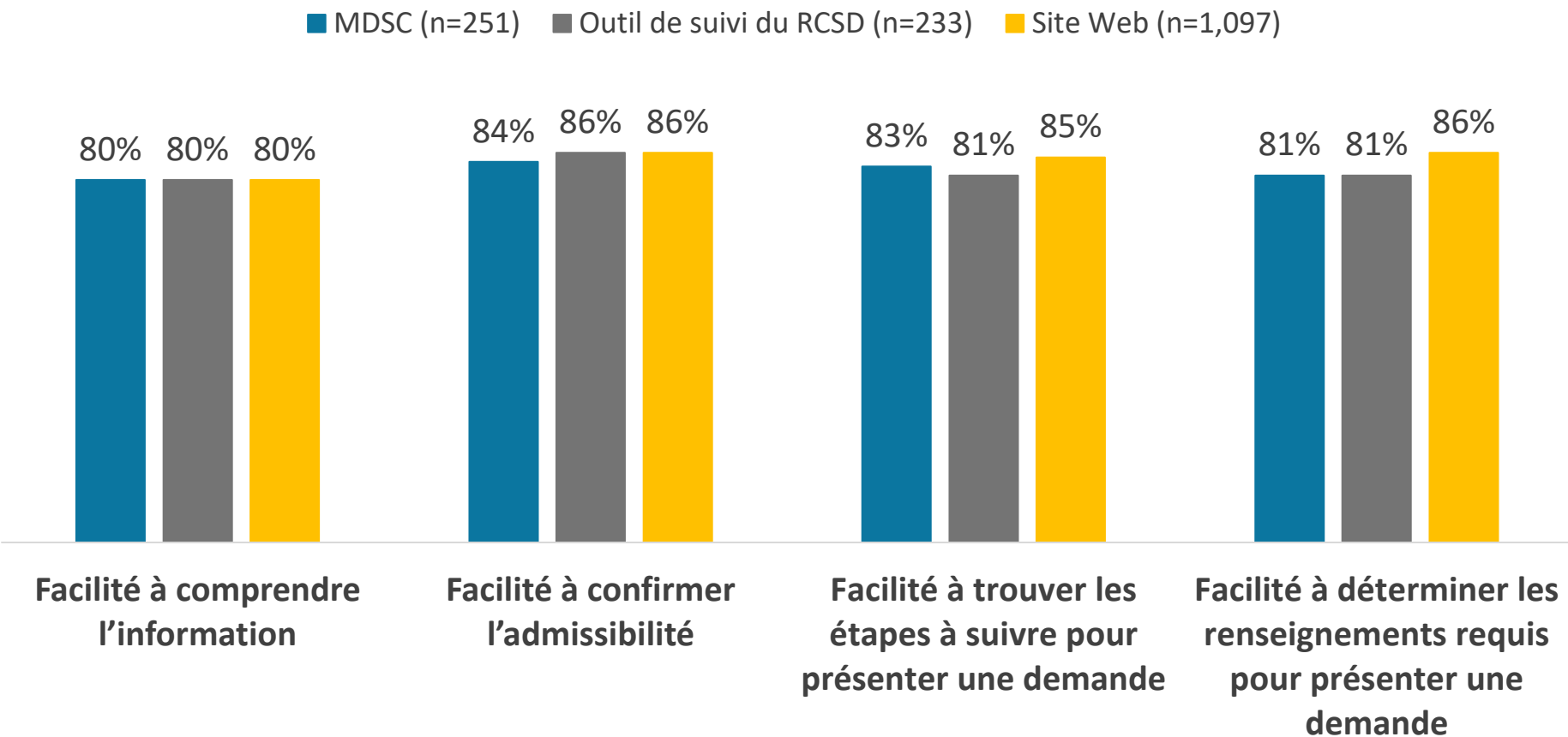
Facilité à comprendre et à trouver de l'information en ligne

Les clients signalent de manière constante qu'ils arrivent à trouver et à comprendre l'information qu'ils trouvent dans l'ensemble des modes de prestation en ligne.

Environ quatre clients sur cinq qui consultent MDSC, l'Outil de suivi et le site Web affirment qu'il est facile de comprendre l'information au sujet du RCSD, de confirmer leur admissibilité, de trouver l'information nécessaire pour présenter une demande et de comprendre le processus de demande.

Les cotes sont uniformes parmi les trois modes de prestation en ligne, et aucune différence statistiquement significative n'a été relevée.

% des utilisateurs de tous les modes de prestation qui affirment que c'était facile (cotes de 4 ou 5)

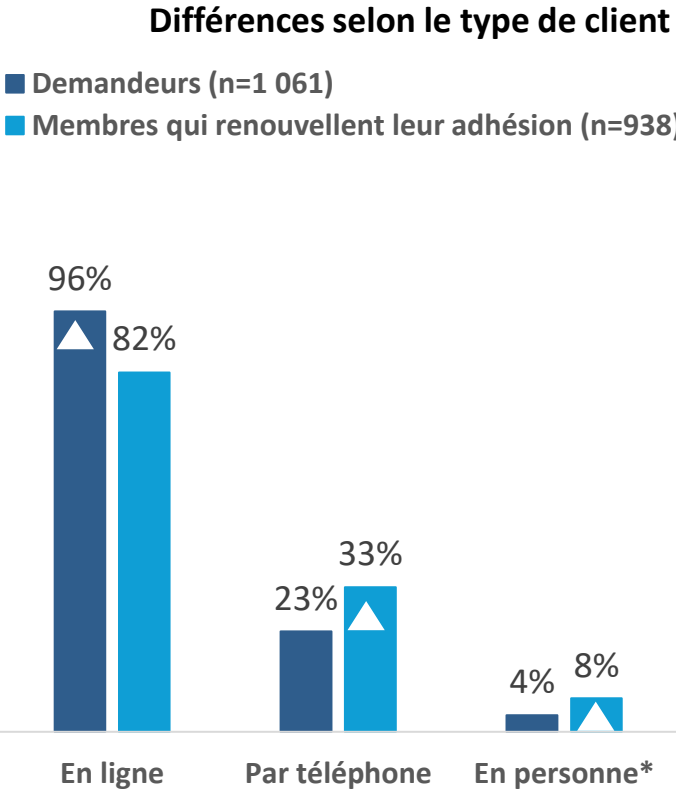
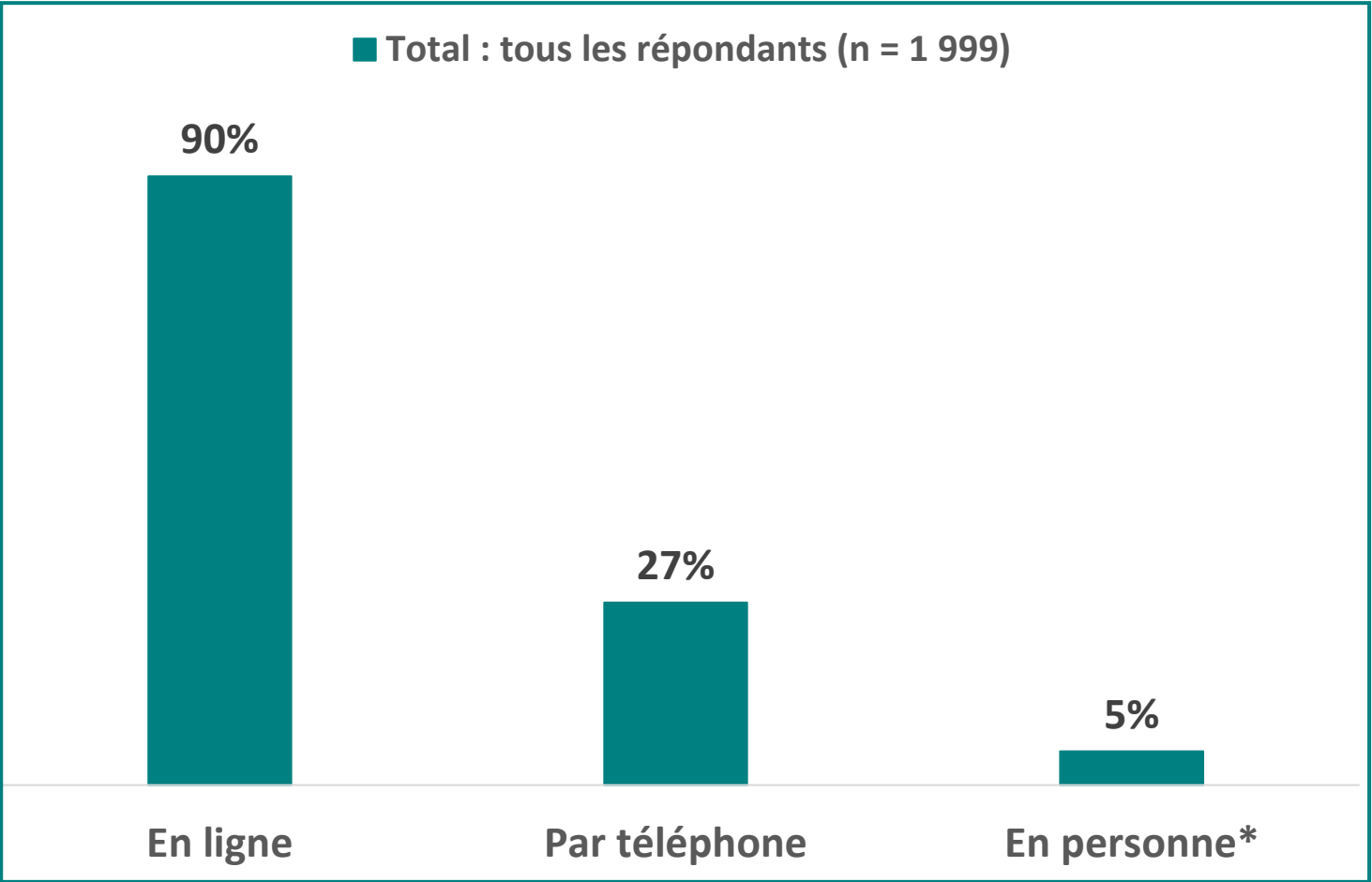


Q3 : Lorsque vous cherchiez de l'information au sujet du RCSD dans les sources d'information du gouvernement, dans quelle mesure était-il facile pour vous de...
Base : Les clients de Service Canada qui ont utilisé chaque mode de prestation en ligne pour obtenir de l'information sur le RCSD.

2. Utilisation des modes de prestation

Modes de prestation des services utilisés durant le parcours du client

Le service en ligne est le principal mode de prestation de service tout au long du parcours du client . Les membres qui renouvellent leur adhésion sont plus enclins que les demandeurs à utiliser les modes de prestation de services téléphoniques et en personne.

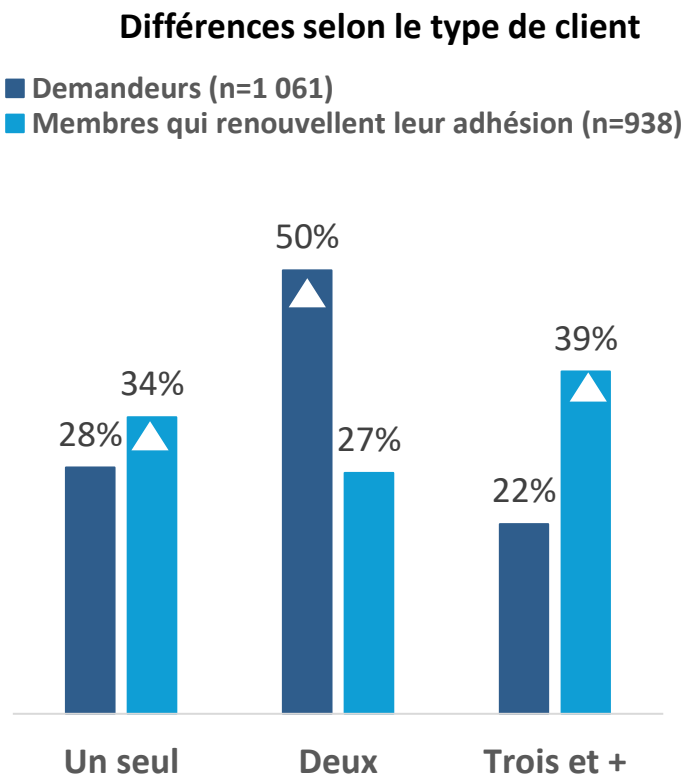
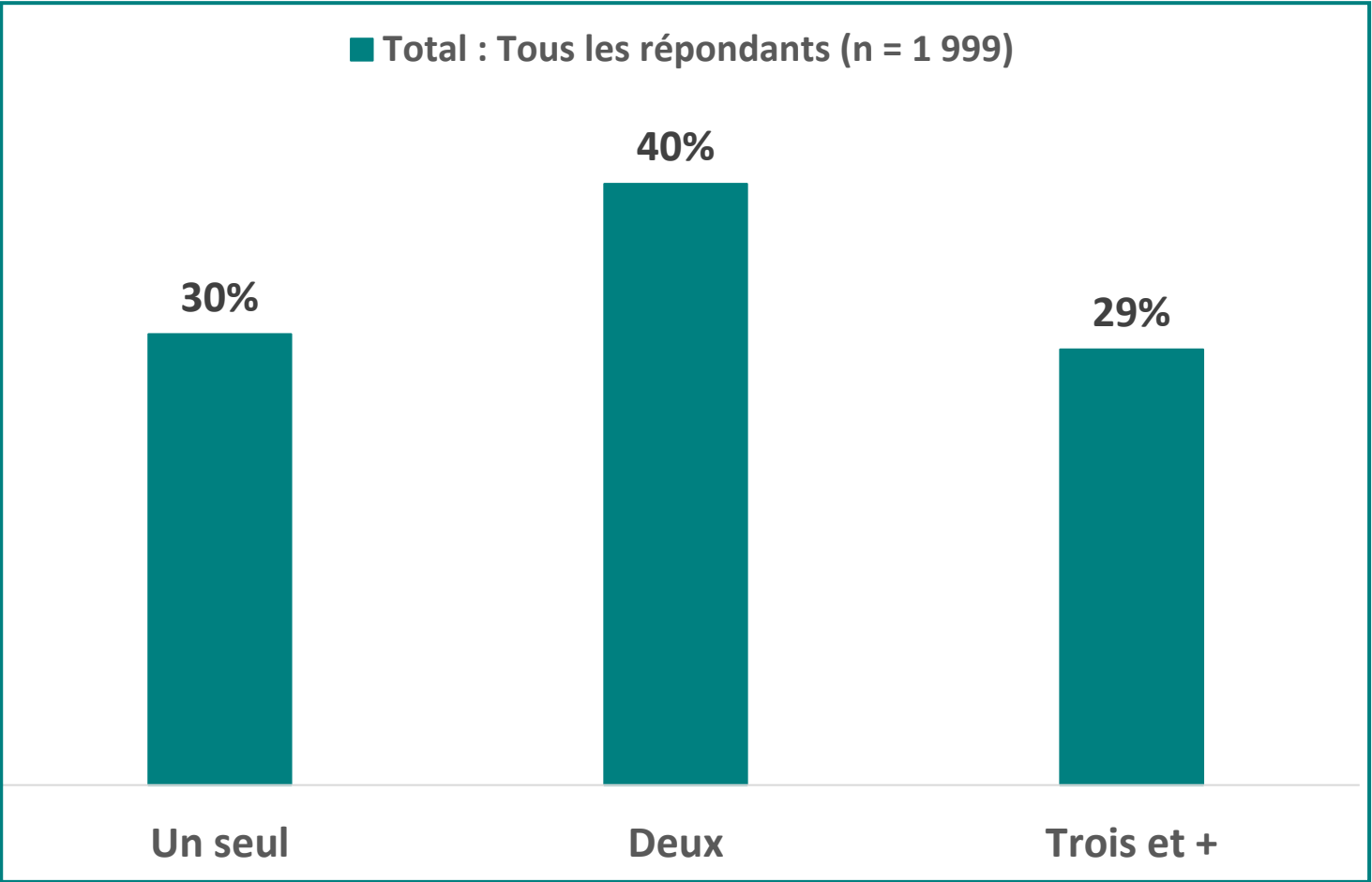


Base : Les clients de Service Canada qui ont utilisé au moins un mode de prestation de services.
Variables calculées en fonction des questions sur l'utilisation des modes : Q1, Q4 et Q10.
*En personne signifie que le répondant s'est rendu en personne dans un bureau du gouvernement à n'importe quelle étape du parcours du client.

▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Nombre de modes de prestation utilisés tout au long du parcours client

La plupart des clients utilisent deux modes de prestation de services ou plus tout au long de leur parcours. Les demandeurs sont plus enclins à utiliser deux modes de prestation (50 %), tandis que les membres qui renouvellent leur adhésion sont plus susceptibles d'utiliser trois modes de prestation ou plus (39 %), ce qui suggère un parcours de service plus complexe pour les membres qui renouvellent leur adhésion.



Utilisation des modes de prestation : Résultats découlant de l'accès aux soins dentaires

Les taux de consultation d'un professionnel de la santé buccodentaire depuis l'adhésion au RCSD sont similaires entre les modes de prestation de services, allant de 70 % à 75 %.

Le nombre de visites était plus élevé chez les clients qui ont utilisé trois modes de prestation de services ou plus tout au long de leur parcours (77 %), comparativement à ceux qui ont utilisé un (70 %) ou deux modes de prestation (69 %).

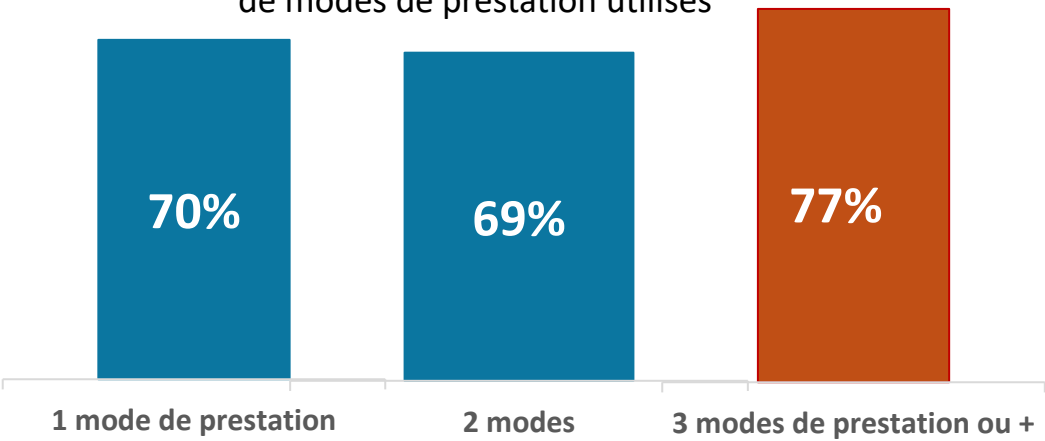
Type de mode de prestation de services

% de personnes qui ont consulté un professionnel de la santé buccodentaire depuis leur adhésion au RCSD, par mode de prestation de services



Nombre de modes de prestation de services utilisés

% de personnes ayant consulté un professionnel de la santé buccodentaire, en fonction du nombre de modes de prestation utilisés

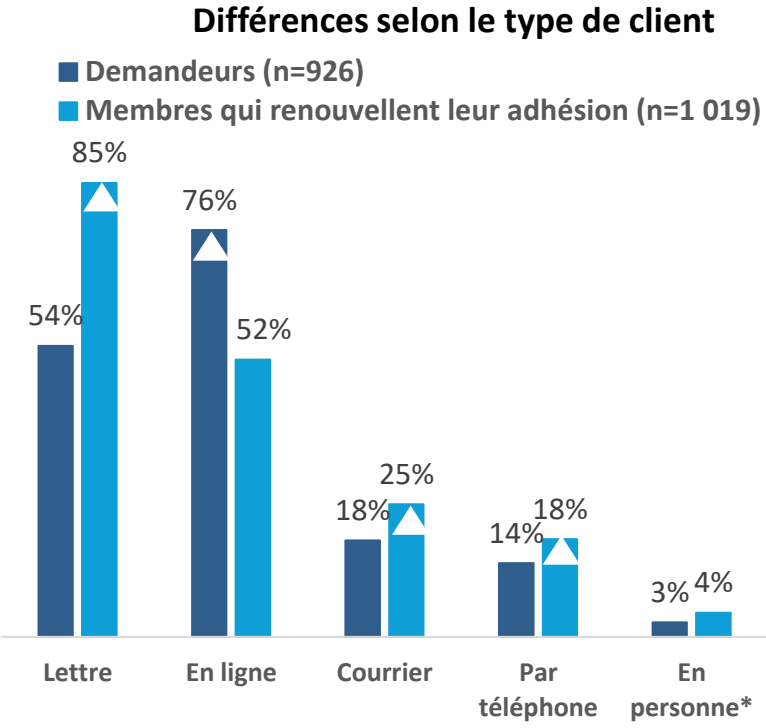
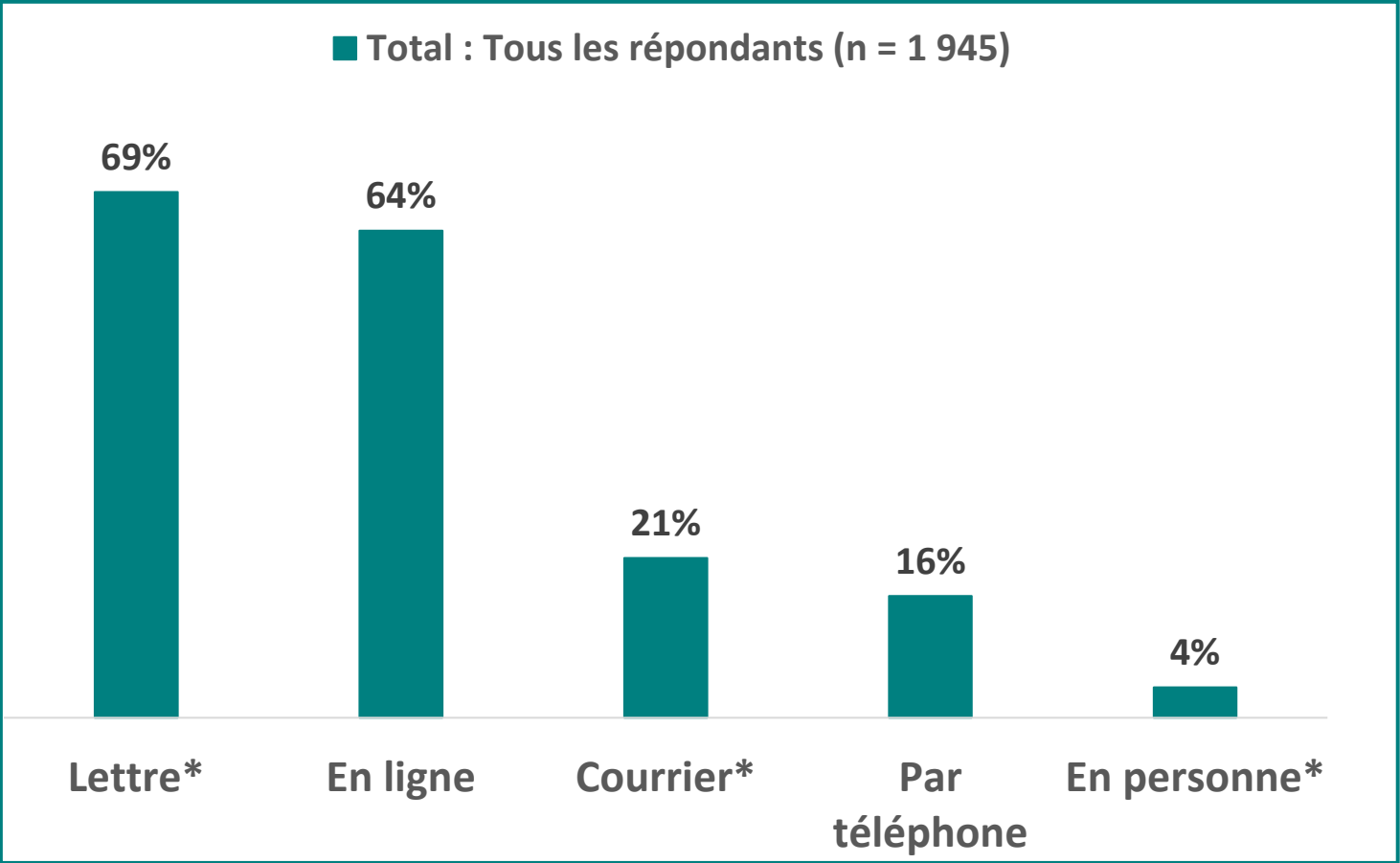


Q24 : Avez-vous consulté un professionnel de la santé buccodentaire depuis votre adhésion au RCSD?
Variables calculées en fonction des questions sur l'utilisation des modes : Q1, Q4 et Q10.
Base : n=1 959; Les membres du RCSD qui ont signalé avoir utilisé un mode de prestation.

Le nombre de modes de prestation correspond au nombre total de modes de prestation utilisés tout au long du parcours du client.

Type de modes de prestation : PRISE DE RENSEIGNEMENTS

À l'étape PRISE DE RENSEIGNEMENTS, les lettres et les modes de prestation en ligne sont les sources d'information les plus couramment utilisées. Il est plus fréquent pour les demandeurs que les membres qui renouvellent leur adhésion d'apprendre l'existence du RCSD par le biais des modes de prestation en ligne, tandis que les membres qui renouvellent leur adhésion l'apprennent plus souvent grâce aux lettres, au courrier et au téléphone.



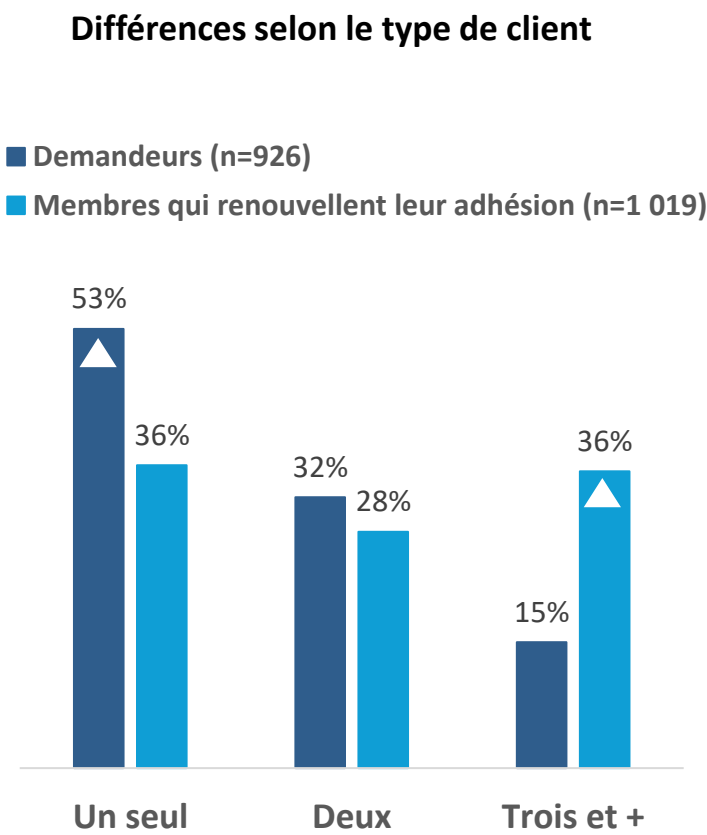
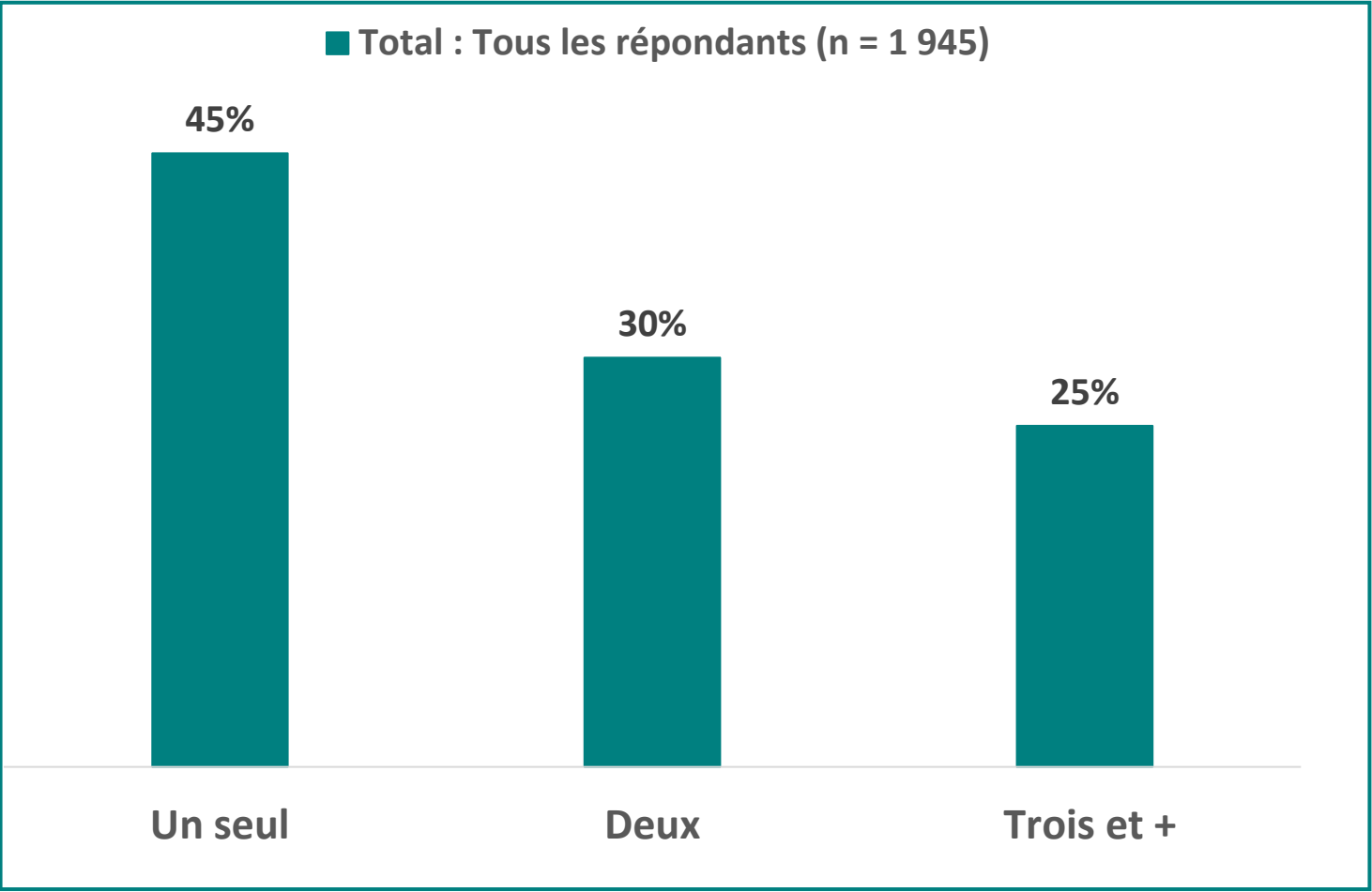
Variables calculées : Type de modes de prestation utilisés pour la prise de connaissance. / Base : les clients de Service Canada qui ont utilisé ces modes.

*Une « lettre » désigne la correspondance du gouvernement envoyée à des particuliers, le « courrier » désigne la correspondance postale envoyée par des particuliers au gouvernement, et « en personne » signifie que le répondant s'est rendu en personne à un bureau du gouvernement à cette étape.

▲▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Nombre de modes de prestation : PRISE DE RENSEIGNEMENTS

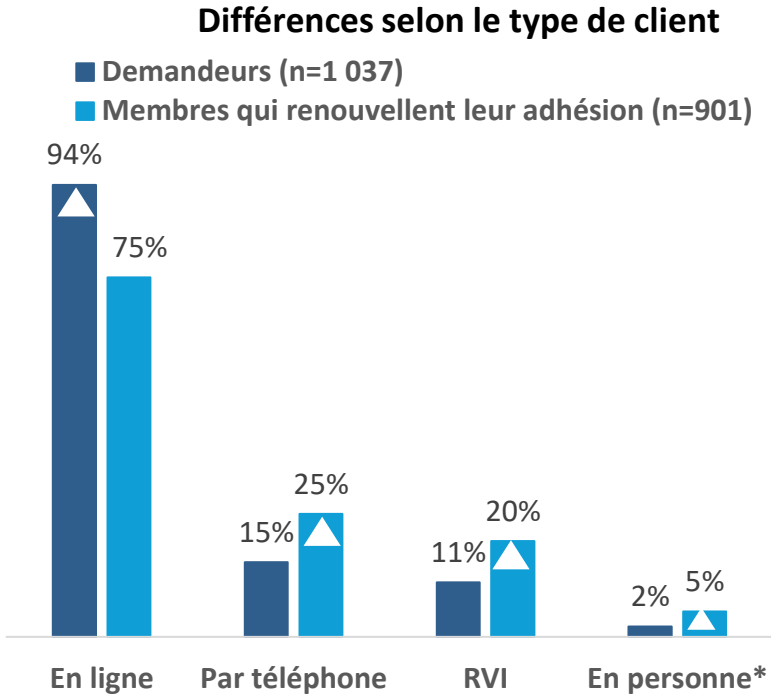
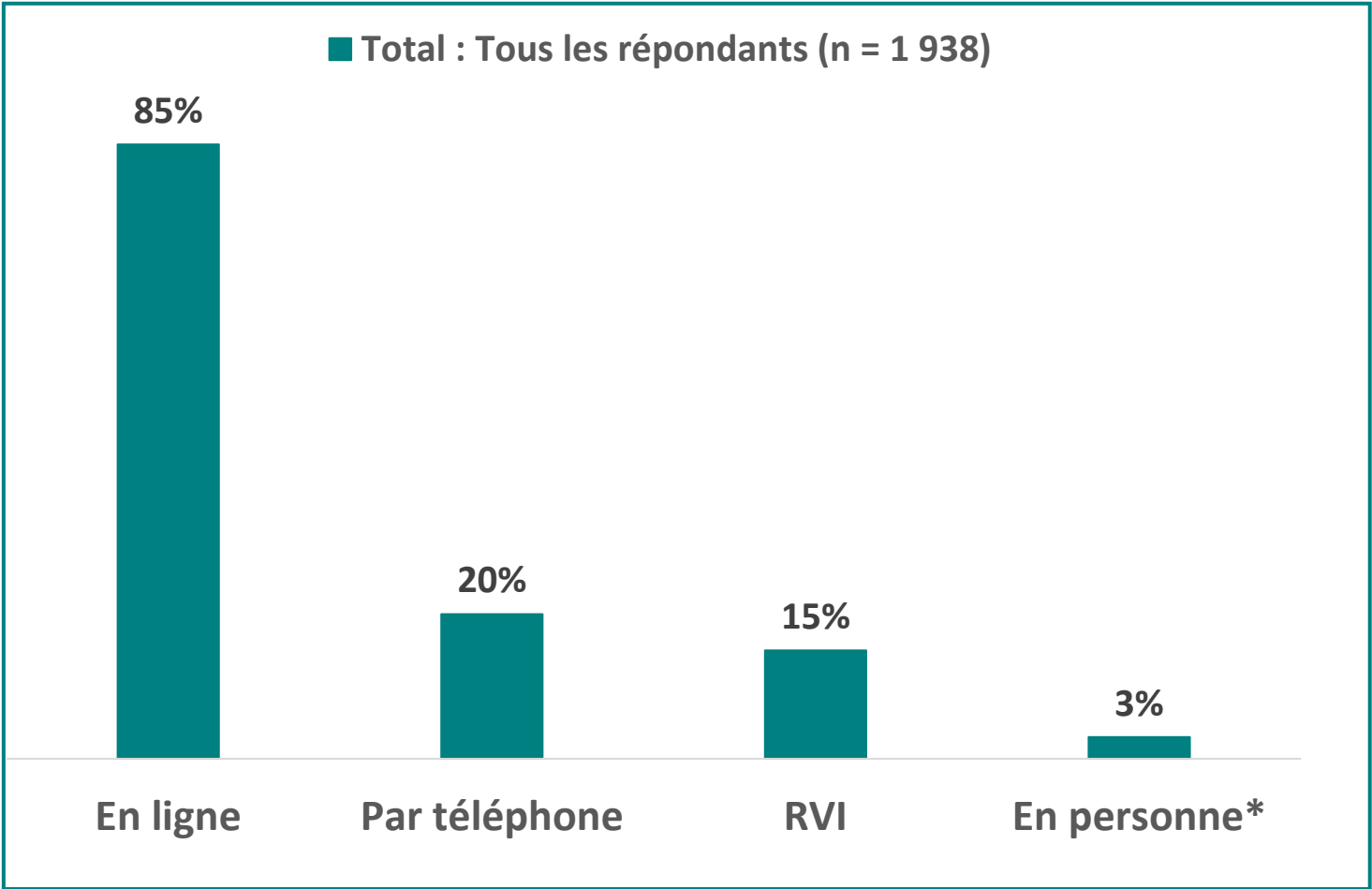
À l'étape PRISE DE RENSEIGNEMENTS, la plupart des clients utilisent un (45 %) ou deux modes de prestation (30 %) pour se renseigner sur le RCSD. Les membres qui renouvellent leur adhésion sont plus enclins que les demandeurs à utiliser trois modes de prestation ou plus (36 % par rapport à 15 %), tandis que les demandeurs sont plus susceptibles d'utiliser un seul mode de prestation (53 % par rapport à 36 %).



Variables calculées : Nombre de modes de prestation utilisés pour la prise de renseignements.
Base : Les clients de Service Canada qui ont déclaré avoir utilisé au moins un mode de prestation pour prendre connaissance.

Type de modes : PRÉSENTATION D'UNE DEMANDE

La présentation d'une demande en ligne est la méthode la plus répandue, particulièrement pour les demandeurs (94 % par rapport à 75 %). En revanche, les membres qui renouvellent leur adhésion ont davantage tendance à utiliser des modes de prestation assistés, y compris le téléphone, la RVI et les services en personne, bien que le recours à ces modes de prestation soit relativement faible.

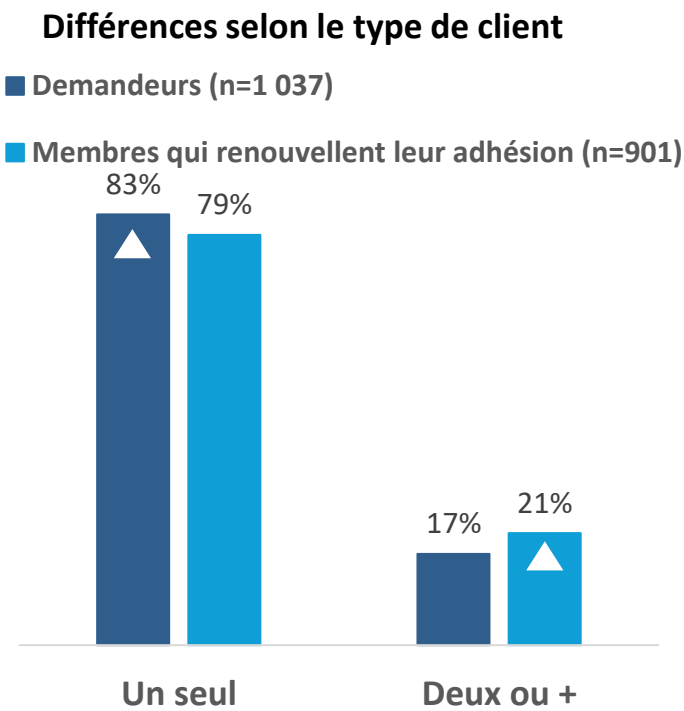
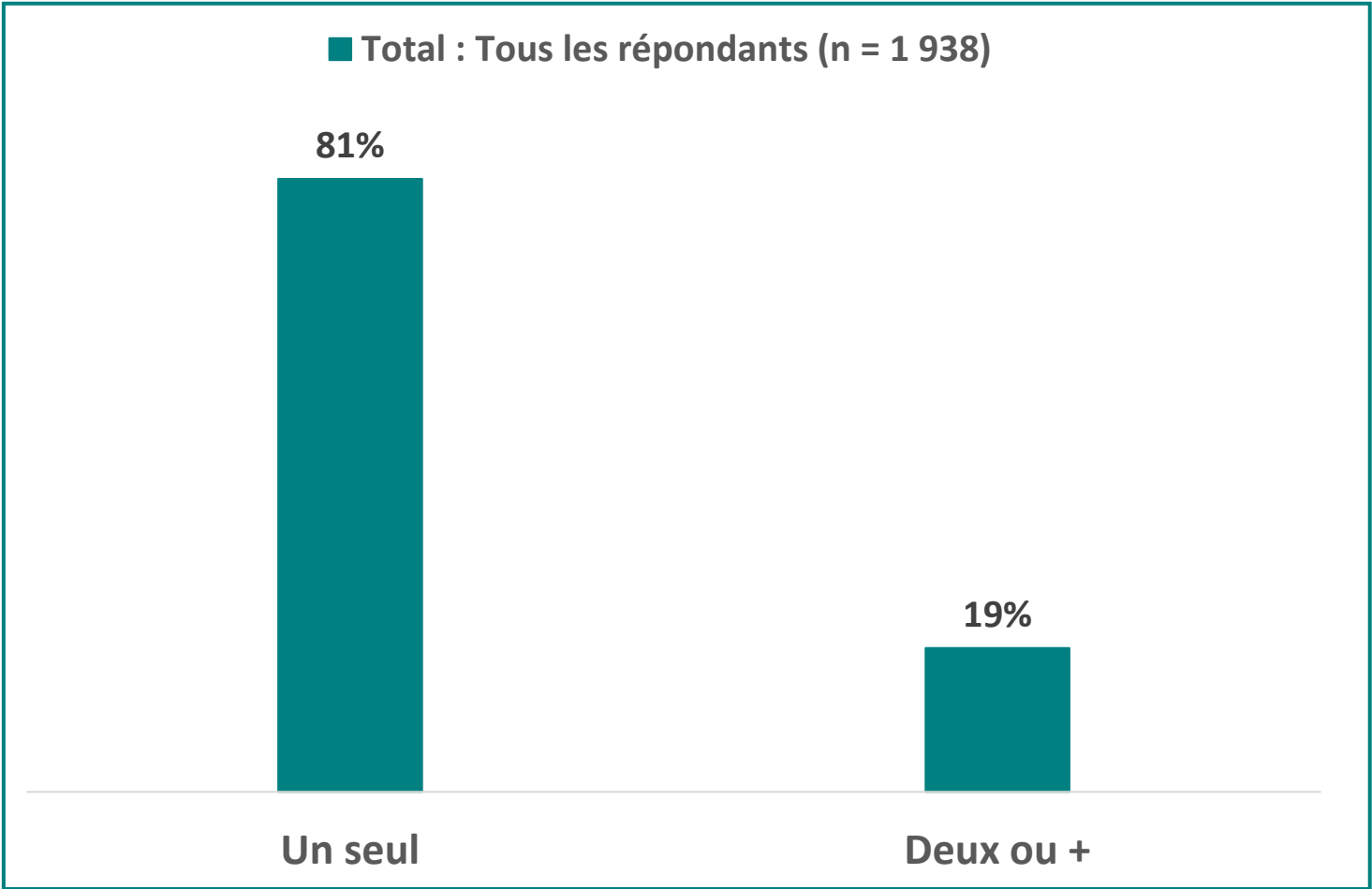


Variables calculées : Type de modes de prestation utilisés à l'étape de la présentation de la demande. / Base : les clients de Service Canada qui ont utilisé ces modes.

*« En personne » signifie que le répondant s'est rendu en personne à un bureau du gouvernement à cette étape.

Nombre de modes : PRÉSENTATION D'UNE DEMANDE

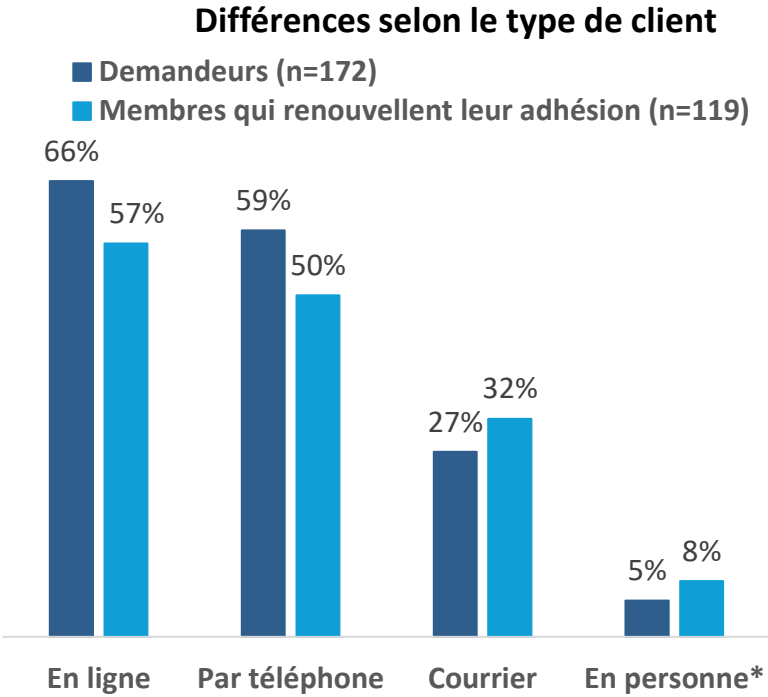
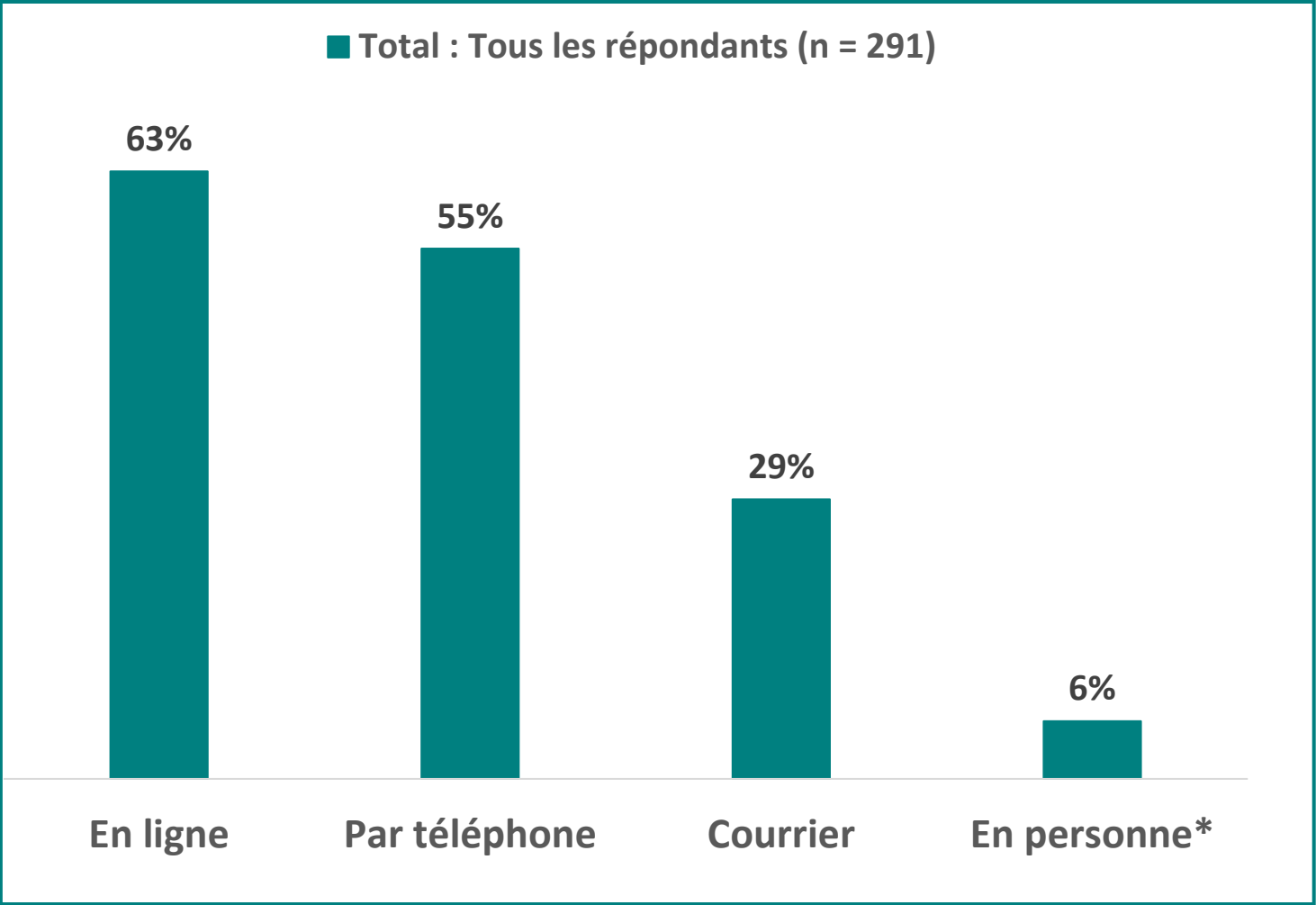
La plupart des clients (81 %) ont recours à un seul mode de prestation pendant l'étape de la demande. Comparativement aux demandeurs, les membres qui renouvellent leur adhésion ont davantage tendance à utiliser plusieurs modes de prestation (21 % par rapport à 17 %), tandis que les demandeurs sont plus enclins à utiliser un seul mode de prestation (83 % par rapport à 79 %).



▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Type de modes de prestation : SUIVI

À l'étape du SUIVI, les modes de prestation en ligne et par téléphone sont les plus populaires, et l'utilisation du courrier et des services en personne est relativement limitée. Les habitudes d'utilisation des modes de prestation sont similaires pour les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion.

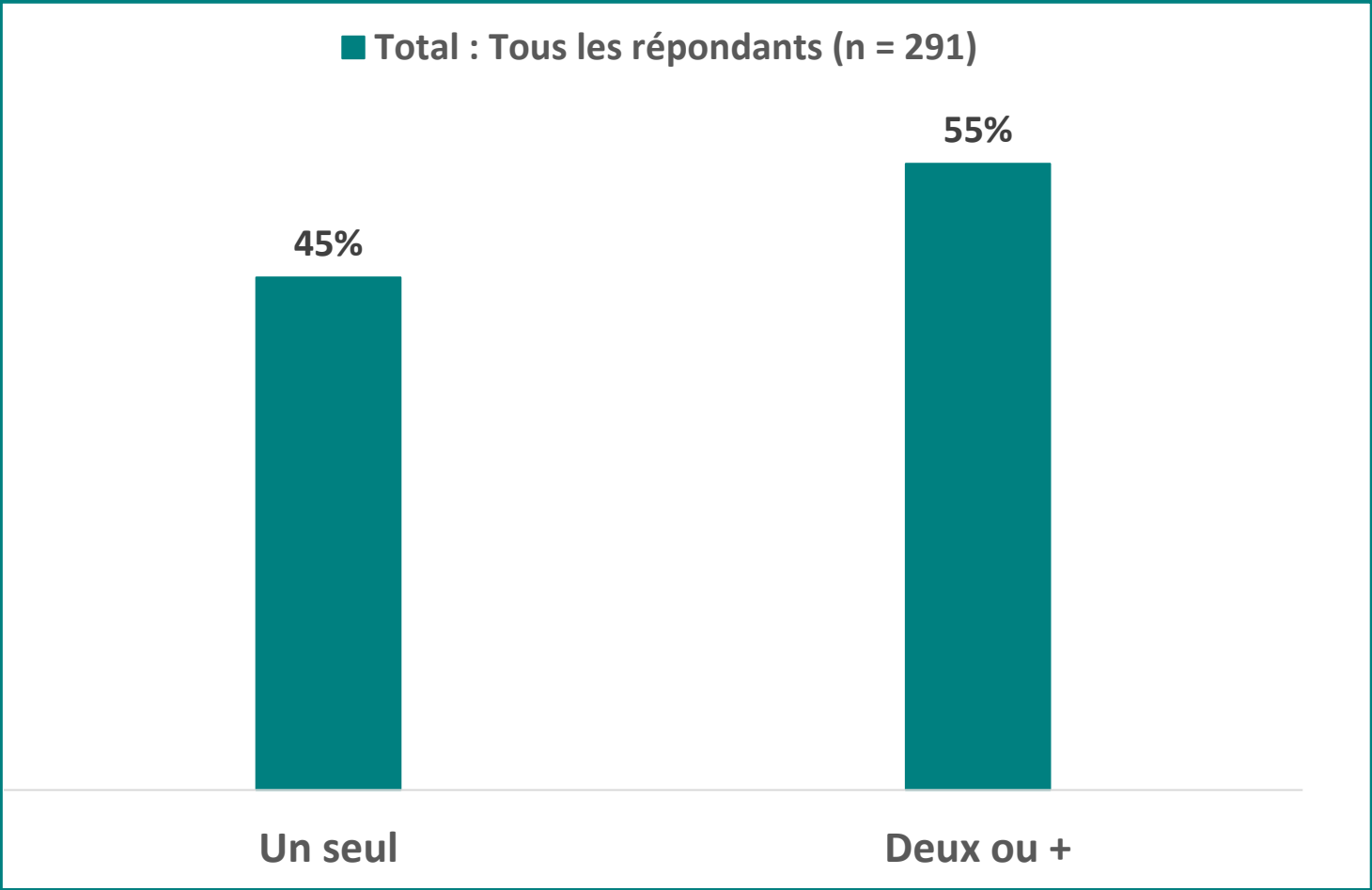


Variables calculées : Type de modes de prestation utilisés pour le suivi. / Base : Les clients de Service Canada qui ont fait un suivi.

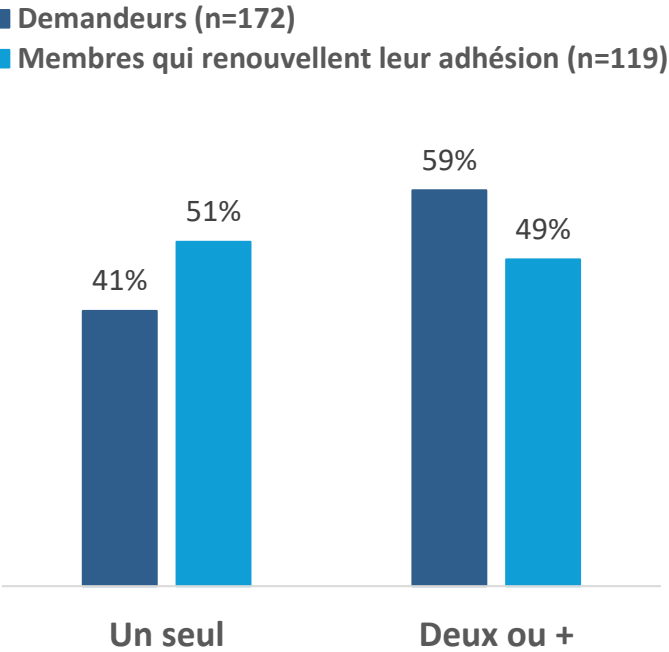
*« En personne » signifie que le répondant s'est rendu en personne à un bureau du gouvernement à cette étape.

Nombre de modes : SUIVI

La plupart des clients utilisent deux modes de prestation ou plus pendant l'étape du SUIVI (55 %), tandis que 45 % ont recours à un seul mode de prestation. Les tendances observées quant à l'utilisation des modes de prestation sont similaires pour les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion, sans différences significatives entre les groupes.



Différences selon le type de client



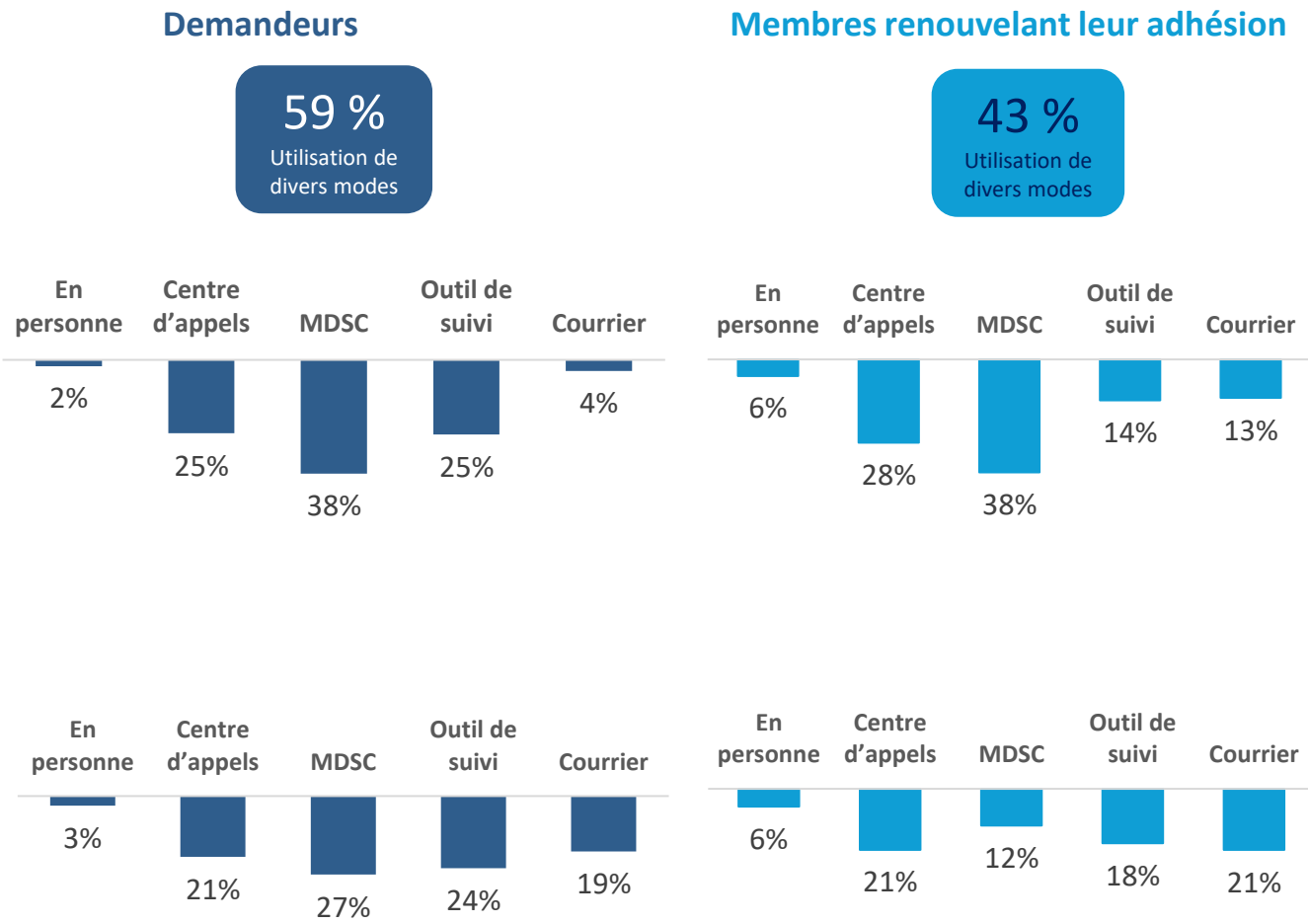
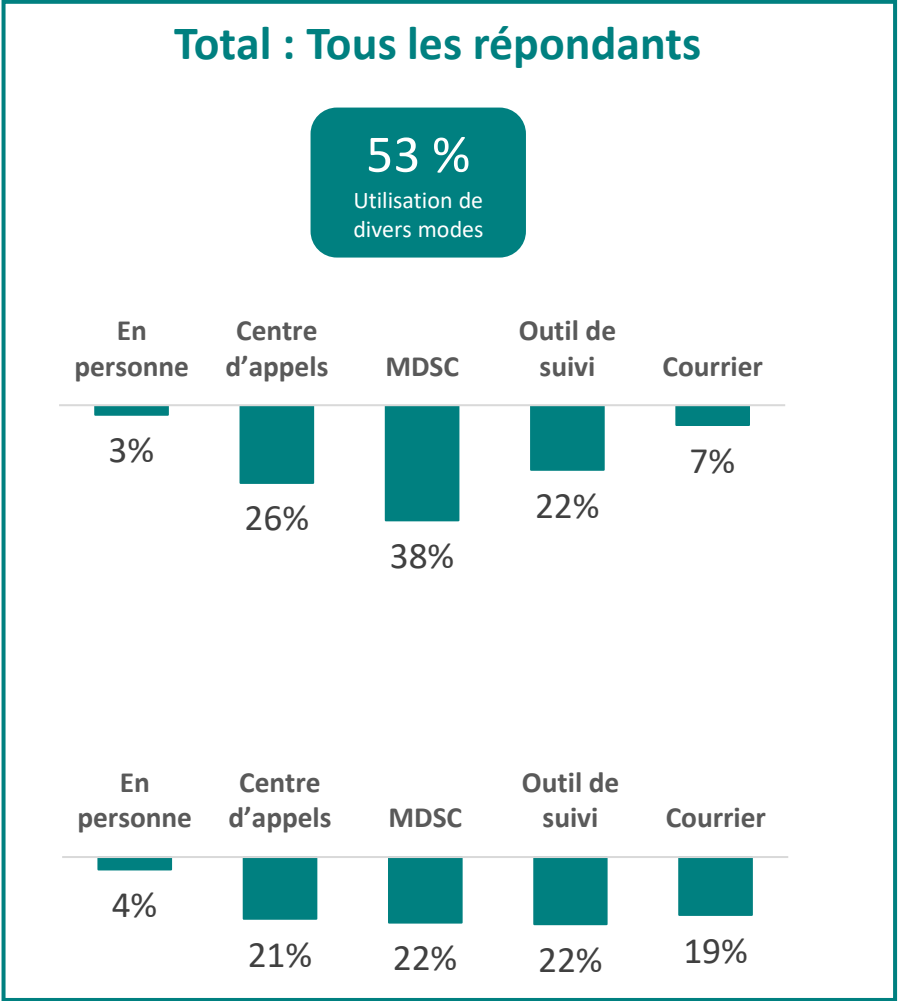
Variables calculées : Nombre de modes de prestation utilisés pour effectuer le suivi.
Base : Les clients de Service Canada qui ont déclaré avoir utilisé au moins un mode de prestation pour effectuer un suivi.

Utilisation de plusieurs modes : SUIVI

Parmi les clients qui font un suivi auprès de Service Canada, MDSC est le mode de prestation le plus populaire pour la première communication, tandis que les modes utilisés pour les communications subséquentes sont répartis de manière plus égale entre le centre d'appels, l'Outil de suivi du RCSD, MDSC et le courrier.

1^{er} mode

2^e mode



Base : Les clients de Service Canada qui ont fait un suivi auprès de Service Canada une fois (n=131) et deux fois (n=52). *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

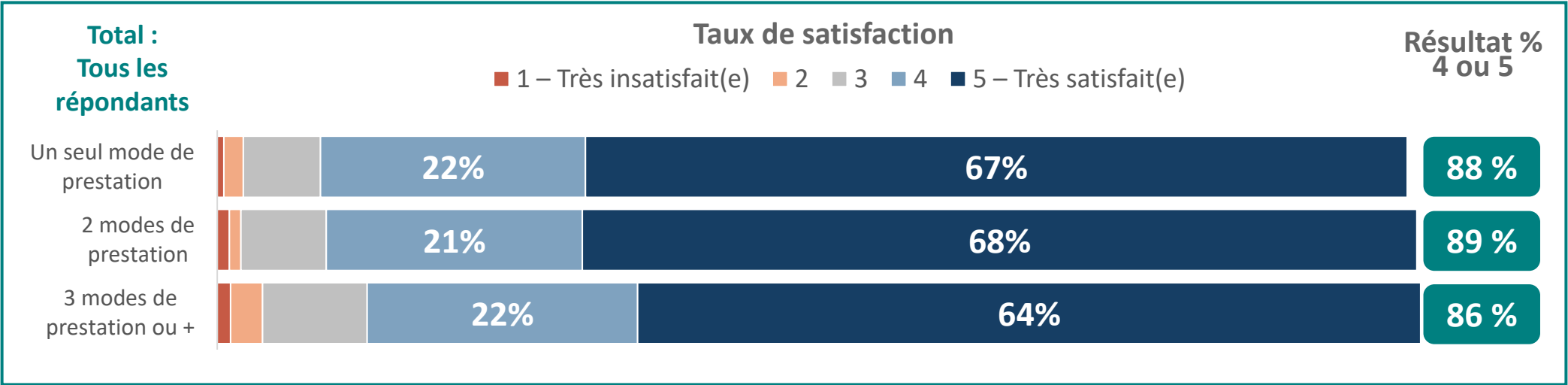
Q11 : Quel moyen avez-vous utilisé en premier pour communiquer avec Service Canada?

Q12 : Quel moyen avez-vous utilisé en deuxième lieu?

Utilisation de plusieurs modes : Satisfaction globale

La satisfaction globale est toujours élevée, quel que soit le nombre de modes de prestation utilisés; 86 % à 89 % des clients évaluant leur expérience de manière positive (note de 4 ou 5).

Parmi les demandeurs, ceux qui ont utilisé trois modes de prestation ou plus se sont dits moins satisfaits (85 %) que ceux qui ont utilisé un (92 %) ou deux modes de prestation (91 %). La satisfaction des membres qui ont renouvelé leur adhésion est demeurée élevée de façon constante, quel que soit le nombre de modes de prestation utilisés.

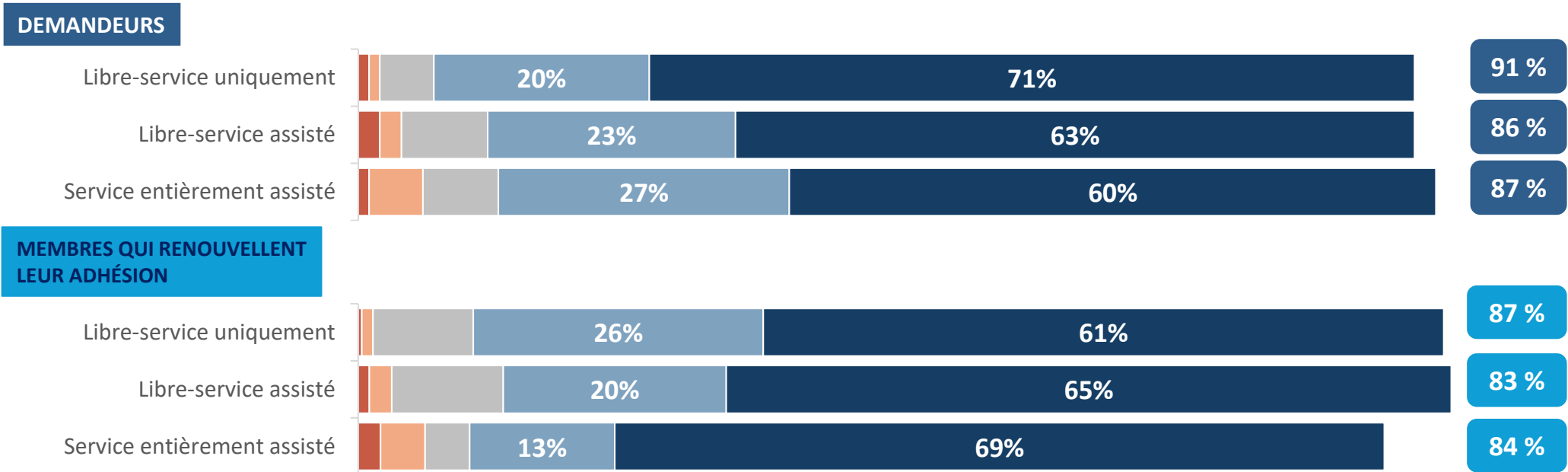
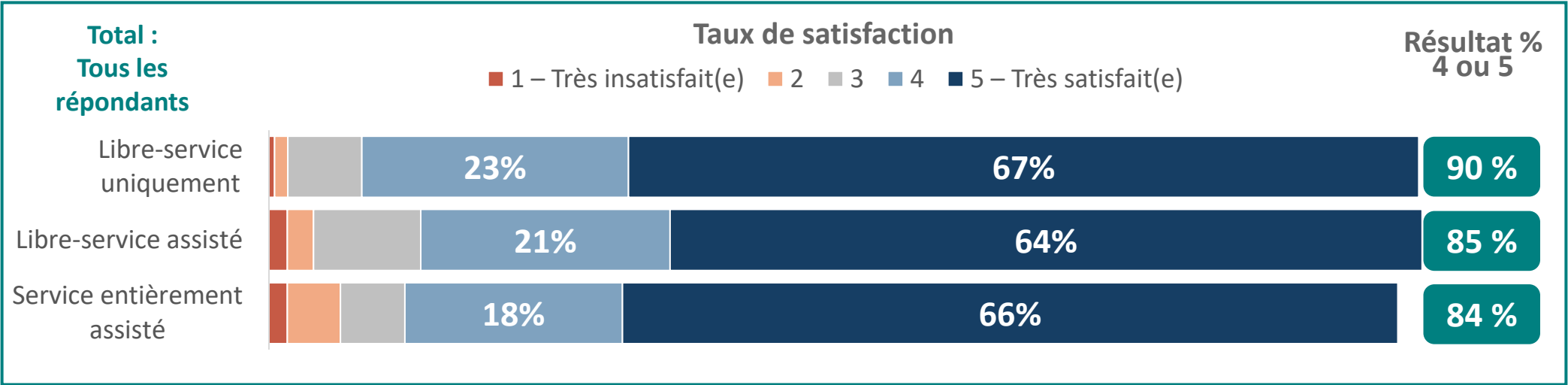


Q18 : Encore une fois, en pensant au service global, c'est-à-dire à partir du moment où vous avez obtenu de l'information au sujet du RCSD jusqu'à la réception d'une décision, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du service reçu de Service Canada?

Parcours client : Satisfaction globale

Le niveau de satisfaction global est élevé dans tous les parcours clients; les notes positives (4 ou 5) varient entre 84 % et 90 %. Les clients qui suivent un parcours uniquement libre-service sont les plus satisfaits (90 %), tandis que les évaluations sont similaires parmi ceux qui utilisent le libre-service assisté (85 %) et le service entièrement assisté (84 %).

La satisfaction globale est également élevée chez les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion dans tous les parcours des clients, sans différence statistiquement significative observée.



74 Q18 : Encore une fois, en pensant au service global, c'est-à-dire à partir du moment où vous avez obtenu de l'information au sujet du RCSD jusqu'à la réception d'une décision, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du service reçu de Service Canada?

Base : n=2 201; Clients de Service Canada. / Variable calculée : Parcours du client

3. Rendement du mode de prestation

Satisfaction à l'égard des modes de prestation

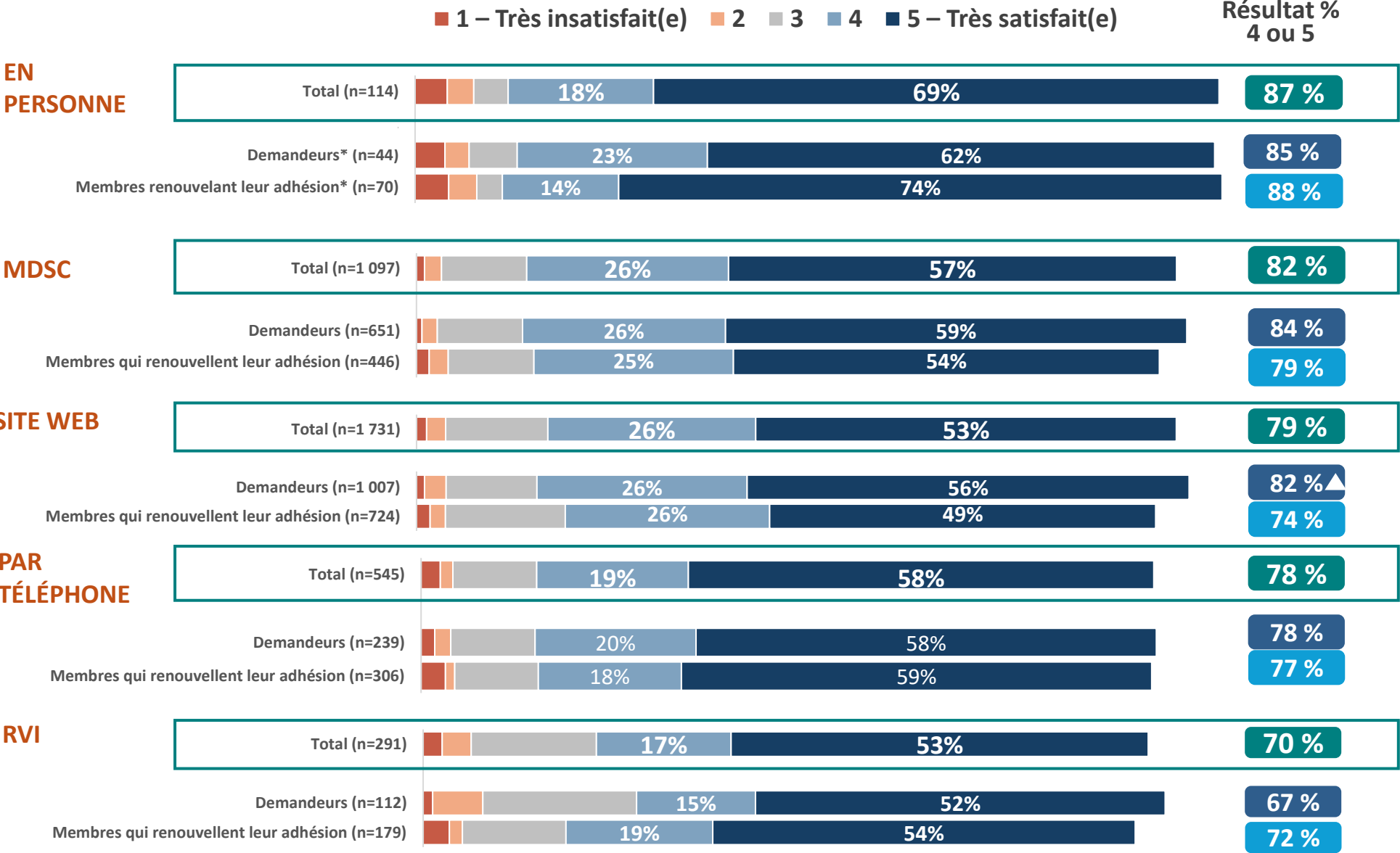
Taux de satisfaction

Le niveau de satisfaction est généralement élevé pour l'ensemble des modes de prestation; les notes positives (4 ou 5) varient entre 70 % et 87 %. Le service en personne obtient le taux de satisfaction le plus élevé (87 %), tandis que la RVI obtient le taux le plus faible (70 %).

Les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion font état d'une satisfaction comparable pour la plupart des modes de prestation. La seule différence statistiquement significative concerne le site Web, où les demandeurs se disent plus satisfaits que les membres qui renouvellent leur adhésion (82 % par rapport à 74 %).

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas être égaux à 100 %, car les réponses « Ne sais pas » et « Sans objet » sont exclues du tableau.

Q16 : Dans quelle mesure étiez-vous satisfait(e) de la qualité globale du service que vous avez reçu [INSÉRER LE PREMIER ÉLÉMENT]?
Base : Clients de Service Canada. La base varie selon le mode de prestation. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

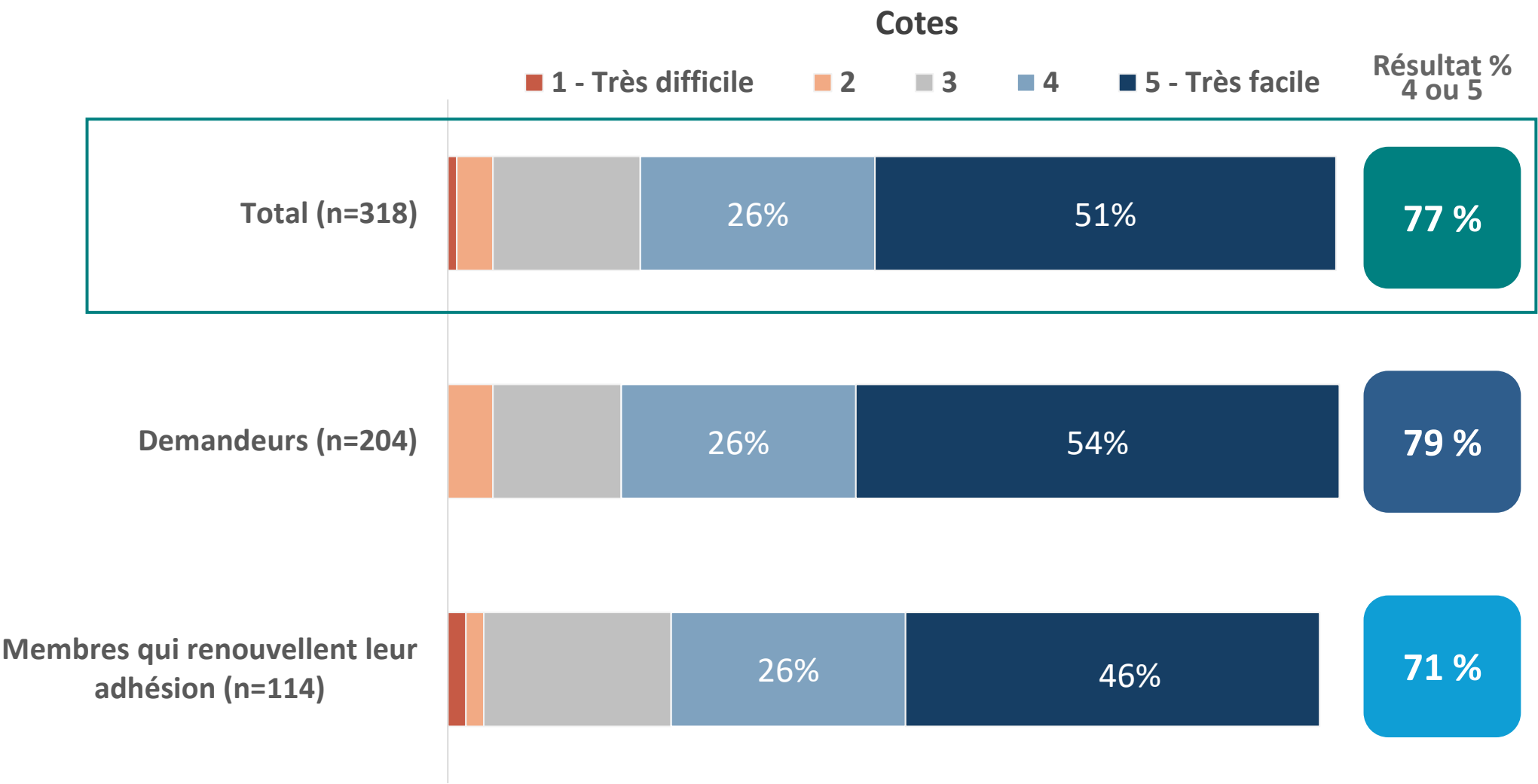


▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Facilité de s'inscrire à MDSC

Environ trois quarts (77 %) des clients affirment qu'il a été facile de s'inscrire à Mon dossier Service Canada (MDSC) (cote de 4 ou 5).

Les demandeurs (79 %) et les membres qui renouvellent leur adhésion (71 %) font état d'expériences positives similaires, sans différence statistiquement significative entre les deux groupes.



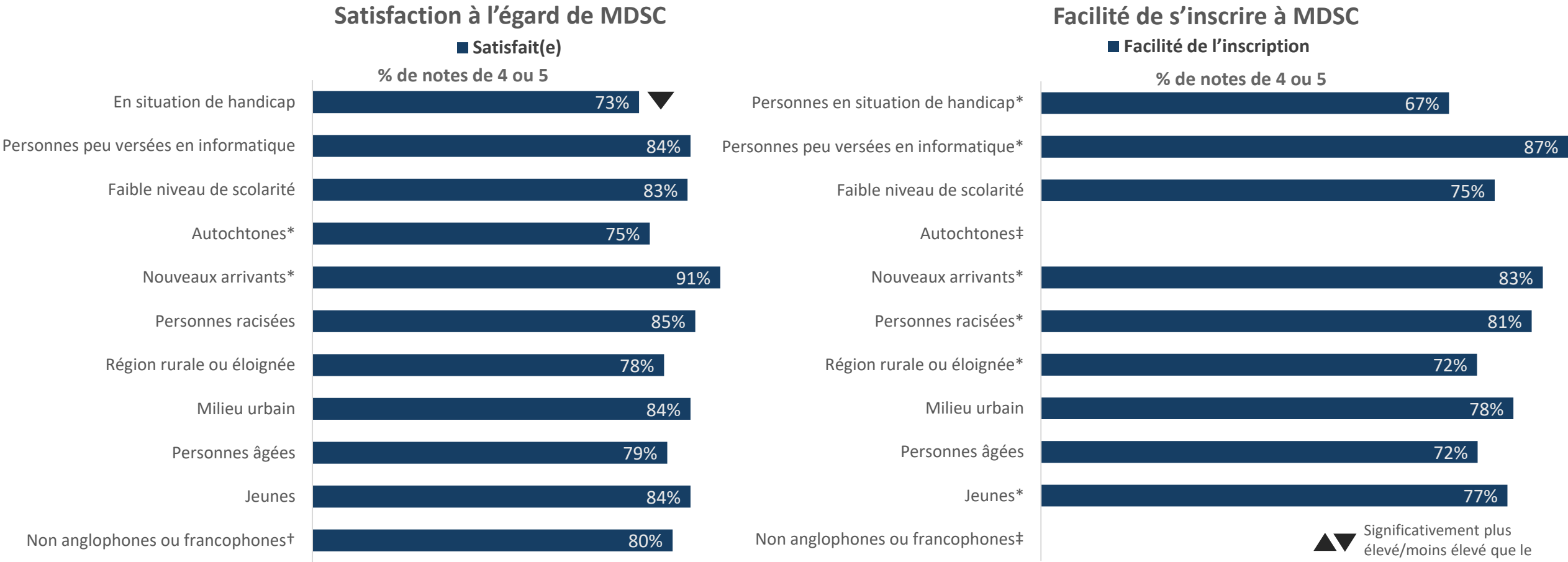
Q15. Dans quelle mesure a-t-il été facile ou difficile de vous créer un compte Mon dossier Service Canada?
Base : Les clients de Service Canada qui ont ouvert un compte au moment de présenter une demande pour le RCSD.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Satisfaction des groupes de clients de Service Canada à l'égard de MDSC

La satisfaction globale à l'égard de MDSC est positive pour tous les groupes de clients. Les clients en situation de handicap se disent moins satisfaits (73 %) que les clients non en situation de handicap, tandis que la satisfaction des autres groupes de clients varie de 75 % à 91 %.

La facilité d'adhésion à un compte MDSC est généralement évaluée positivement par tous les groupes de clients, avec des cotes allant de 67 % à 87 %. Aucune différence statistiquement significative n'a été observée entre les groupes de clients.



[Gauche] Q16e : Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la qualité globale des services que vous avez reçus dans MDSC? Base : n=1,097; Les clients de Service Canada qui ont utilisé leur MDSC.

[À droite] Q15. Dans quelle mesure il a été facile ou difficile de vous créer un compte Mon dossier Service Canada? Base : n=318; Les clients de Service Canada qui ont ouvert un compte.

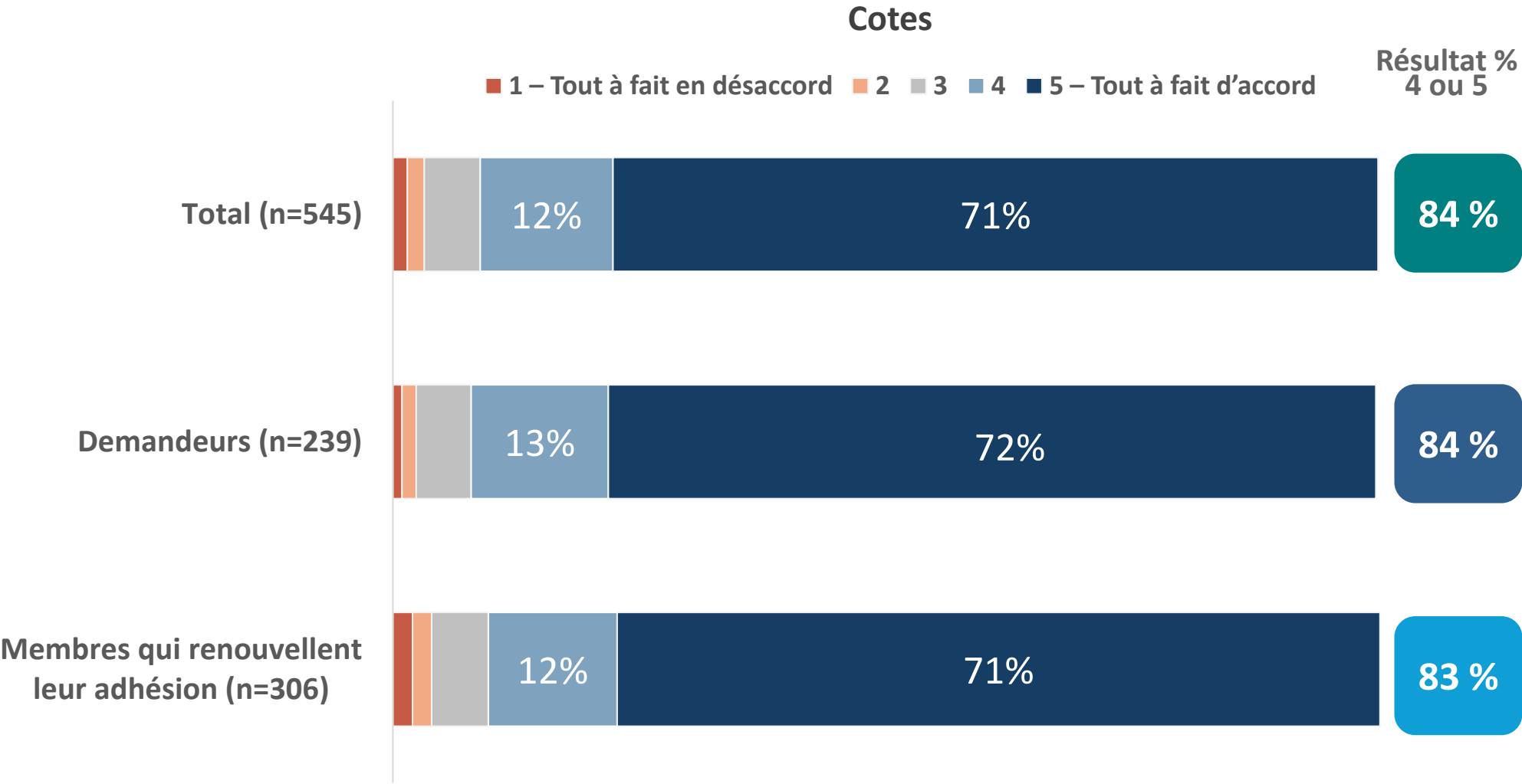
La taille de la base varie d'un groupe de clients à l'autre.

*Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100). † Les résultats sont fondés sur de très petits échantillons (n<30). ‡ indique que les résultats sont supprimés en raison du faible

Serviabilité des représentants au téléphone

Dans l'ensemble, les clients rapportaient d'être satisfaits de leur expérience avec les représentants du centre d'appels de Service Canada. Plus de quatre répondants sur cinq (84 %) sont d'accord pour dire que les représentants ont été serviables (cote de 4 ou 5), et sept répondants sur dix (71 %) sont tout à fait d'accord.

Les demandeurs (84 %) et les membres qui renouvellent leur adhésion (83 %) font état d'expériences positives similaires, sans différence statistiquement significative entre les deux groupes.



Q17j : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord pour dire que les représentants du centre d'appels de Service Canada étaient efficaces?

Base : Les clients de Service Canada qui ont eu recours au centre d'appels spécialisé.

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Expérience de service en personne par région

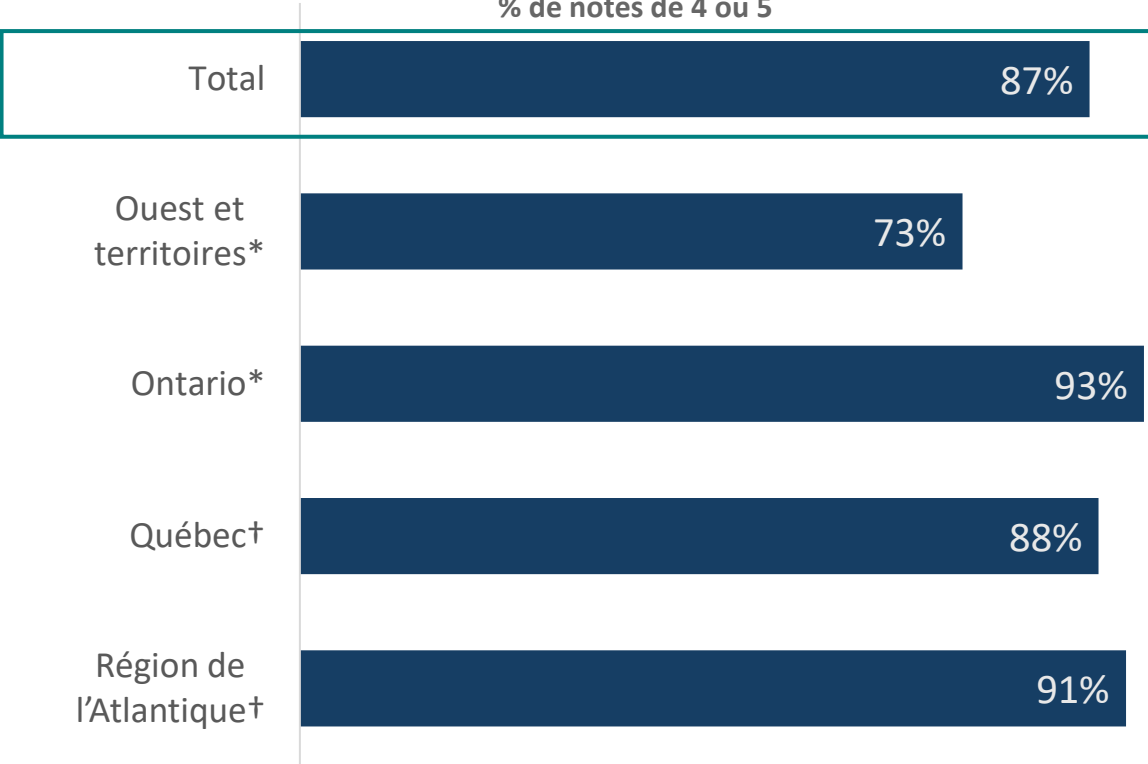
Le taux de satisfaction à l'égard du service en personne est généralement élevé; 87 % des clients donnent une note de 4 ou 5 pour la qualité du service reçu. Les clients de l'Ouest et des Territoires (73 %) étaient moins enclins que ceux de l'Ontario (93 %) à se dire satisfaits.

Quatre clients sur cinq (80 %) conviennent que les représentants de Service Canada avec lesquels ils ont interagi en personne ont été serviables (cote de 4 ou 5). L'écart entre les régions n'est pas statistiquement significatif.

Satisfaction à l'égard du mode de service en personne

■ Satisfait(e)

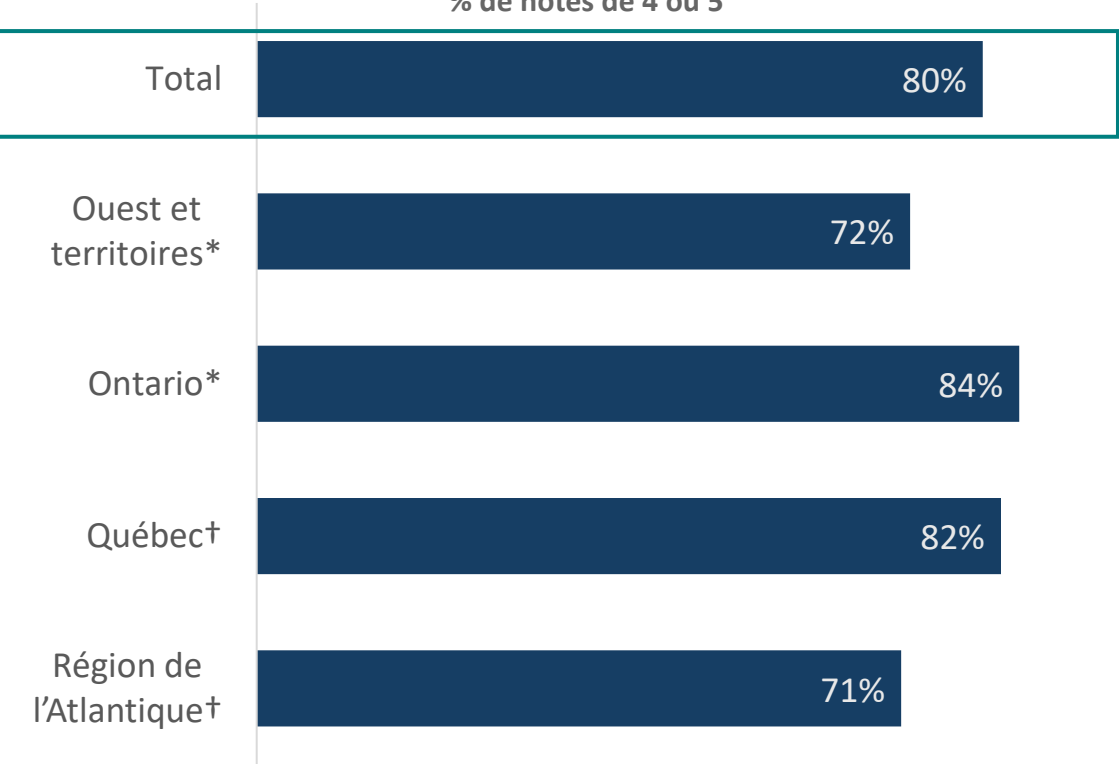
% de notes de 4 ou 5



Les représentants du Centre Service Canada ont été serviables

■ Serviables

% de notes de 4 ou 5



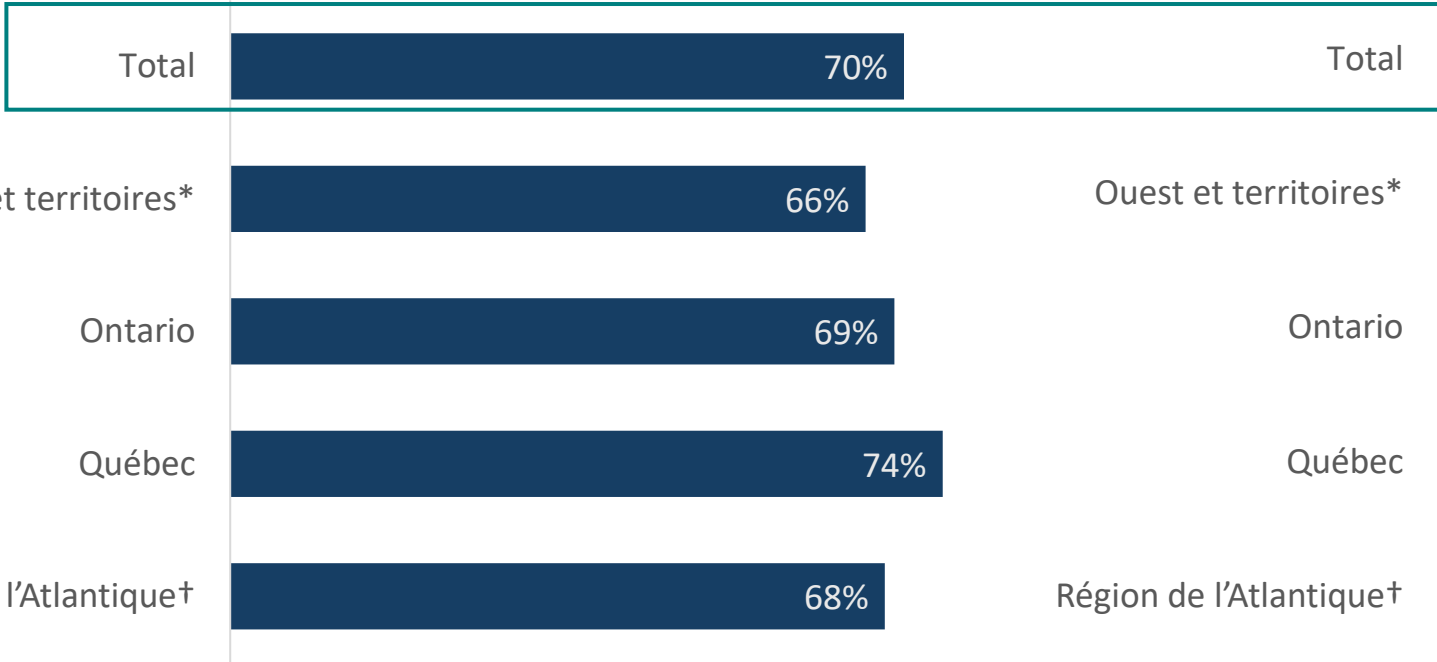
[Gauche] Q16a : Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la qualité globale des services que vous avez reçus du Centre Service Canada?
[À droite] Q17k : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord que les représentants de Service Canada avec lesquels vous avez communiqué en personne vous ont aidé?
Base : n=114; Les clients de Service Canada qui ont visité un Centre Service Canada. La taille de la base varie d'une région à l'autre. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100). † Les résultats sont fondés sur un très petit échantillon (n<30).

Expérience du service RVI par région

Sept clients sur dix (70 %) se disent satisfaits du mode de prestation RVI, tandis que près de neuf clients sur dix (88 %) affirment que la réponse vocale interactive est facile à utiliser lorsqu’ils présentent une demande initiale ou une demande de renouvellement pour des prestations dentaires. Les cotes de satisfaction et de facilité d’utilisation sont uniformes d’une région à l’autre, et aucune différence statistiquement significative n’a été relevée entre les régions.

Satisfaction à l’égard du mode de service

■ Satisfait(e) % de notes de 4 ou 5



Facilité à demander ou à renouveler des prestations dentaires au moyen de la RVI

■ Facilité % de notes de 4 ou 5



[Gauche] Q16c : Dans quelle mesure étiez-vous satisfait(e) de la qualité globale du service que vous avez reçu de la RVI?
[À droite] Q17g : Dans quelle mesure êtes-vous d’accord avec le fait que, dans l’ensemble, il a été facile pour vous de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour vos prestations dentaires?
Base : n=291; Les clients de Service Canada qui ont utilisé la RVI.

81 La taille de la base varie d’une région à l’autre. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100). † Les résultats sont fondés sur un très petit échantillon (n<30).

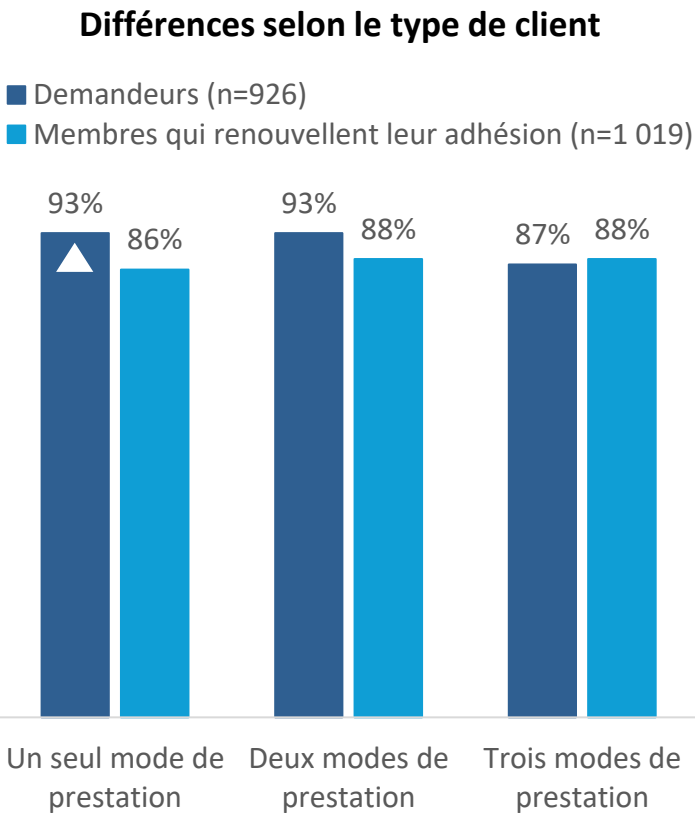
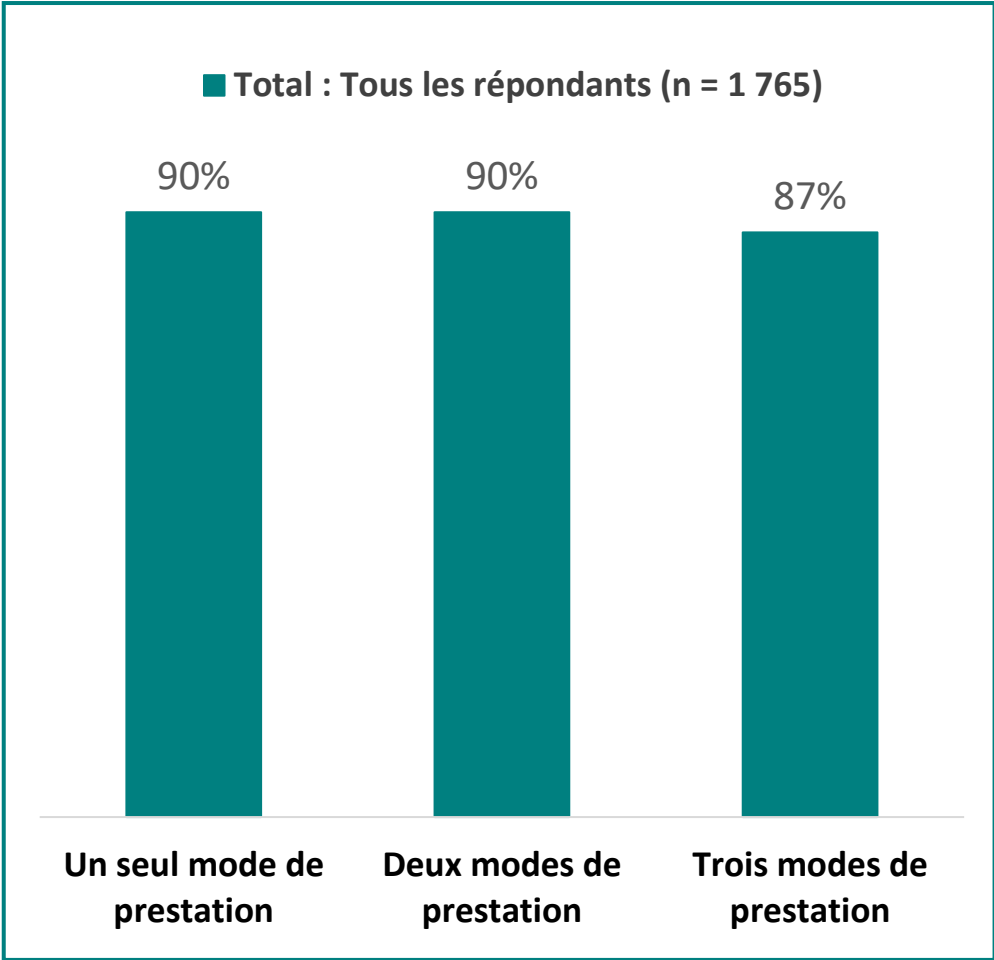
4. Utilisation des modes de prestation par étape : Incidence sur la facilité à obtenir des services

PRISE DE RENSEIGNEMENTS -> Facilité selon le nombre de modes de prestation de services utilisés

La note attribuée pour la facilité à présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires est toujours élevée, quel que soit le nombre de modes de prestation utilisés pour s’informer sur le RCSD; 87 % à 90 % des répondants déclarent que le processus était facile (notes de 4 ou 5).

Les demandeurs qui ont eu recours à un seul mode de prestation sont plus susceptibles que les membres qui renouvellent leur adhésion de déclarer qu’il a été facile de présenter une demande (93 % par rapport à 86 %). Aucune autre différence n’est observée entre les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion.

% de répondants qui sont d’accord pour dire qu’il était facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour leurs prestations dentaires selon le nombre de modes de prestation utilisés pour prendre connaissance de l’existence du RCSD
(% de notes de 4 ou 5)

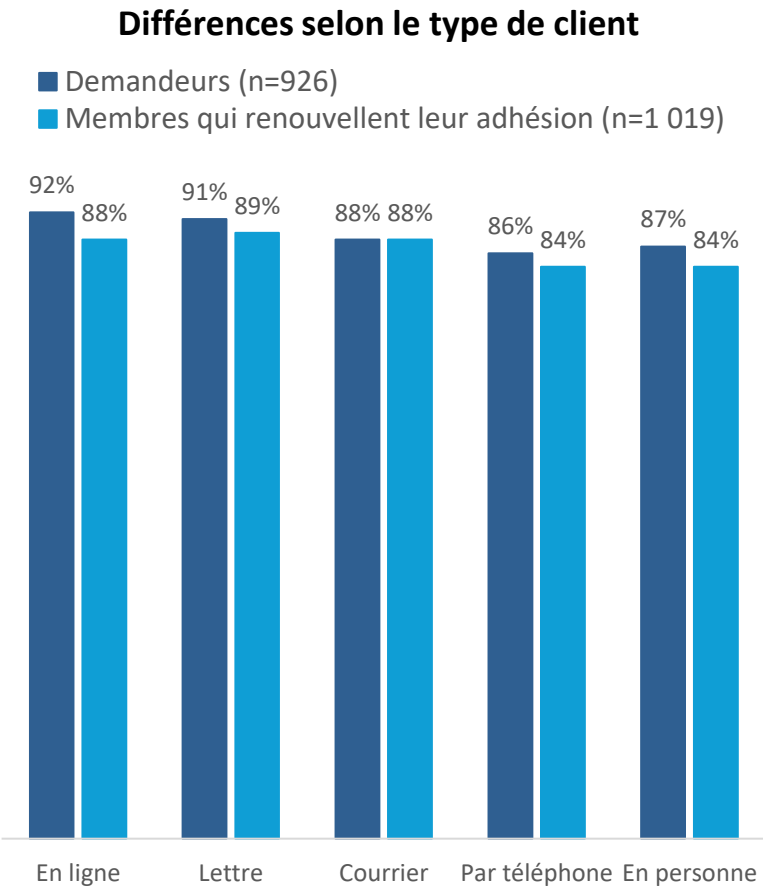
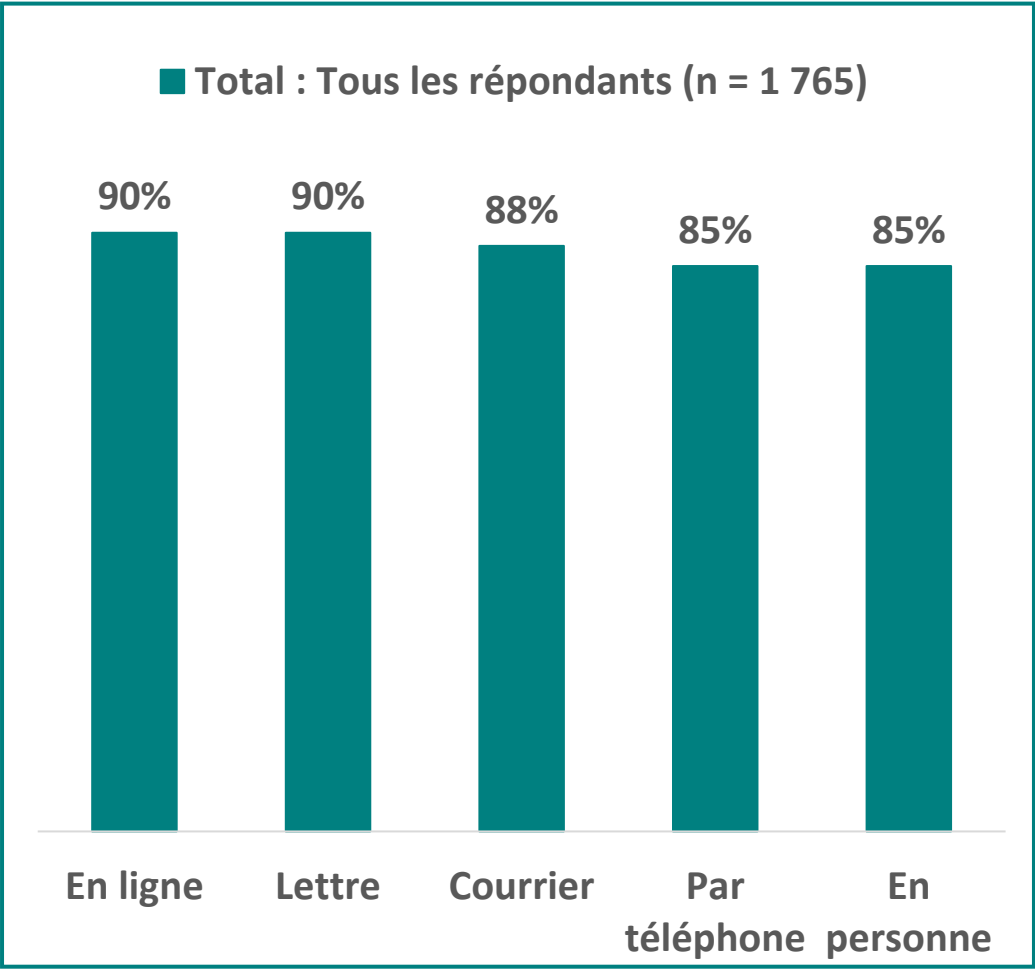


▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

PRISE DE RENSEIGNEMENTS --> Facilité en fonction des modes de prestation de services utilisés

Le niveau de facilité pour présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires est similaire pour tous les modes de prestation de services, les évaluations positives allant de 85 % à 90 %. Aucune différence statistiquement significative n’a été relevée entre les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion.

% de répondants qui sont d’accord pour dire qu’il était facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires au moyen des mêmes modes de prestation de service que ceux utilisés pour apprendre l’existence du RCSD (% de notes de 4 ou 5)



Q17g : Dans l’ensemble, a-t-il été facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires? Et Variables calculées.

Base : Les clients de Service Canada qui ont utilisé au moins un mode de prestation.

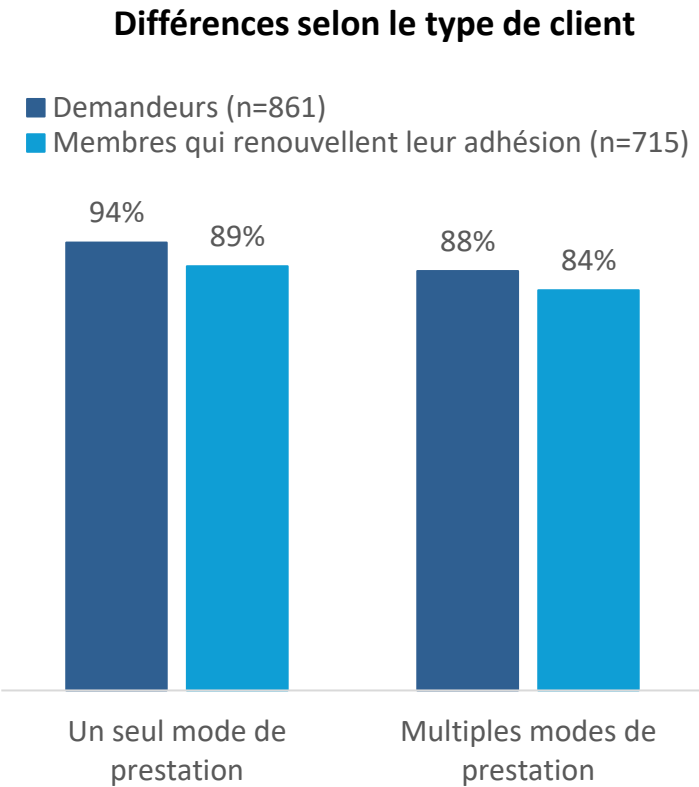
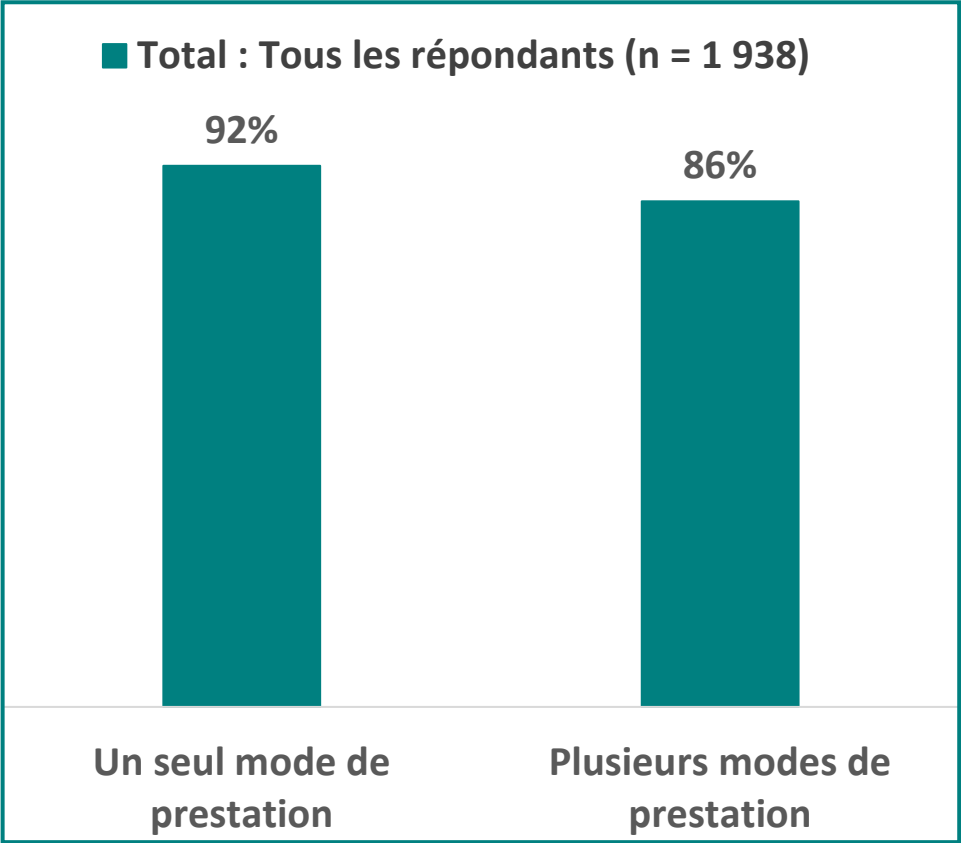
PRÉSENTATION DE DEMANDE --> Niveau de facilité en fonction du nombre de modes de prestation de services utilisés

La note attribuée pour la facilité à présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires est toujours élevée, quel que soit le nombre de modes de prestation utilisés lors de l'étape de la présentation de la demande; 86 % à 92 % des répondants déclarent que le processus était facile (notes de 4 ou 5).

Les demandeurs qui ont eu recours à un seul mode de prestation sont plus susceptibles que les membres qui renouvellent leur adhésion de déclarer qu'il a été facile de présenter une demande (94 % par rapport à 89 %).

Aucune différence n'a été observée entre les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion parmi les clients qui ont utilisé plusieurs modes de prestation.

% des répondants qui sont d'accord pour dire qu'il était facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires en fonction du nombre de modes de prestation utilisés à l'étape de la présentation de la demande (% de notes de 4 ou 5)



Q17g : Dans l'ensemble, a-t-il été facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires? Et Variables calculées.
Base : Les clients de Service Canada qui ont utilisé au moins un mode de prestation.

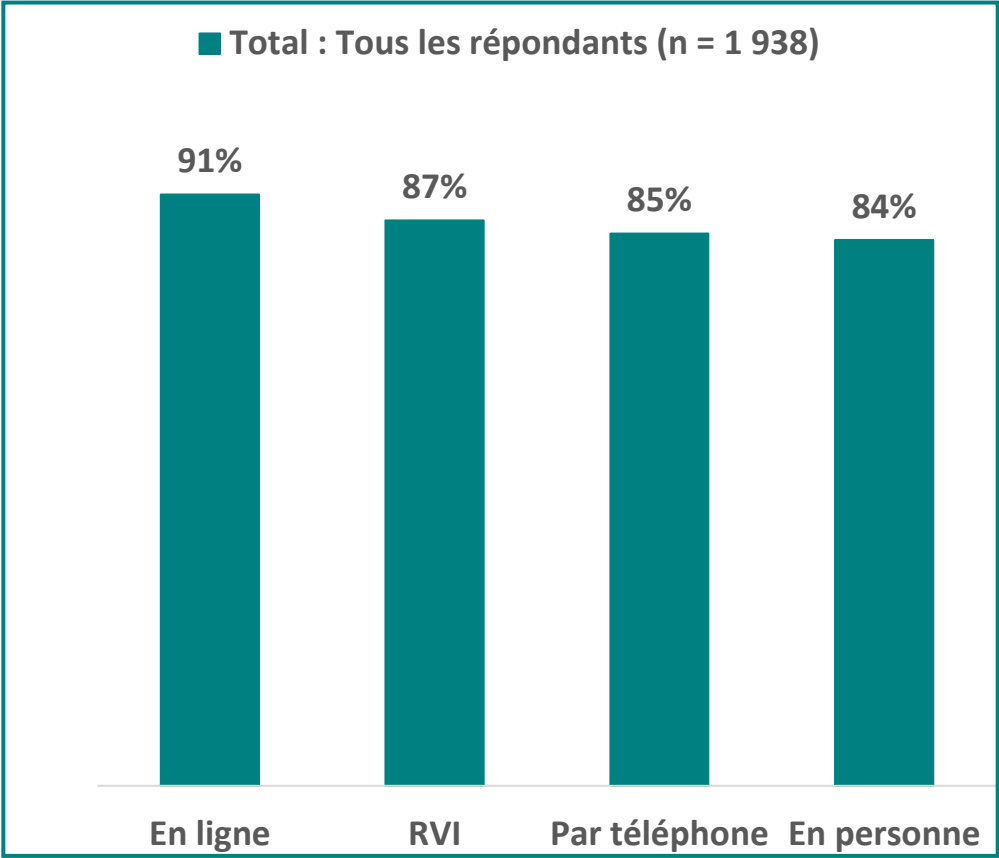
PRÉSENTATION DE DEMANDE --> Niveau de facilité en fonction des modes de prestation de services utilisés

Le niveau de facilité pour présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires est élevé pour tous les modes de prestation de services, les évaluations positives allant de 84 % à 91 %.

Les demandeurs qui ont eu recours à un mode de prestation en ligne sont plus susceptibles que les membres qui renouvellent leur adhésion de déclarer qu'il a été facile de présenter une demande (93 % par rapport à 89 %).

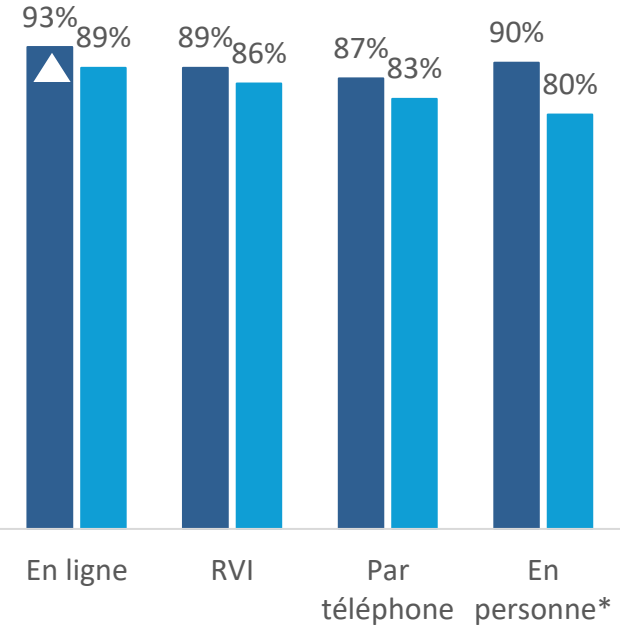
Aucune autre différence n'a été observée entre les modes de présentation d'une demande ou les groupes de clients.

% des répondants qui sont d'accord pour dire qu'il était facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires en fonction des modes de prestation utilisés à l'étape de la présentation de la demande
(% de notes de 4 ou 5)



Différences selon le type de client

■ Demandeurs (n=1 037)
■ Membres qui renouvellent leur adhésion (n=901)



Q17g : Dans l'ensemble, a-t-il été facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires? Et Variables calculées. / Base : Clients de Service Canada

*Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

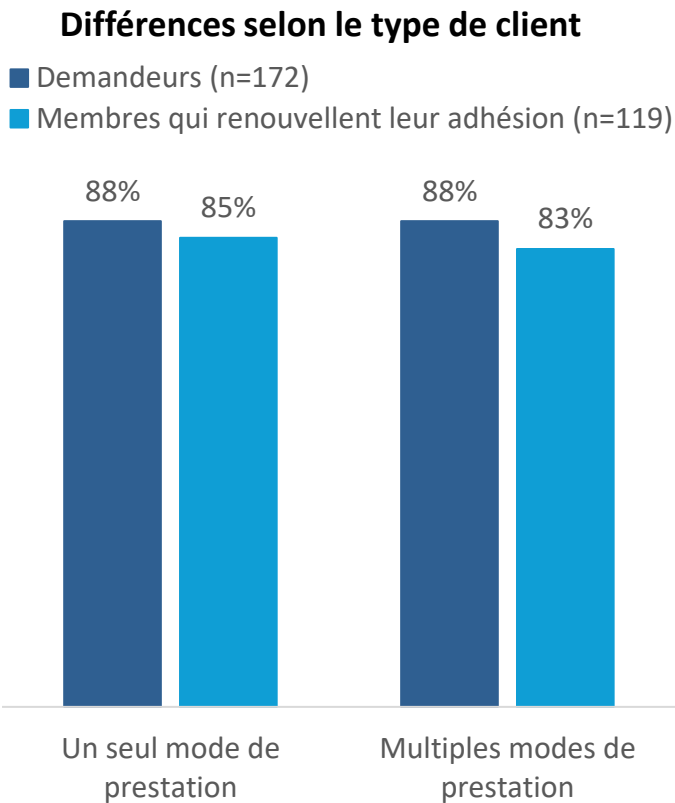
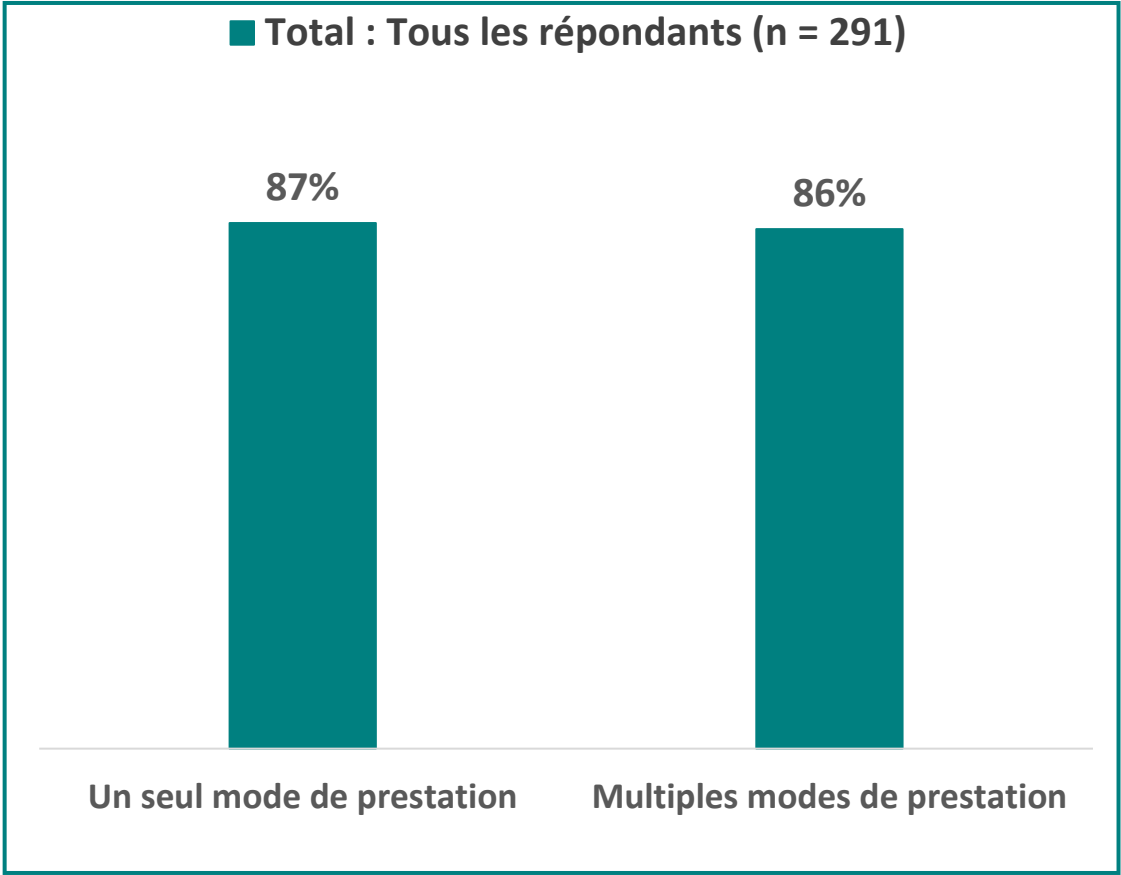
▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

SUIVI – > Facilité selon le nombre de modes de prestation de services utilisés

La facilité à présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour des prestations dentaires est élevée chez les clients qui ont fait un suivi auprès de Service Canada, peu importe s'ils ont utilisé un ou plusieurs modes de suivi (87 % par rapport à 86 %).

Les cotes sont uniformes parmi les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion, et aucune différence statistiquement significative n'a été relevée.

% de répondants qui sont d'accord pour dire qu'il était facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour leurs prestations dentaires selon le nombre de modes de prestation utilisés pour effectuer un suivi auprès de Service Canada
(% de notes de 4 ou 5)

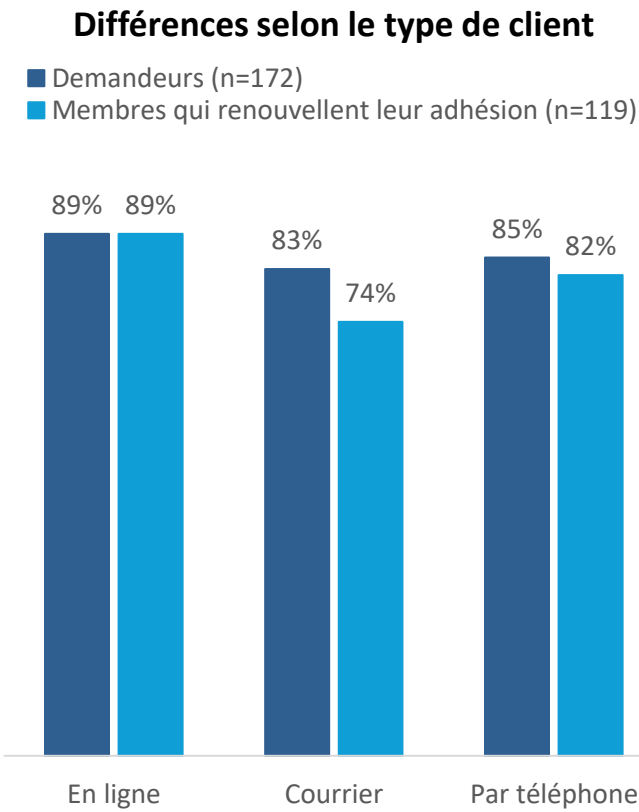
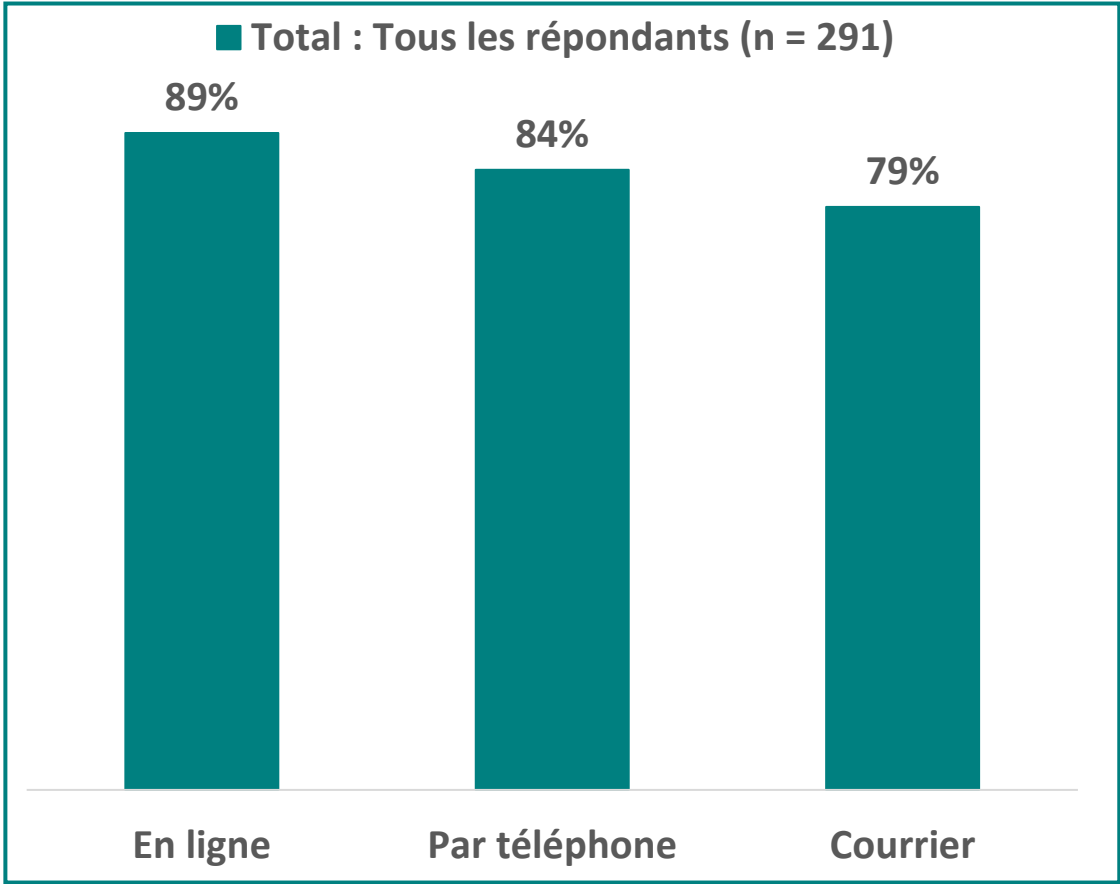


SUIVI --> Facilité en fonction du mode de suivi utilisé

Le niveau de facilité pour présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires est élevé pour tous les modes de suivi; les notes positives se situent entre 79 % à 89 % parmi les clients ayant recours au courrier, au téléphone ou aux modes de prestation en ligne.

La tendance générale est la même pour les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion, sans différence statistiquement significative entre les deux groupes.

% des répondants qui sont d'accord pour dire qu'il était facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour les prestations dentaires en fonction du des modes de prestation utilisés pour effectuer un suivi
(% de notes de 4 ou 5)



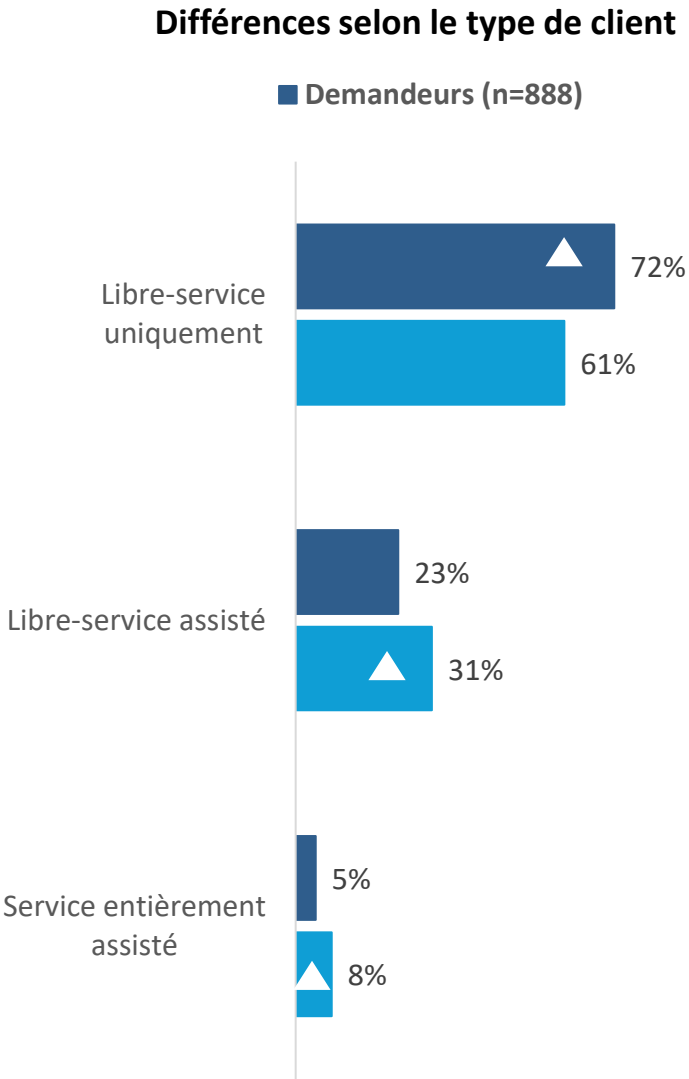
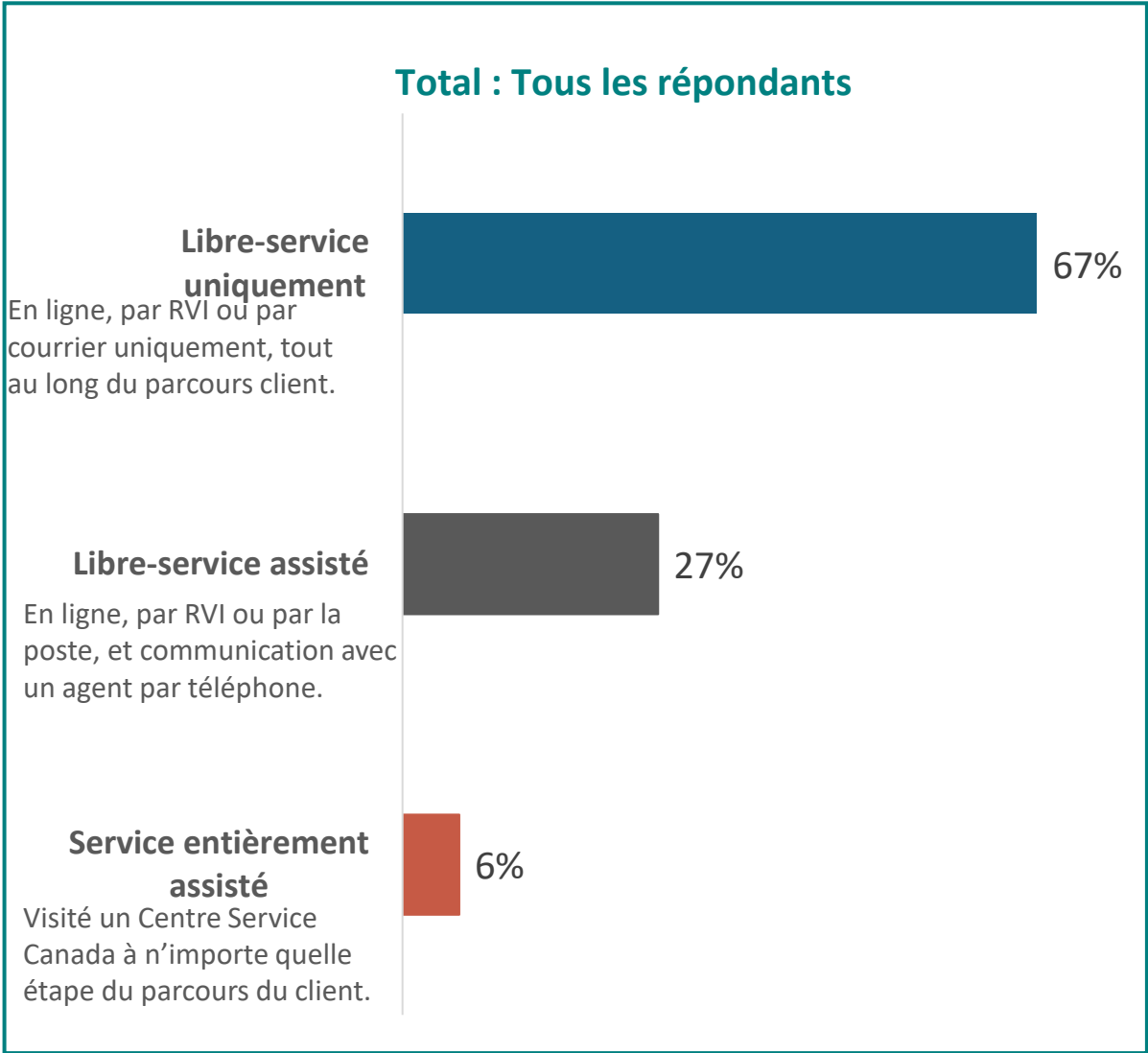
1. Les services en personne sont exclus en raison de la taille de l'échantillon.

5. Données relatives au libre-service et au service assisté

Données relatives au libre-service et au service assisté : % d'utilisation de chaque parcours de service

La plupart des clients effectuent leur parcours à l'aide des modes de prestation uniquement en libre-service (67 %), tandis que le libre-service assisté (27 %) et le service entièrement assisté (6 %) sont utilisés moins fréquemment.

Les demandeurs sont plus susceptibles que les membres qui renouvellent leur adhésion de se fier exclusivement au libre-service (72 % par rapport à 61 %), tandis que les membres qui renouvellent leur adhésion sont plus susceptibles d'utiliser le libre-service assisté (31 % par rapport à 23 %) et le service entièrement assisté (8 % par rapport à 5 %).



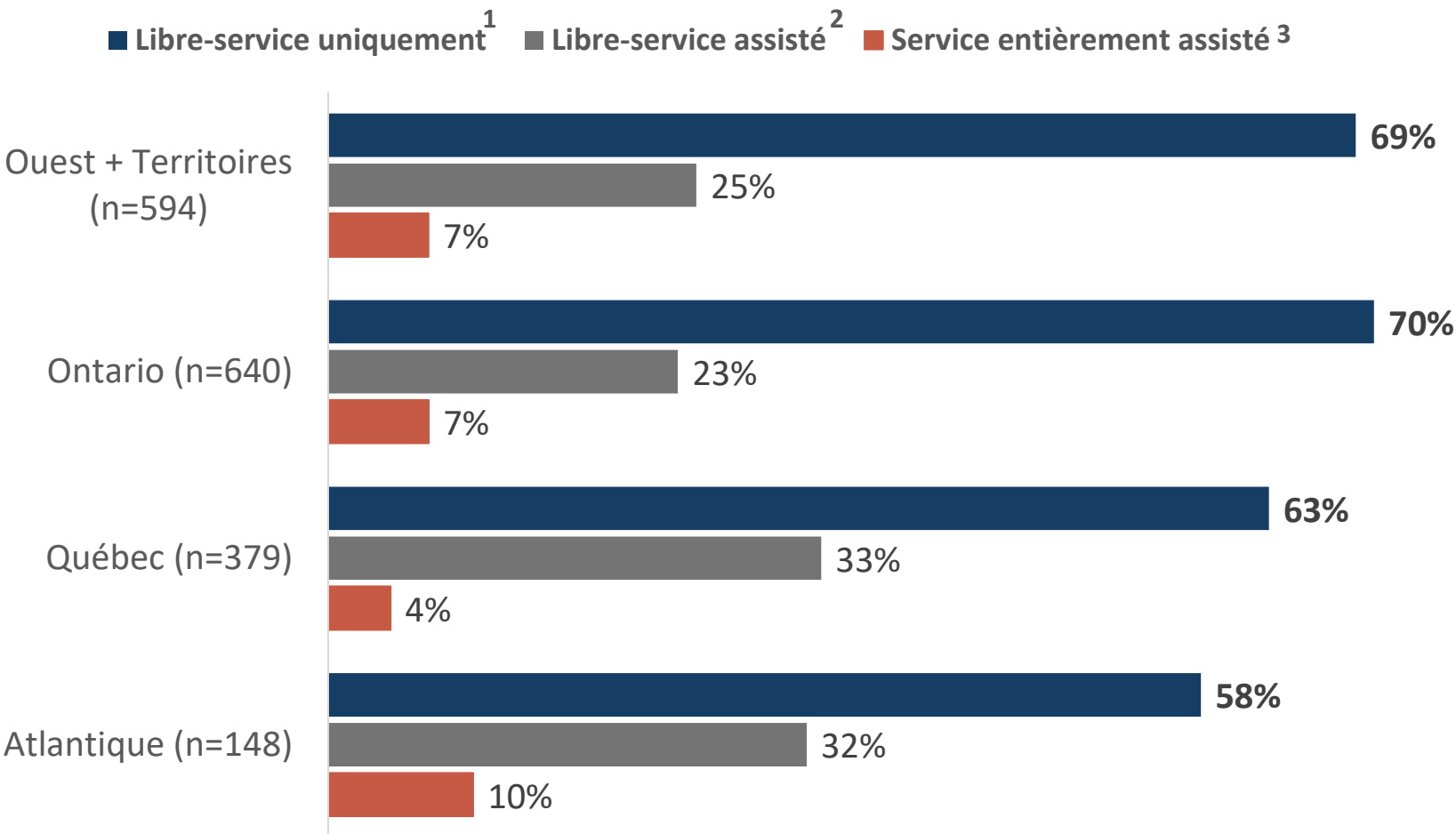
Base : Clients de Service Canada.
Variables calculées en fonction des Q1, Q4 et Q10.

▲▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Données relatives au libre-service et au service assisté : % d'utilisation de chaque parcours de service, par région

La majorité des clients dans toutes les régions utilisent uniquement le libre-service. L'utilisation est la plus élevée en Ontario (70 %) et dans l'Ouest et les Territoires (69 %), et plus faible au Québec (63 %) et dans les provinces de l'Atlantique (58 %).

Le libre-service assisté est plus courant au Québec (33 %) et dans les provinces de l'Atlantique (32 %) qu'en Ontario (23 %), tandis que l'utilisation du service entièrement assisté est limitée dans toutes les régions (de 4 % à 10 %).

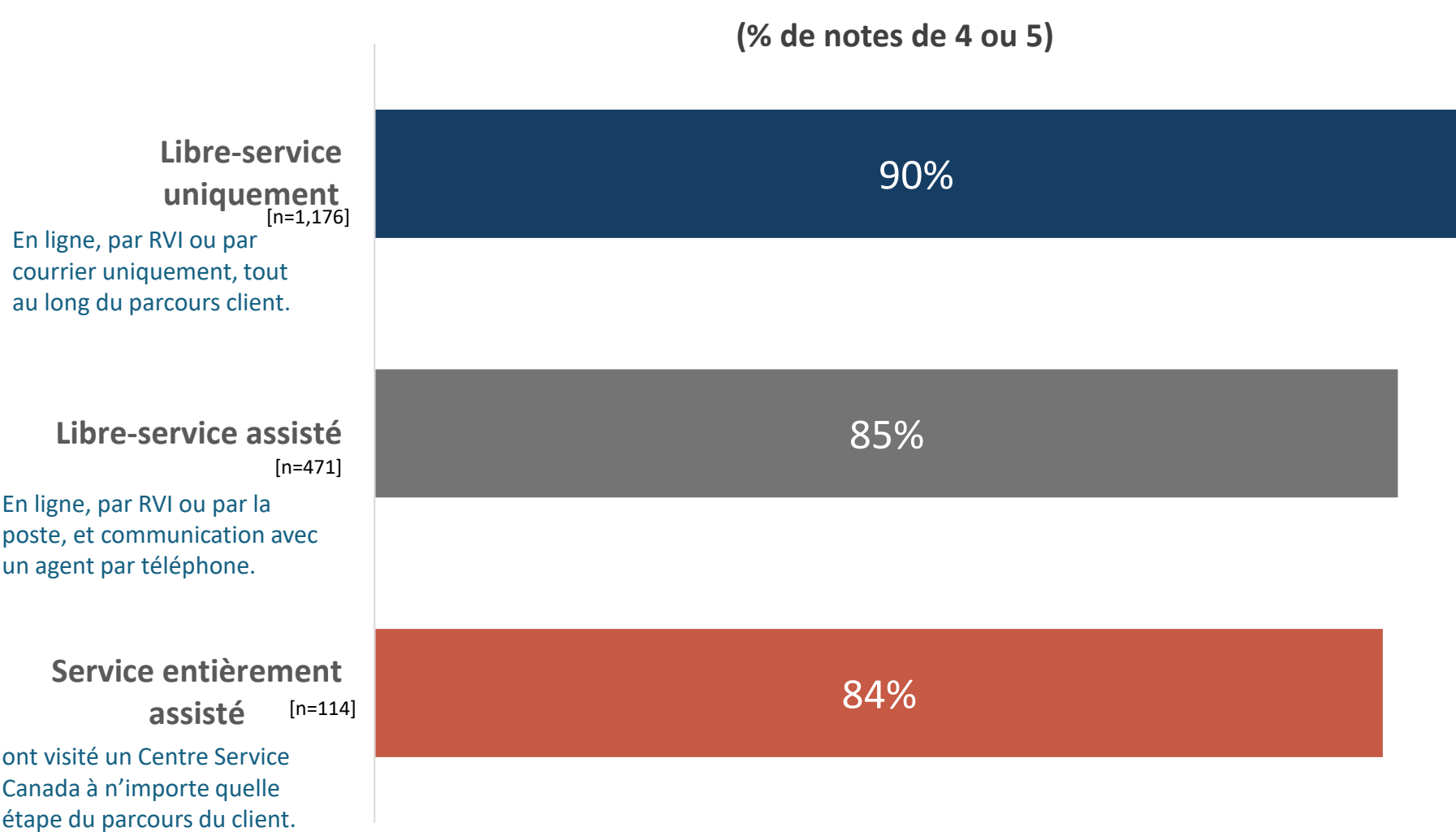


- 1. En ligne, par RVI ou par courrier uniquement tout au long du parcours du client.
- 2. En ligne, par RVI ou par la poste, et communication avec un agent par téléphone.
- 3. visité un Centre Service Canada à n'importe quelle étape du parcours du client.

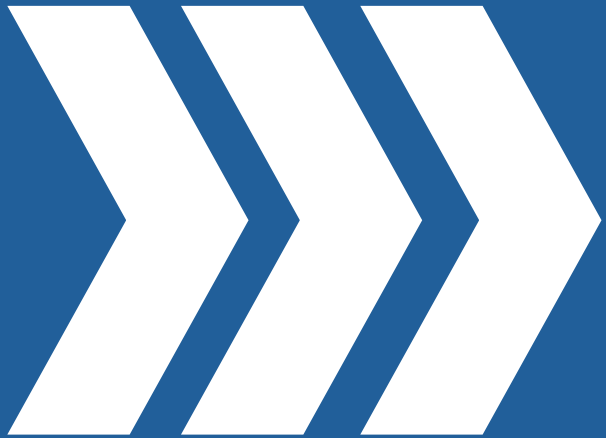
Niveau de satisfaction à l'égard de l'ensemble des services reçus, par parcours de service

La satisfaction globale est élevée dans tous les parcours de service, les cotes positives (4 ou 5) allant de 84 % à 90 %.

Les clients qui uniquement utilisait le libre-service sont les plus satisfaits (90 %), ce qui est nettement plus élevé que les utilisateurs du libre-service assisté (85 %). La satisfaction des utilisateurs des services entièrement assistés (84 %) est tout aussi positive.



Q18 : Encore une fois, en pensant au service global, c'est-à-dire à partir du moment où vous avez obtenu de l'information au sujet du RCSD jusqu'à la réception d'une décision, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) du service reçu de Service Canada? Base : Clients de Service Canada.



Conclusions détaillées : AMÉLIORATION DU SERVICE

1. Facteurs de satisfaction

Facteurs de satisfaction : Approche analytique

Une analyse des facteurs clés a été réalisée à l’aide d’une régression linéaire multiple, avec des modèles distincts pour les demandeurs et les membres qui renouvellent leur adhésion. Les caractéristiques du service ont été regroupées en six dimensions (voir ci-dessous) et présentées afin de déterminer quels facteurs influencent le plus fortement la satisfaction globale. Les variables comportant des niveaux élevés de données manquantes en raison de l’acheminement du sondage ont été exclues, et les variables corrélées ont été évaluées, puis retenues, le cas échéant. Les résultats sont présentés dans les diapositives suivantes.

COMPRENDRE ET SUIVRE LE PROCESSUS

PRISE DE RENSEIGNEMENTS : *Prendre connaissance et comprendre*

- Comprendre les renseignements sur les prestations dentaires
- Déterminer l’admissibilité aux prestations dentaires
- Déterminer les étapes pour présenter une demande
- Trouver les renseignements que vous deviez fournir lors de la présentation d’une demande de prestations dentaires

PRÉSENTATION D’UNE DEMANDE : *Processus de demande*

- Facilité à comprendre les exigences de la demande
- Remplir la demande
- Facilité à obtenir de l’aide avec votre demande quand vous en aviez besoin

SUIVI : *Facilité à effectuer un suivi*

- Facilité à effectuer un suivi de votre demande auprès de Service Canada*
- Facilité d’inscription à Mon dossier Service Canada*

*Exclu de la régression en raison des taux élevés de données manquantes (demandé à des sous-groupes spécifiques seulement).

EXPÉRIENCE EN MATIÈRE DE SERVICE ET RÉSULTATS

FACILITÉ

- Dans l’ensemble, a-t-il été facile de présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement pour des prestations dentaires?
- Vous n’avez eu à expliquer votre situation qu’une seule fois
- La possibilité de faire des étapes en ligne a facilité le processus*
- Le fait de pouvoir effectuer des étapes par téléphone a facilité le processus pour vous*

EFFICACITÉ

- Le temps qu’il a fallu était raisonnable
- Il était facile d’obtenir de l’aide de Service Canada lorsque vous en aviez besoin
- Vous saviez quoi faire en cas de problème ou de question
- Vous êtes parvenu(e) à franchir sans difficulté toutes les étapes de votre demande/demande de renouvellement

ÉMOTION

- Les représentants du centre d’appels de Service Canada ont été serviables*
- Les représentants de Service Canada que vous avez rencontrés en personne ont été serviables*
- Vous étiez convaincu(e) que vos problèmes seraient facilement résolus
- Vous étiez convaincu(e) que vos renseignements personnels étaient protégés tout au long du processus
- On vous a fourni des services dans la langue officielle de votre choix (anglais ou français)
- Vous vous êtes senti respecté tout au long du processus de demande ou de renouvellement pour vos prestations dentaires

Principaux facteurs de satisfaction – Aperçu

L'analyse a permis d'identifier huit variables qui prédisent de façon indépendante et statistiquement significative la satisfaction globale. Les quatre facteurs les plus importants (**principaux facteurs**) étaient importants à $p < 0,001$ et ont révélé la plus grande influence sur la satisfaction globale. Quatre autres variables étaient également statistiquement significatives, mais elles présentaient des associations plus faibles et sont présentées comme **des facteurs secondaires**, ce qui représente un deuxième niveau d'importance.

Point clé à retenir : L'accès à l'aide, la durée raisonnable du parcours client, la résolution de problèmes et la clarté sont les facteurs les plus déterminants pour tous les groupes de clients.

FACTEURS PRINCIPAUX

FACTEURS SECONDAIRES

Tous les clients

- **Principaux facteurs** : L'accès à l'aide, la durée du parcours client, la confiance que les problèmes seront résolus et la clarté quant à la marche à suivre en cas de problème.
- **Principale occasion d'amélioration** : Améliorer l'accès au soutien tout en maintenant la durée raisonnable du parcours client et la confiance que les problèmes seront résolus.
- **Facteurs secondaires** : La facilité à présenter une demande ou à renouveler son adhésion, le déroulement du processus sans difficulté, le sentiment d'être respecté et la facilité à comprendre l'information relative aux prestations dentaires.
- **Principales observations** : Au-delà des facteurs principaux, la simplicité du processus de demande ou de renouvellement ainsi que le traitement respectueux contribuent également de manière significative à la satisfaction globale.

Nouvelles demandes

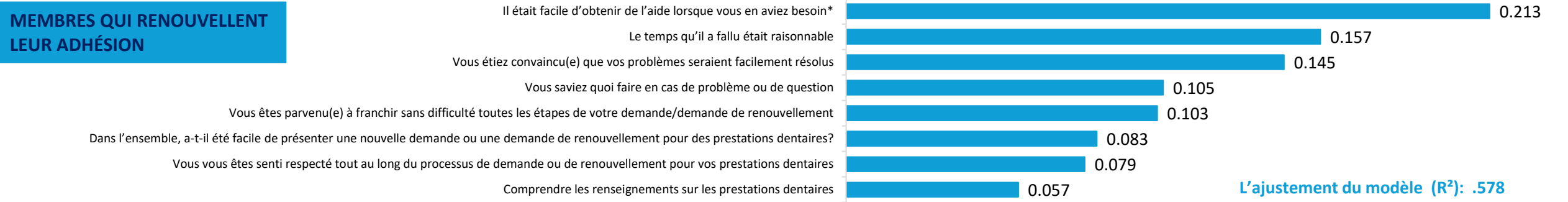
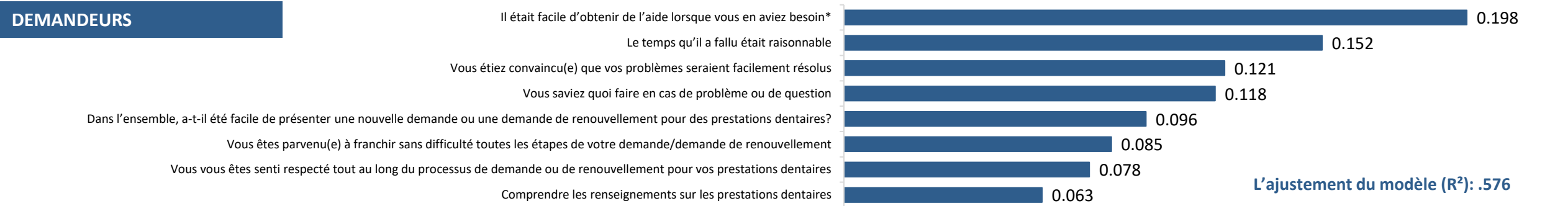
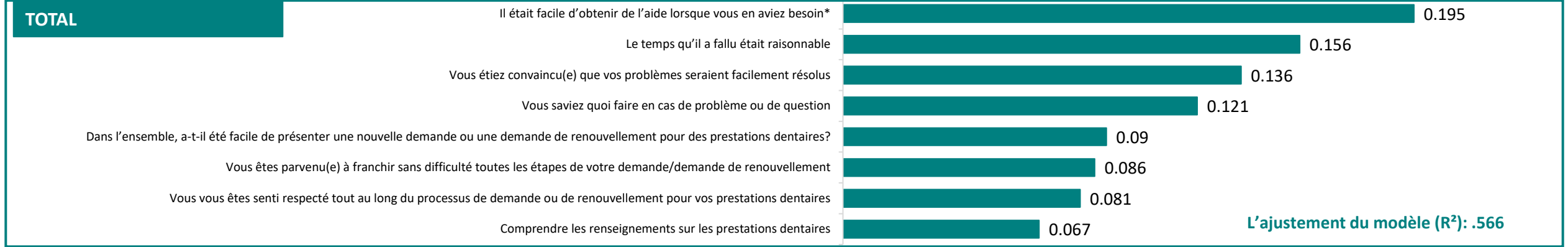
- **Principaux facteurs** : Conformément au modèle global, l'accès à l'aide, la durée du parcours client, la confiance que les problèmes seront résolus et la clarté quant à la marche à suivre en cas de problème sont les principaux facteurs de satisfaction.
- **Facteurs secondaires** : La facilité à présenter une demande ou à renouveler son adhésion, le déroulement du processus sans difficulté, le sentiment d'être respecté et la facilité à comprendre l'information relative aux prestations dentaires.
- **Principales observations** : La compréhension des renseignements relatifs aux prestations dentaires constitue un facteur relativement plus important chez les demandeurs, ce qui s'explique probablement par le fait que les demandeurs connaissent moins bien le régime.

Membres renouvelant leur adhésion

- **Principaux facteurs** : Les quatre mêmes facteurs demeurent les plus importants. Cela comprend l'accès à l'aide, service du bout à bout, la confiance que les problèmes seront résolus et la clarté quant à la marche à suivre en cas de problème.
- **Principales observations** : La facilité à obtenir de l'aide est un facteur de satisfaction plus important chez les membres qui renouvellent leur adhésion, ce qui laisse entendre une plus grande sensibilité aux problèmes liés au soutien.
- **Facteurs secondaires** : La facilité à présenter une demande ou à renouveler son adhésion, le déroulement du processus sans difficulté, le sentiment d'être respecté et la facilité à comprendre l'information relative aux prestations dentaires.
- **Principales observations** :
 - **L'efficacité des processus compte davantage** : Le fait de franchir sans difficulté toutes les étapes est un facteur plus important parmi les membres qui renouvellent leur adhésion, ce qui souligne l'importance de réduire au minimum les obstacles dans le processus.
 - **L'information joue un rôle moins important** : La compréhension de l'information sur les prestations de soins dentaires a un peu moins d'influence, car les membres qui renouvellent leur adhésion connaissent mieux le programme.

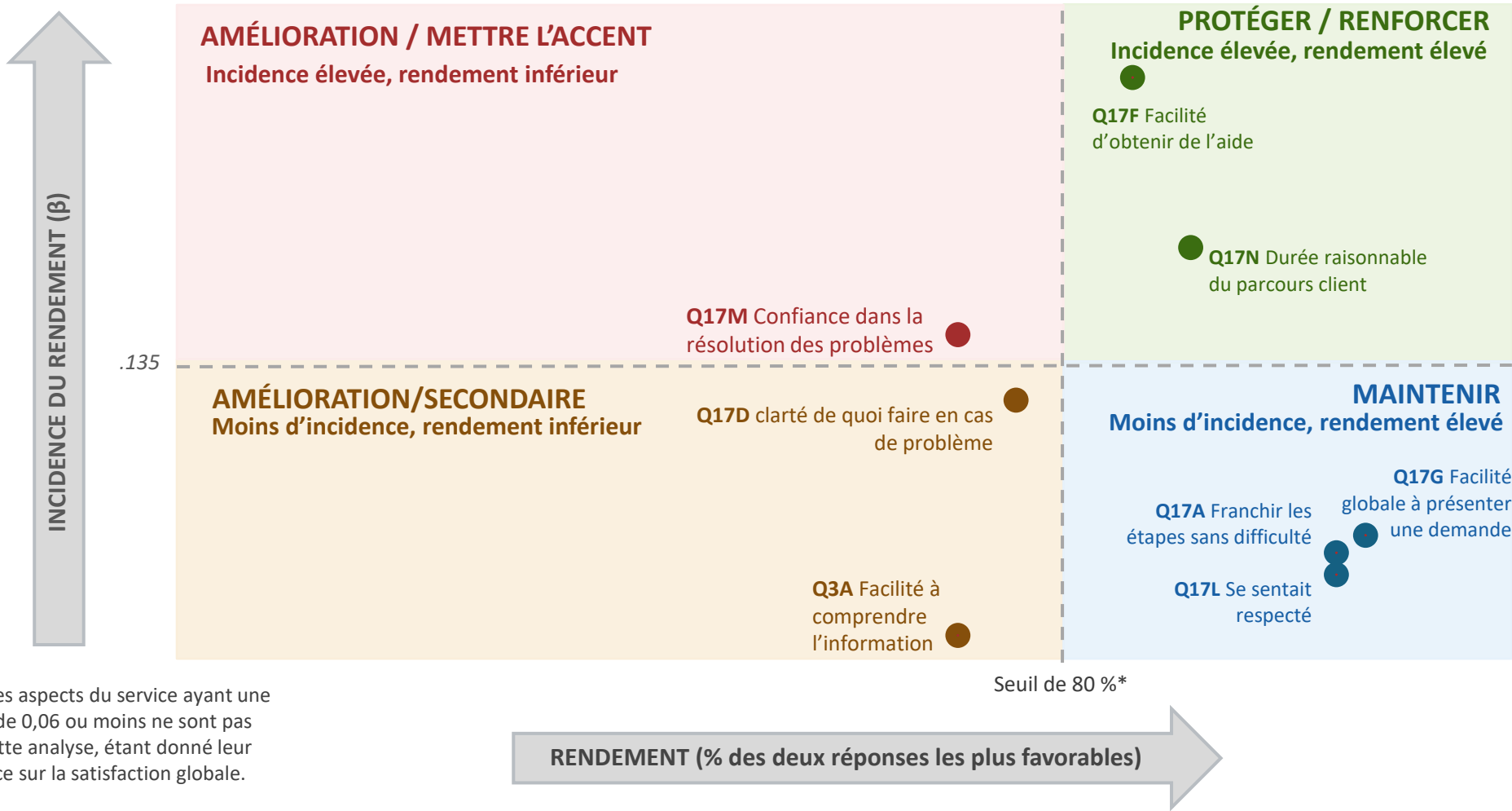
Principaux facteurs de satisfaction – En détail

La facilité à obtenir de l’aide de Service Canada en cas de besoin est le principal facteur de satisfaction. Le temps qu’il faut pour terminer le processus, la confiance que les problèmes seront résolus et la clarté quant à la marche à suivre en cas de problèmes constituent des facteurs secondaires clés. D’autres facteurs, notamment la facilité à présenter une demande, le déroulement sans difficulté du processus, le sentiment d’être respecté et la compréhension de l’information, jouent un rôle plus modéré. Les valeurs représentent les scores d’importance normalisés de l’analyse des facteurs. Des valeurs plus élevées indiquent un lien plus étroit avec la satisfaction globale. Les résultats sont uniformes pour les deux groupes de clients. Ajust. du modèle (R^2) : Total : .575 Demandeurs = .585; Membres qui renouvellent leur adhésion = .587.



Matrice des priorités : Incidence par rapport au rendement

Cette matrice des priorités détermine les domaines à améliorer en comparant l'incidence de chaque caractéristique du service sur la satisfaction globale par rapport à son rendement actuel. Les attributs dans le quadrant supérieur gauche représentent les priorités les plus importantes, car ils ont une forte influence sur la satisfaction, mais obtiennent des cotes de rendement relativement plus faibles. La plupart des facteurs clés fonctionnent bien et se situent dans le quadrant « Protéger/Renforcer ». La confiance que les problèmes seront résolus représente la principale possibilité d'amélioration, car il s'agit d'un facteur à forte incidence dont le rendement est inférieur au point de référence de 80 %. L'accès à l'aide et la durée raisonnable du parcours client sont également des facteurs très influents et affichent de bons résultats, ce qui indique qu'ils devraient être maintenus et renforcés.



Remarque : Les aspects du service ayant une incidence (β) de 0,06 ou moins ne sont pas inclus dans cette analyse, étant donné leur faible incidence sur la satisfaction globale.

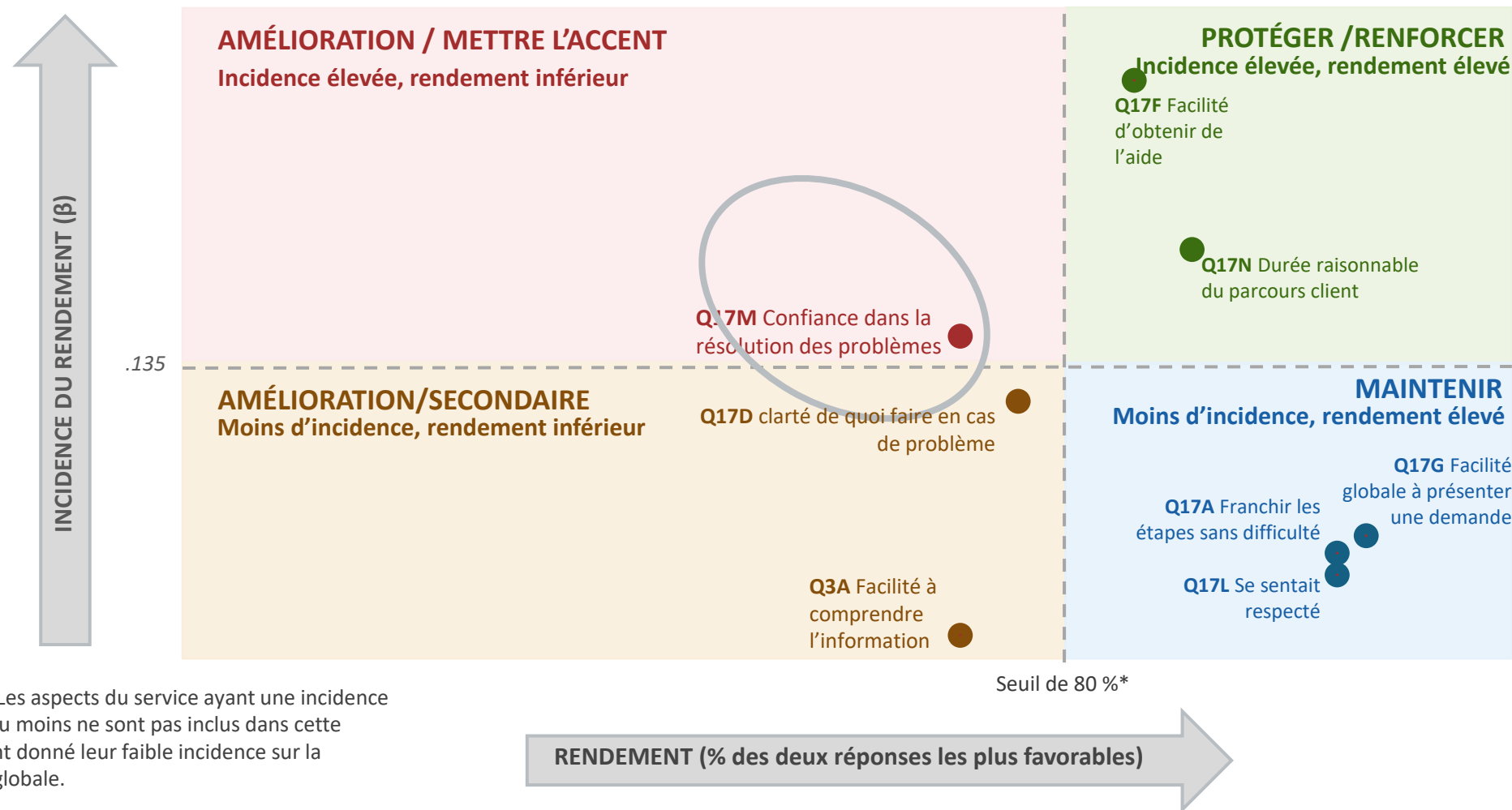
RENDEMENT (% des deux réponses les plus favorables)

*Le seuil de rendement de 80 % est fondé sur les rapports opérationnels internes de Service Canada.

2. Points à améliorer

Domaines nécessitant une amélioration du rendement

La meilleure façon d'améliorer la satisfaction globale est d'accroître la **confiance que les problèmes seront résolus** (quadrant supérieur gauche).



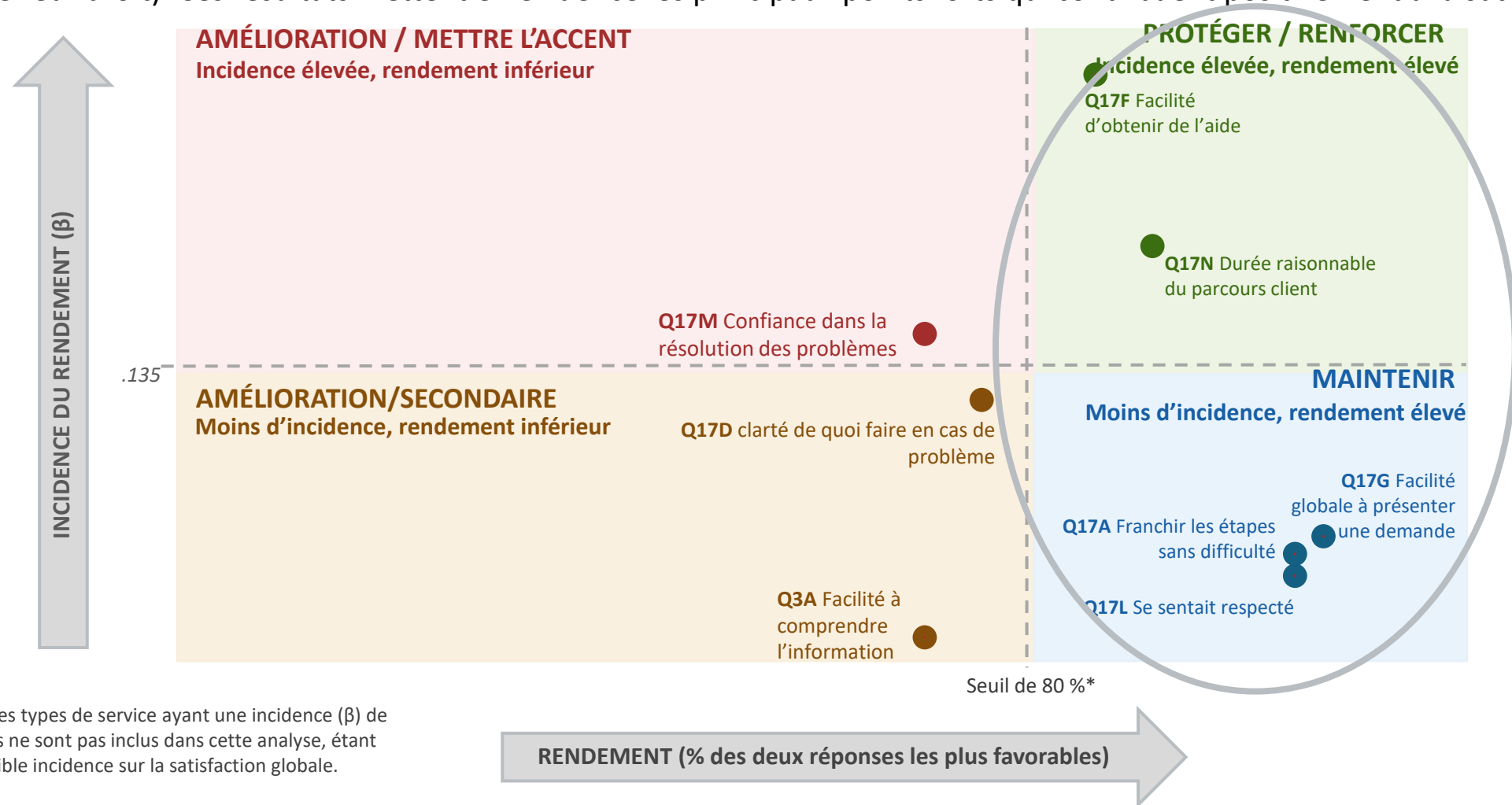
Remarque : Les aspects du service ayant une incidence (β) de 0,06 ou moins ne sont pas inclus dans cette analyse, étant donné leur faible incidence sur la satisfaction globale.

*Le seuil de rendement de 80 % est fondé sur les rapports opérationnels internes de Service Canada.

3. Points à maintenir

Domaines à maintenir où le niveau de rendement est excellent

La plus grande force de la prestation de services est la **facilité d'obtenir de l'aide** (quadrant supérieur droit), qui donne de bons résultats et constitue un facteur important de satisfaction globale, suivie par une durée raisonnable du parcours client. D'autres aspects de l'expérience du service, notamment la clarté quant à la marche à suivre en cas de problème ou de question, la facilité globale du processus, le déroulement des étapes sans difficulté et le sentiment d'être respecté, produisent également de bons résultats et devraient être maintenus (quadrant inférieur droit). Ces résultats mettent en évidence les principaux points forts qui contribuent positivement à la satisfaction globale.



Remarque : Les types de service ayant une incidence (β) de 0,06 ou moins ne sont pas inclus dans cette analyse, étant donné leur faible incidence sur la satisfaction globale.

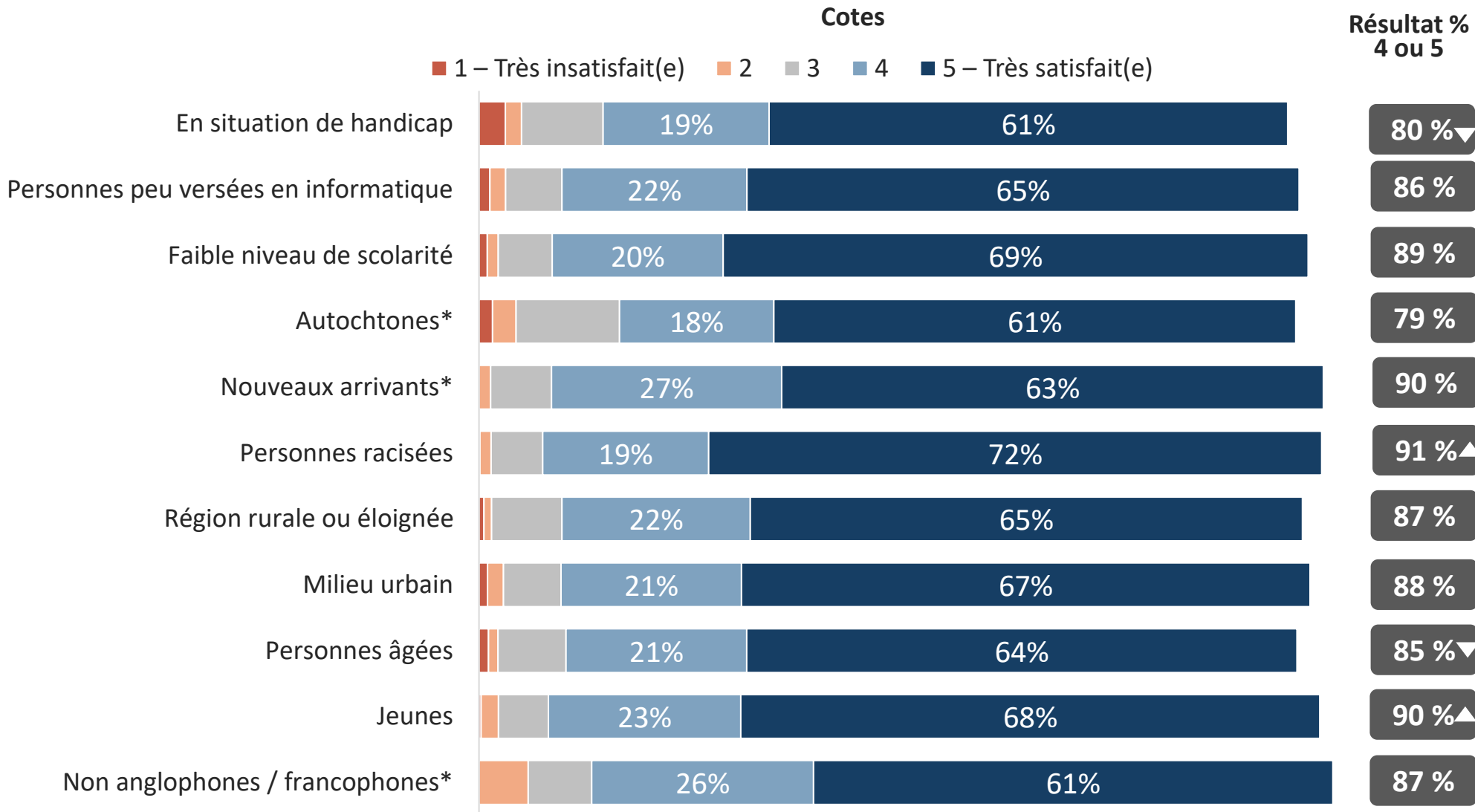
*Le seuil de rendement de 80 % est fondé sur les rapports opérationnels internes de Service Canada.



Conclusions détaillées : GROUPES DE CLIENTS

Satisfaction globale des groupes de clients de Service Canada

La satisfaction globale à l'égard de Service Canada est constamment élevée dans tous les groupes de clients; 79 % à 91 % ont évalué leur expérience de façon positive (4 ou 5). Bien que les cotes soient les plus élevées chez les clients racisés, les jeunes et les nouveaux arrivants, et un peu plus basses chez les clients autochtones et les clients en situation de handicap, près de quatre clients sur cinq dans presque tous les groupes ont donné une note positive.

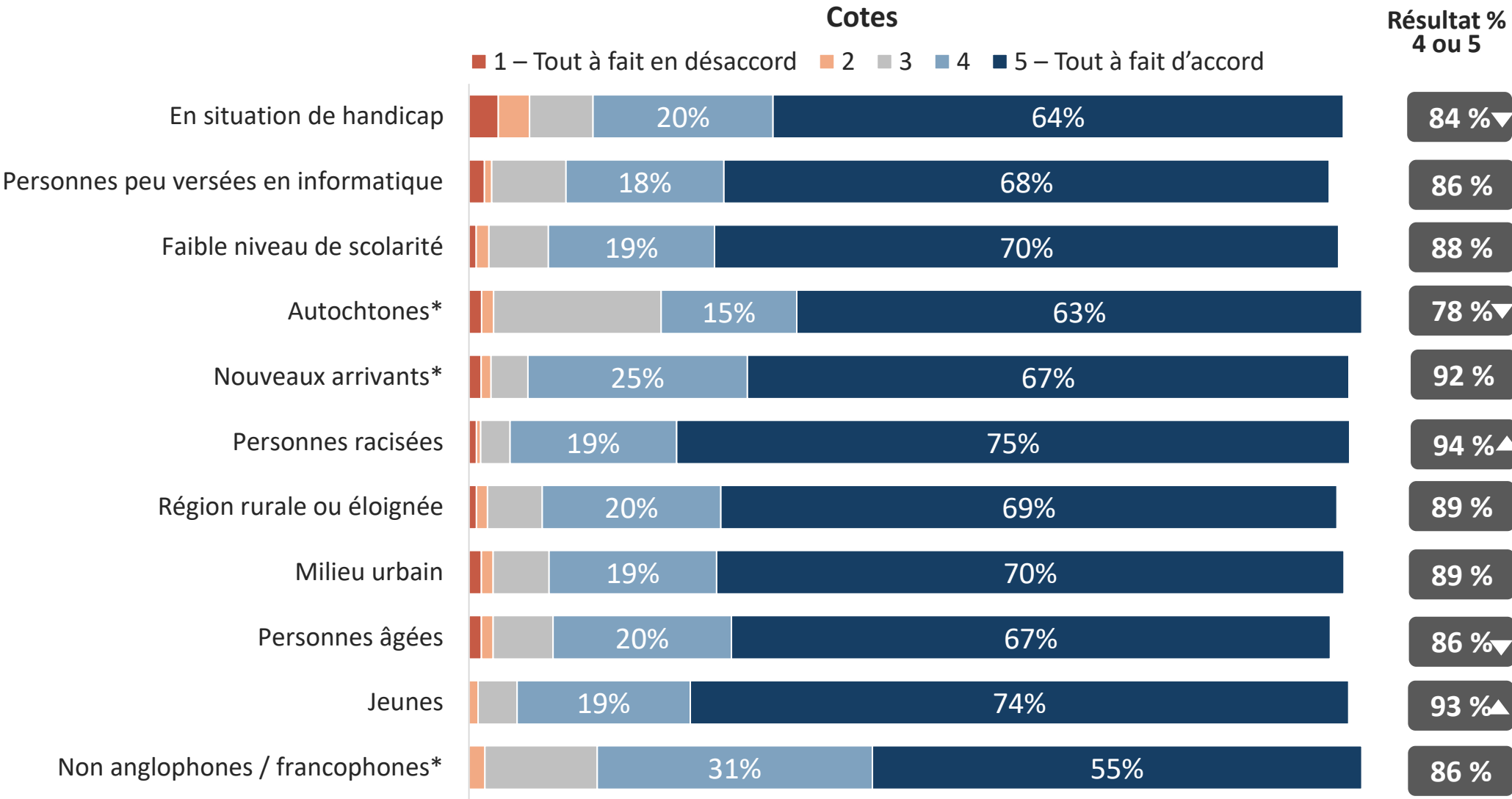


Q18. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) des services reçus de Service Canada? / Base : Clients de Service Canada; n=2,01.

La taille de base des groupes de clients varie. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).
Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Efficacité par groupes de clients de Service Canada

Les perceptions quant à l'efficacité du processus sont toujours positives dans l'ensemble des groupes de clients; 78 % à 94 % d'entre eux sont d'accord pour dire qu'ils ont été en mesure de franchir toutes les étapes du processus de demande ou de renouvellement sans difficulté. Les cotes sont les plus élevées chez les clients racisés, les jeunes et les nouveaux arrivants, et plus faibles chez les clients autochtones.



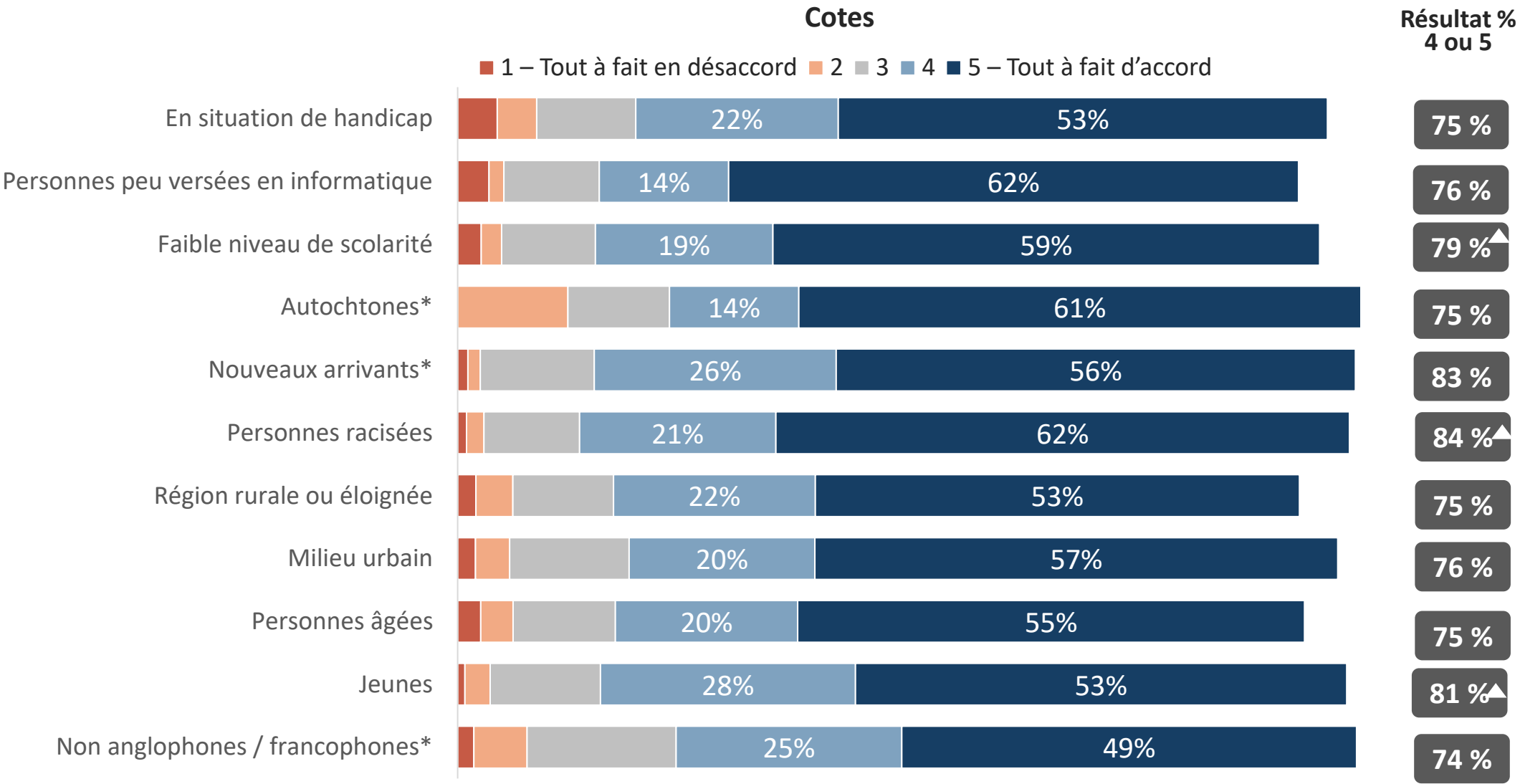
Q17a : Accord/Désaccord : Vous êtes parvenu(e) à franchir sans difficulté toutes les étapes de votre demande/demande de renouvellement. / Base : Clients de Service Canada; n=2,201. La taille de base des groupes de clients varie. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

Émotion par groupes de clients de Service Canada

La confiance que les problèmes seront facilement résolus est généralement constante parmi tous les groupes de clients; les pourcentages de réponses positives varient entre 74 % et 84 %.

Les clients racisés (84 %), les jeunes (81 %) et les clients ayant un faible niveau de scolarité (79 %) indiquent un niveau de confiance plus élevé que leurs groupes témoins.



Q17m : Accord/Désaccord : Vous étiez convaincu(e) que vos problèmes seraient facilement résolus. / Base : Clients de Service Canada; n=2 201.

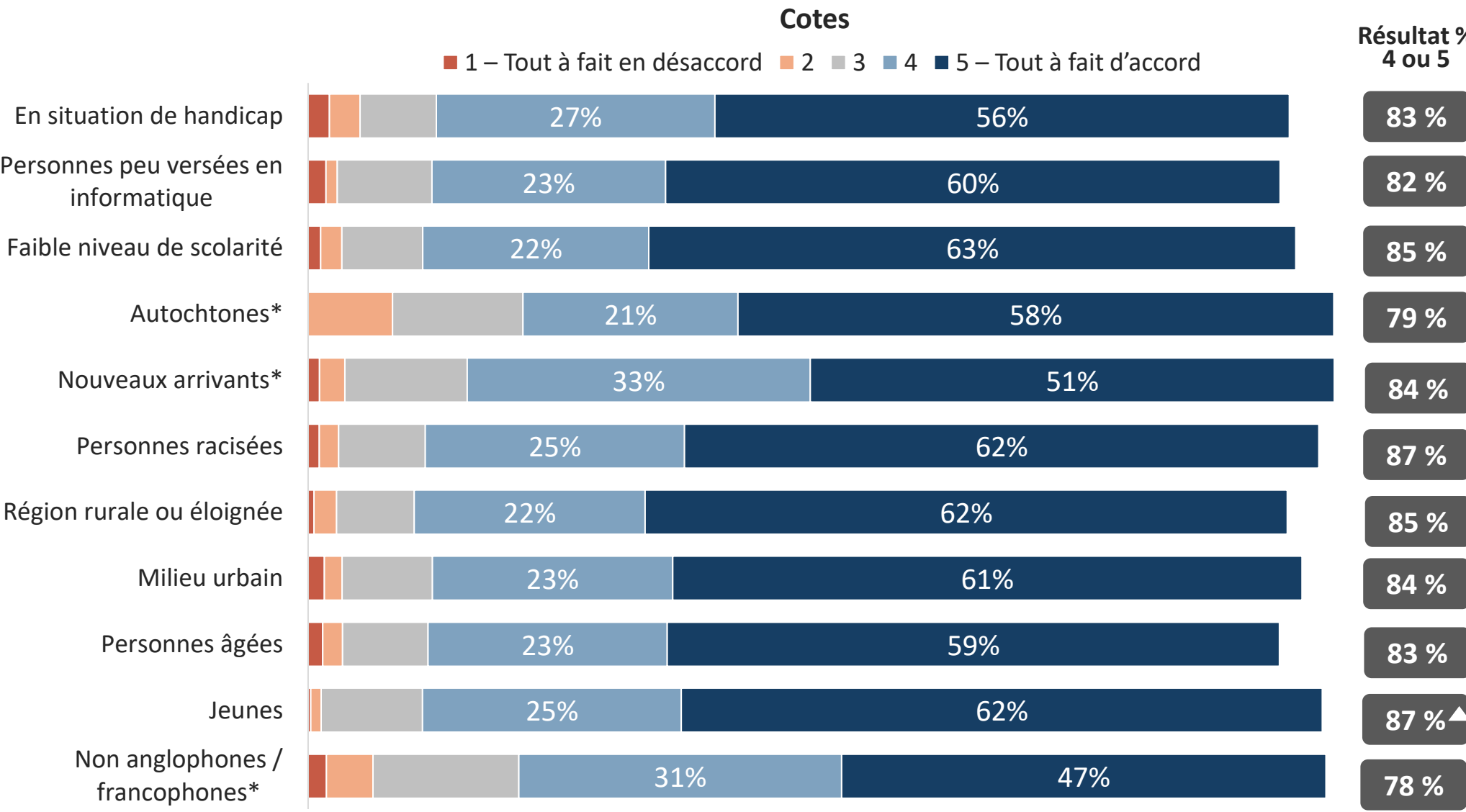
La taille de base des groupes de clients varie. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

▲ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

Durée raisonnable du parcours client par groupes de clients de Service Canada

Les évaluations concernant la durée raisonnable du parcours client sont systématiquement positives parmi tous les groupes de clients : entre 79 % et 87 % d'entre eux jugeant la durée raisonnable (4 ou 5). Les cotes sont les plus élevées chez les clients racisés (87 %) et les jeunes (87 %), et sont les plus faibles chez les clients autochtones (79 %) et les clients non-anglophones (78 %).



Q17n : Accord/Désaccord : Le temps requis pour présenter une nouvelle demande ou une demande de renouvellement était raisonnable. / Base : Clients de Service Canada; n=2 011.
La taille de base des groupes de clients varie. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

Remarque : Le pointage net peut ne pas correspondre à la somme des cotes 4 et 5 en raison de l'arrondissement. Les totaux peuvent ne pas totaliser 100 %, car les réponses « Je ne sais pas » et « Sans objet » ne sont pas prises en compte dans le graphique.

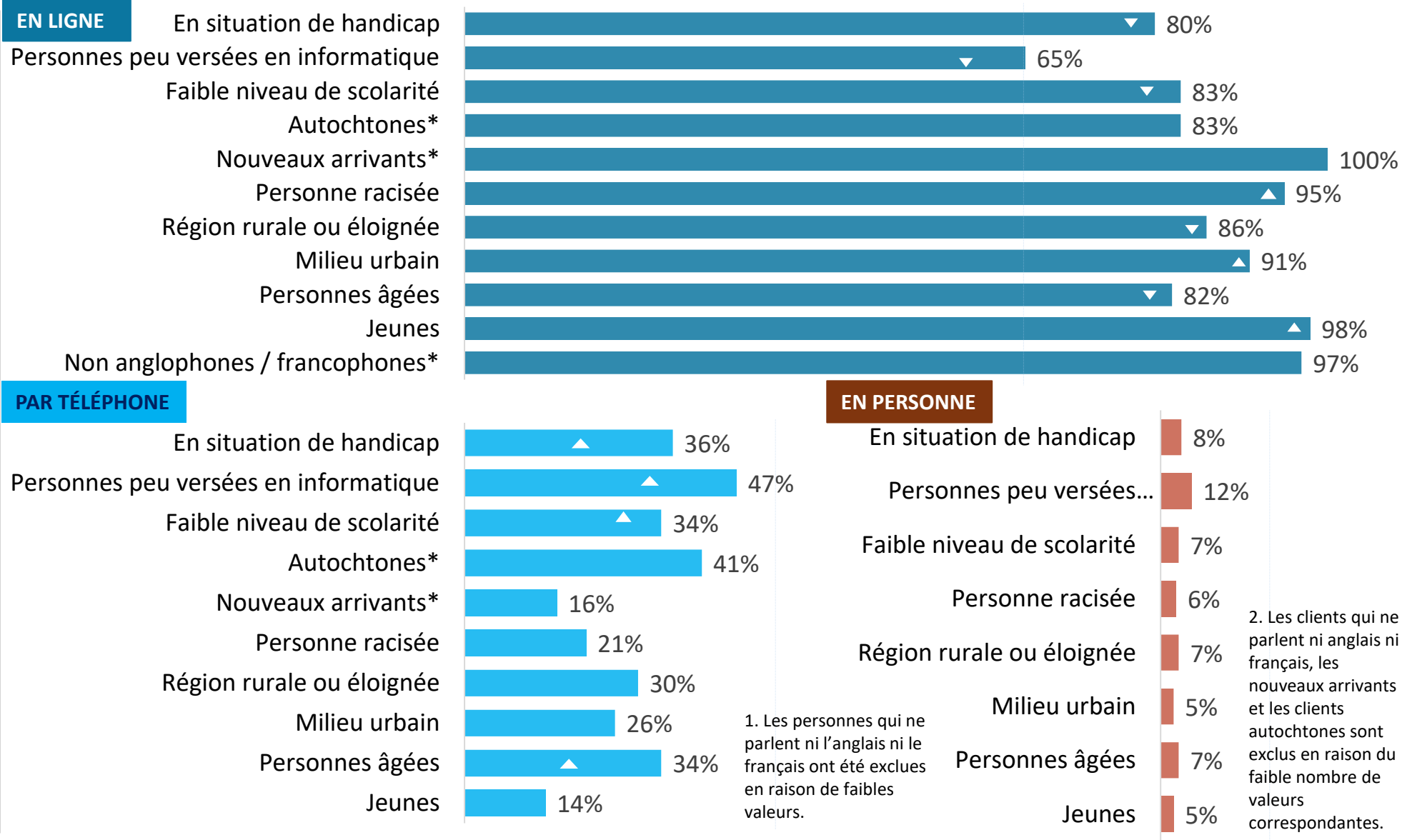
Utilisation des modes de prestation par groupes de clients de Service Canada :

En ligne, par téléphone, en personne

Les modes de prestation en ligne constituent le principal moyen d'interaction pour l'ensemble des groupes de clients.

Leur utilisation est particulièrement élevée chez les nouveaux arrivants (100 %), les personnes ne parlant ni l'anglais ni le français (97 %), les jeunes (98 %) et les clients racisés (95 %), tandis qu'elle est légèrement inférieure chez les clients peu versés en informatique (65 %) et les clients en situation de handicap (80 %).

Dans l'ensemble, les modes de prestation par téléphone et en personne sont moins utilisés. L'utilisation du téléphone est plus courante chez les clients peu versés en informatique (47 %) et autochtones (41 %), tandis que l'utilisation en personne reste faible pour tous les groupes (de 5 % à 12 %).



Variables calculées. Les catégories de modes de prestation ne sont pas mutuellement exclusives. / Base : Les clients de Service Canada qui ont utilisé l'un de ces modes de prestation au cours de leur parcours; n=1 999.

La taille de la base varie selon le groupe de clients. La taille de base des groupes de clients varie. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100).

Satisfaction à l'égard du mode de prestation par groupes de clients de Service Canada

Le niveau de satisfaction est généralement élevé pour tous les modes de prestation de services et tous les groupes de clients, avec des cotes égales ou supérieures à 70 % dans la plupart des cas.

Les services en personne obtiennent les taux de satisfaction les plus élevés lorsque les résultats peuvent être communiqués (de 79 % à 91 %), tandis que la RVI obtient généralement les taux les plus faibles (de 58 % à 81 %).

Peu de différences significatives ont été relevées entre les différents groupes de clients. La satisfaction à l'égard du site Web est plus élevée chez les clients racisés (85 %) et les jeunes (84 %), et est plus faible chez les personnes âgées (74 %). Le taux de satisfaction à l'égard du centre d'appels est plus élevé chez les clients peu versés en informatique (83 %) et chez les clients ayant un niveau de scolarité moins élevé (83 %), tandis que les clients en situation de handicap se disent moins satisfaits de MDSC (73 %).

Groupe de clients	Modes de prestation de services				
	En personne (n=114)	Site Web (n=1 731)	RVI (n=291)	Centre d'appels (n=545)	MDSC (n=1,097)
	% de satisfaction (notes de 4 ou 5)				
En situation de handicap	79 % [†]	75 %	69 %	77 %	73 % ▼
Personnes peu versées en informatique	88 %	79 %	69 %	83 % ▲	84 %
Faible niveau de scolarité	86 %	78 %	70 %	83 % ▲	83 %
Autochtones*	‡	70 %	‡	88 % [†]	75 %
Nouveaux arrivants*	‡	87 %	‡	80 % [†]	91 %
Personnes racisées	86 %	85 % ▲	75 %	80 %*	85 %
Région rurale ou éloignée	91 %	76 %	72 %	77 %	78 %
Milieu urbain	85 %	80 %	69 %	78 %	84 %
Personnes âgées	88 %	74 % ▼	71 %	76 %	79 %
Jeunes	‡	84 % ▲	58 %	66 %*	84 %
Non anglophones / francophones*	‡	82 %	81 %	64 %	80 % [†]

Q16 : Dans quelle mesure étiez-vous satisfait(e) de la qualité globale du service que vous avez reçu [INSÉRER LE PREMIER ÉLÉMENT]? / Base : Clients de Service Canada.

La taille de la base varie selon le groupe de clients. *Les résultats sont fondés sur un petit échantillon (n<100). † Les résultats sont fondés sur un très petit échantillon (n = <30). ‡ indique que les résultats sont supprimés en raison du faible nombre de valeurs correspondantes (<10).

▲▼ Significativement plus élevé/moins élevé que le groupe de comparaison.

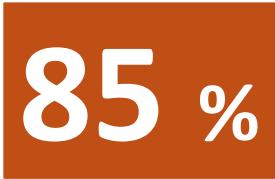
Groupes de clients présentant un niveau de satisfaction plus faible : Principales lacunes

La satisfaction globale est plus faible chez les clients en situation de handicap (80 %) et les personnes âgées (86 %) que chez l'ensemble des clients (87 %), avec des caractéristiques distinctes quant aux défis auxquels chaque groupe est confronté.

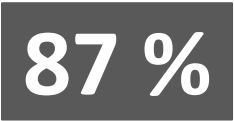
Satisfaction globale (% de notes de 4 ou 5)



Clients en situation de handicap



Personnes âgées



Tous les clients

Écarts les plus importants par rapport à l'ensemble des clients

Les clients en situation de handicap constatent des écarts plus importants dans l'expérience de service, particulièrement en ce qui concerne la difficulté à se servir de l'application et les interactions avec Service Canada.

- J'ai été en mesure de passer d'une étape à l'autre sans difficulté.
- La possibilité de faire des étapes en ligne a facilité le processus pour vous.
- Clarté quoi faire si un problème survient.
- Devoir expliquer la situation qu'une seule fois aux représentants de Service Canada.
- Facilité globale à présenter une demande/ à renouveler l'adhésion.
- Les représentants de Service Canada (téléphone + en personne) ont été serviables.

Pour **les personnes âgées**, les écarts sont plus concentrés. Le niveau de satisfaction plus faible est principalement lié au fait de pouvoir effectuer les étapes en ligne et d'obtenir de l'aide en cas de besoin.

- La possibilité de faire des étapes en ligne a facilité le processus pour vous.
- Il était facile d'obtenir de l'aide de Service Canada lorsque vous en aviez besoin.



Conclusion



Remarques finales

- Dans l'ensemble, le RCSD offre une bonne expérience client de base, mais certaines lacunes concernant l'accès au soutien et le processus de renouvellement sont associées avec des résultats de satisfaction plus faibles.
- Le processus de renouvellement constitue un aspect clé à améliorer.
 - Les membres qui renouvellent leur adhésion ont davantage recours aux modes de prestation de service assisté et se déclarent moins satisfaits.
 - À mesure que le régime évolue et que la répartition par tranche d'âge des clients renouvelant leur adhésion s'équilibre, un suivi continu permettra de déterminer si les différences observées parmi les membres renouvelant leur adhésion persistent au fil du temps.
- Si la priorité accordée aux modes de prestations numériques s'avère efficace, l'accès aux modes de prestations de service assisté reste important, en particulier pour les clients qui continuent de recourir à plusieurs modes de prestations pour effectuer leur demande ou leur renouvellement.
- Les résultats, basé sur les expériences auto-déclarés par les clients, suggèrent que le RCSD progresse vers l'atteinte de ses principaux objectifs stratégiques, à savoir améliorer l'accès aux soins buccodentaires, réduire l'évitement de l'obtention de soins buccodentaires en raison du coût et améliorer les résultats en matière de santé buccodentaire.
- Des inégalités persistent, et certains groupes vulnérables, notamment les personnes en situation de handicap et les personnes âgées, affichent un niveau de satisfaction plus faible. Il sera essentiel de s'attaquer aux obstacles à l'accès au soutien afin de s'assurer à ce que le programme soit accessible et équitable pour tous les clients.

Phoenix

Strategic Perspectives Inc.

T : 613-260-1700
C : info@phoenixspi.ca
www.phoenixspi.ca