



MONTREAL

1180, rue Drummond
Bureau 620
Montréal (Québec) H3G 2S1
T 514 878-9825

QUÉBEC

3340, rue de La Pérade
3^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025

SATISFACTION DES CITOYENS

RAPPORT D'ÉTAPE SUR LES **COMMUNICATIONS**
PRÉSENTÉ À LA VILLE DE SAINT-AUGUSTIN-DE-DESMAURES

03	/INTRODUCTION
05	/CHAPITRE 1 : LES COMMUNICATIONS DE LA VILLE
12	/CHAPITRE 2 : AMÉLIORATIONS PRIORITAIRES

ANNEXES

- /1.** QUESTIONNAIRE
- /2.** MODÈLE DE KANO
- /3.** TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS ET FICHER DE « VERBATIM » (SOUS PLI SÉPARÉ)

INTRODUCTION



CONTEXTE ET OBJECTIFS La Ville de Saint-Augustin-de-Desmaures a entrepris une démarche de **mesure en continu de la satisfaction de ses citoyens** afin, notamment, de disposer d'une information fiable et à jour pour prendre des décisions et d'intervenir rapidement en cas de problème.

Ce rapport fait le **bilan des résultats obtenus pour les communications** (service collectif).

ÉCHANTILLONNAGE ET COLLECTE

Services collectifs

Chaque semaine, un échantillon aléatoire de 100 ménages résidant sur le territoire de la Ville de Saint-Augustin est interrogé à propos des services collectifs. À l'intérieur de chaque ménage, une personne âgée de 18 ans ou plus est choisie selon une procédure informatisée de sélection aléatoire simple basée sur l'âge.

La collecte du volet « communications » s'est effectuée du 9 février au 10 mai 2017. Au total, 413 citoyens de Saint-Augustin ont répondu aux questions spécifiques sur les communications. La marge d'erreur maximale est de 4,8 %, 19 fois sur 20.

INTERPRÉTATION DE L'ÉCHELLE DE MESURE DE SATISFACTION

Pour les questions de satisfaction, l'échelle utilisée est une échelle de 1 à 10 : chaque répondant est invité à indiquer, pour un service donné, son degré de satisfaction en utilisant une note de 1 à 10. On calcule ensuite la moyenne de l'ensemble des répondants (ex. : 8,7 sur 10). On considère généralement qu'une note moyenne de 9 ou plus est un résultat exceptionnel. Entre 8 et 9, il s'agit encore d'un bon résultat. Lorsqu'on se rapproche de 7, on doit considérer qu'il s'agit d'un élément à améliorer. Lorsque la note moyenne est inférieure à 7 (notes de 1 à 6), elle révèle généralement un problème à traiter en priorité.

MODÈLE DE KANO

Le modèle de Kano est utilisé pour vérifier l'intérêt des citoyens à l'égard de nouveaux services ou de caractéristiques que la Ville pourrait ajouter aux services existants (ex. : nouveau mode de prestation de services). Étant donné la relative complexité du modèle de Kano, le lecteur est invité à consulter les explications détaillées en annexe.

1

Les moyens de communication de la Ville les plus utilisés actuellement par les citoyens de Saint-Augustin sont **le MIM et les tableaux d'affichage** (le MIM rejoint toutefois beaucoup plus les citoyens âgés de 55 ans ou plus). Le **système d'alerte** est utilisé par environ un citoyen sur cinq, mais il y a un **potentiel de gain important** puisque la moitié de ceux qui n'y sont pas abonnés ne savent pas que ça existe. D'ailleurs, lorsqu'on demande aux citoyens d'indiquer le moyen que l'on devrait utiliser pour que l'information leur parvienne à coup sûr, les alertes par texto ou courriel sont les plus populaires. Une **promotion accrue** de ce moyen de communication apparaît donc de mise.

2

Globalement, les moyens de communication utilisés par la Ville sont **bien évalués** par les citoyens, avec des notes qui varient de 7,6 à 8,9. La très bonne évaluation du **système d'alerte** (8,9) montre encore une fois la pertinence de ce moyen de communication. Le **compte Facebook** officiel de la Ville, en revanche, est peu utilisé et le moins bien évalué de tous les moyens (7,6). Sans remettre en question la pertinence d'un compte Facebook, il y a certainement lieu de s'interroger sur les façons d'améliorer la présence de la Ville sur les médias sociaux.

3

Parmi l'ensemble des services offerts par la Ville de Saint-Augustin, **seulement 7 % des citoyens considèrent que les communications devraient être améliorées en priorité**. Les raisons évoquées sont plutôt générales et concernent surtout la gouvernance et la participation citoyenne (ex. : être informé des décisions et des projets, favoriser les échanges d'idées) et peu la diffusion d'information sur les services. D'ailleurs, lorsqu'on leur demande explicitement de faire des suggestions pour améliorer les communications, les deux tiers des répondants n'en ont aucune à faire. Les quelques suggestions concrètes sont variées et touchent plusieurs moyens utilisés par la Ville (ex. : publier plus d'information dans le MIM ou sur les panneaux d'affichage, faciliter la recherche d'information sur le site web).

Chapitre 1

LES COMMUNICATIONS DE LA VILLE

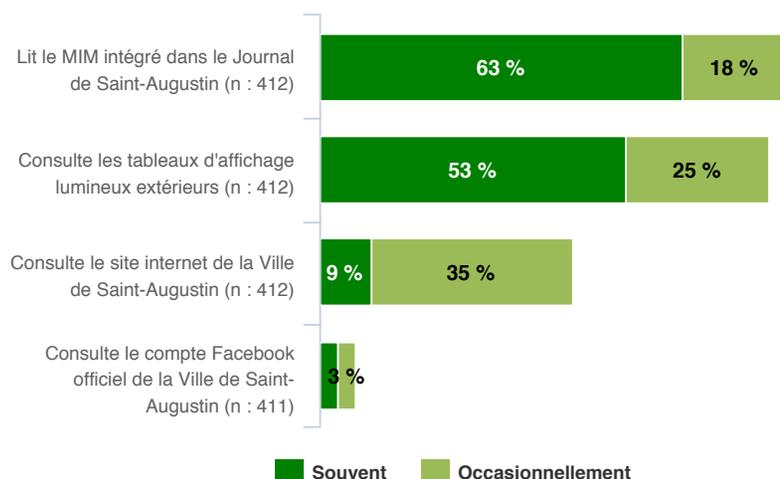
- Utilisation des moyens de communication de la Ville
- Satisfaction à l'égard des moyens de communication utilisés
- Suggestions d'amélioration
- Intérêt pour une application mobile

UTILISATION DES MOYENS DE COMMUNICATION DE LA VILLE

UTILISATION/CONSULTATION DES MOYENS DE COMMUNICATION

Base : tous, excluant la non-réponse

% de souvent + occasionnellement



81 %

- 18-34 ans (38 %) ↓
- 55-64 ans (88 %) ↑
- 65 ans ou plus (92 %) ↑

78 %

44 %

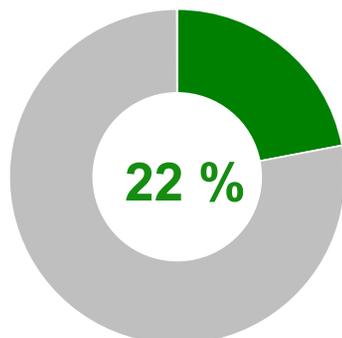
- 65 ans ou plus (36 %) ↓

6 %

Raisons de consulter rarement ou jamais les tableaux d'affichage extérieurs (n : 89)	%
N'y prête pas attention, n'en a pas besoin	42
Ce n'est pas sur sa route habituelle	40
N'arrive pas à lire l'information, panneau mal positionné	10
Autre	6

17 % de ceux qui consultent le compte Facebook officiel de la Ville en reçoivent les notifications.

Est abonné au système d'alerte de la Ville (n : 413)



Pourquoi n'êtes-vous pas abonné?

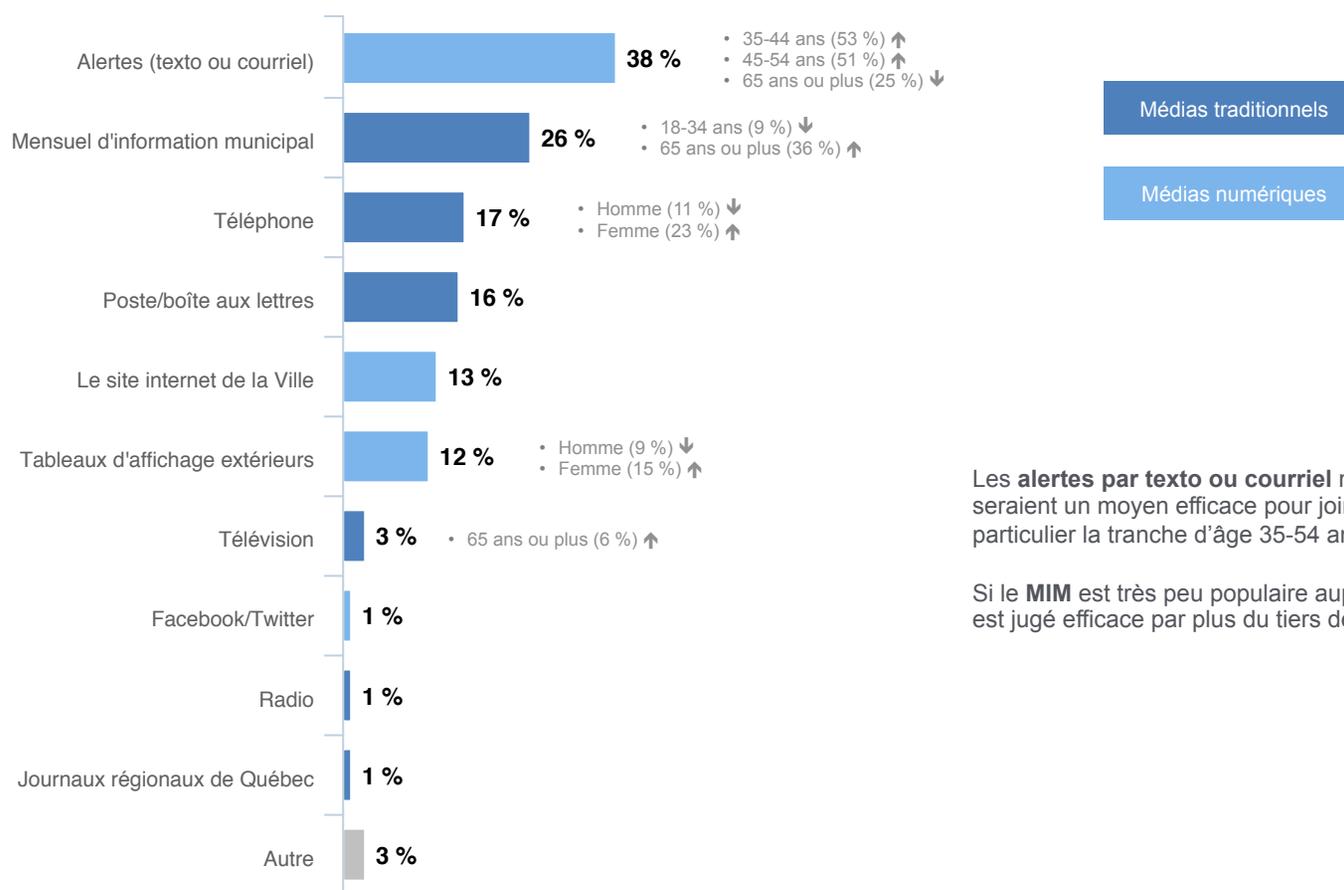
Raisons de ne pas être abonné au système d'alerte de la Ville (n : 310)	%
Ne savait pas que ça existait, n'y a pas pensé	46
N'en a pas besoin/pas d'intérêt	36
Pas branché, pas familier avec internet	9
Autre/ne sait pas	9

MOYEN DE COMMUNICATION LE PLUS EFFICACE

QCOMG3A. Si la Ville de Saint-Augustin devait vous informer d'un sujet d'ordre général, quel(s) moyen(s) devrait-elle utiliser pour être sûre que cette information vous parvienne?

Base : tous les répondants, excluant la non-réponse; n : 409

DEUX RÉPONSES POSSIBLES*



Les **alertes par texto ou courriel** mises en place par la Ville seraient un moyen efficace pour joindre 38 % des répondants, en particulier la tranche d'âge 35-54 ans.

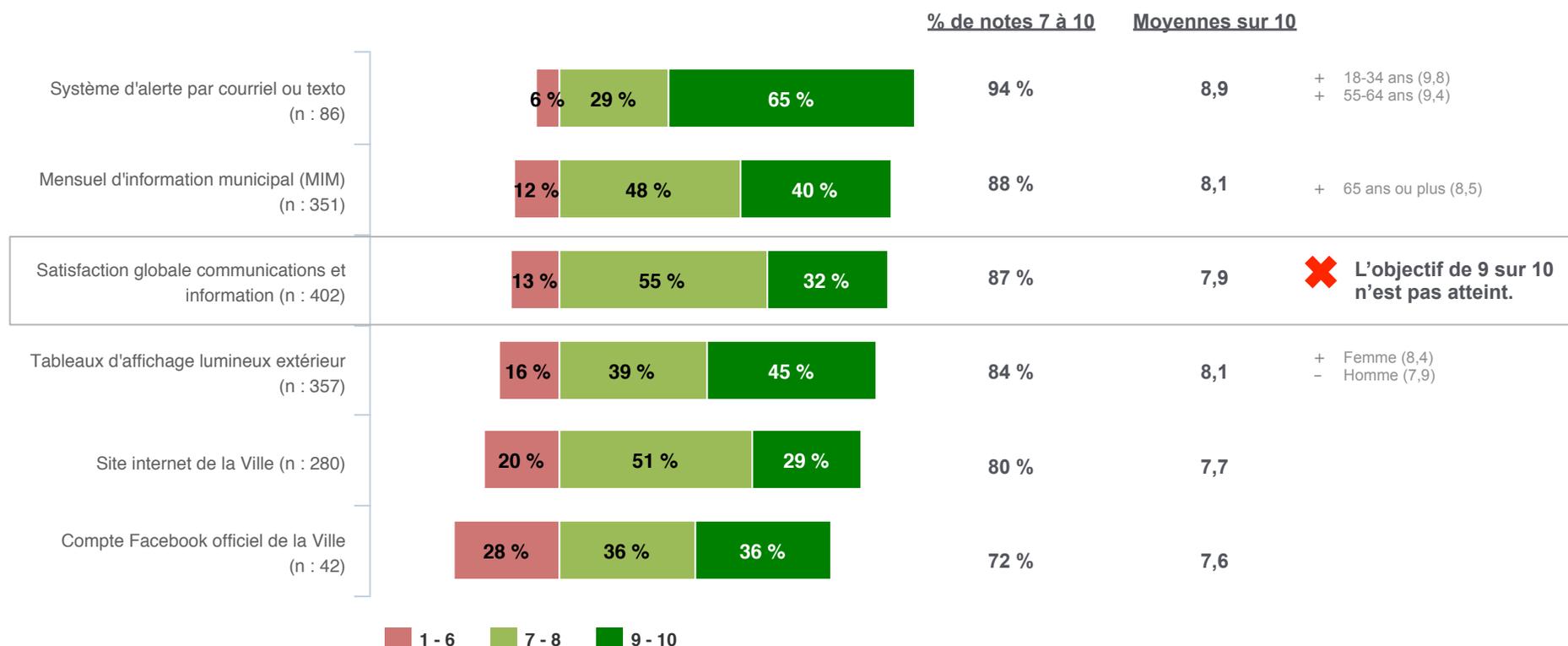
Si le **MIM** est très peu populaire auprès des jeunes (18-34 ans), il est jugé efficace par plus du tiers des aînés (65 ans ou plus).

* Il s'agit d'une question ouverte, sans choix de réponse proposé. Les réponses obtenues ont été codifiées (classées par thème). Comme les répondants pouvaient mentionner deux moyens, le total excède 100 %.

SATISFACTION À L'ÉGARD DES MOYENS DE COMMUNICATION

QCOM2a à QCOM2e. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie pas du tout satisfait et 10 entièrement satisfait, dans quelle mesure êtes-vous satisfait des éléments suivants?

Base : répondants qui ont dit utiliser, au moins rarement, les moyens de communication évalués*



Avec une note de presque 9 pour le système d'alerte par courriel et des notes autour de 8 pour la plupart des éléments mesurés, incluant la satisfaction globale, **les communications de la Ville de Saint-Augustin obtiennent de bons résultats en matière de satisfaction des citoyens.**

* Le système d'alerte et le compte Facebook comptent peu de répondants puisque la question est posée uniquement à ceux qui utilisent ces moyens.

SUGGESTIONS D'AMÉLIORATION



QCOMG2. Quelles sont vos suggestions pour améliorer les communications et l'information diffusée par la Ville de Saint-Augustin?*

Base : tous, n : 576

	%
Retour du Mot du maire dans le MIM/Publier plus d'information dans le MIM	9
Faciliter la recherche d'information sur le site web (ex. outil de recherche, filtres), améliorer le site web pour le rendre plus convivial, adapter le site web et le MIM pour la navigation mobile (tablette, téléphone)	5
Favoriser la lecture des panneaux lumineux extérieurs, y publier plus d'information, ajouter des panneaux lumineux	4
Publiciser les différentes manières de s'informer (ex. alertes, outils, site web)	2
Envoyer les informations importantes par la poste ou par courriel	2
Améliorer la gouvernance (unifier la mairie, mettre fin à la querelle entre le maire et les conseillers, faire preuve de plus de transparence)	2
Améliorer le système des alertes	1
Informar les citoyens sur les services offerts	1
Autre	7
Ne sait pas/Aucune suggestion	66

Les suggestions d'amélioration sont très diversifiées. et touchent pratiquement tous les moyens de communication utilisés par la Ville (à l'exception du compte Facebook).

Les deux tiers des répondants n'ont fait aucune suggestion.

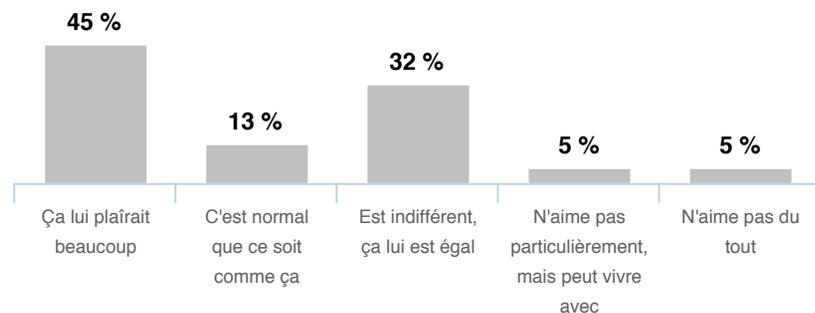
* Il s'agit d'une question ouverte, sans choix de réponse proposé. Les réponses obtenues ont été codifiées (classées par thème).

INTÉRÊT POUR UNE APPLICATION MOBILE

PRÉSENCE OU ABSENCE D'UNE APPLICATION MOBILE

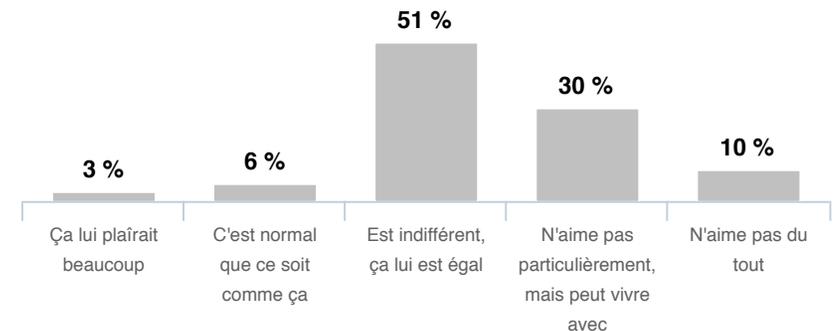
QCOM3a. Si la Ville de Saint-Augustin développait une application mobile vous permettant d'avoir accès rapidement à toute l'information municipale à jour, que diriez-vous?

Base : tous, n : 413

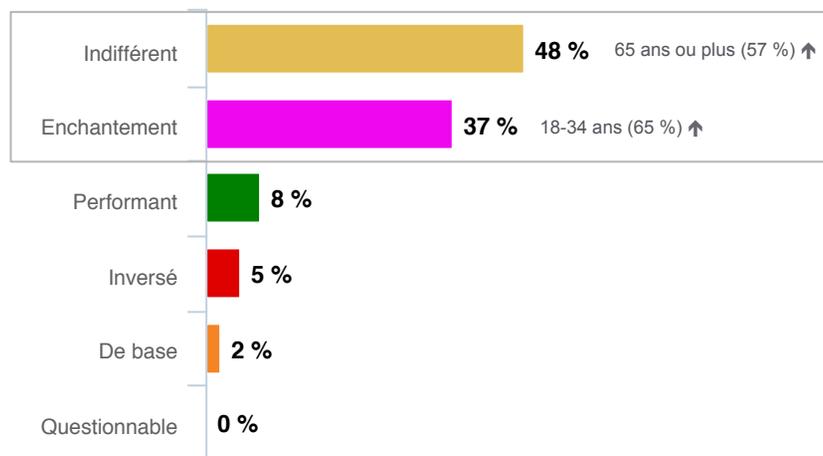


QCOM3b. Si la Ville de Saint-Augustin ne développait PAS une telle application, que diriez-vous?

Base : tous, n : 413



CLASSIFICATION SELON LE MODÈLE DE KANO*



Si une application mobile qui permettrait aux citoyens d'avoir accès rapidement à toute l'information municipale à jour génère son lot d'indifférence (**élément d'indifférence : 48 %**), il n'en demeure pas moins que pour près de quatre citoyens sur dix, il s'agirait plutôt d'un facteur « wow » (**élément d'enchantement : 37 %**).

On remarque très bien ici l'**écart générationnel dans les préférences des citoyens** : 65 % des 18-34 ans seraient ravis d'une telle application, alors que 57 % des 65 ans ou plus y sont indifférents.

Il y a par ailleurs très peu d'opposition à la mise en place d'une telle application (**élément inversé : 5 %**).

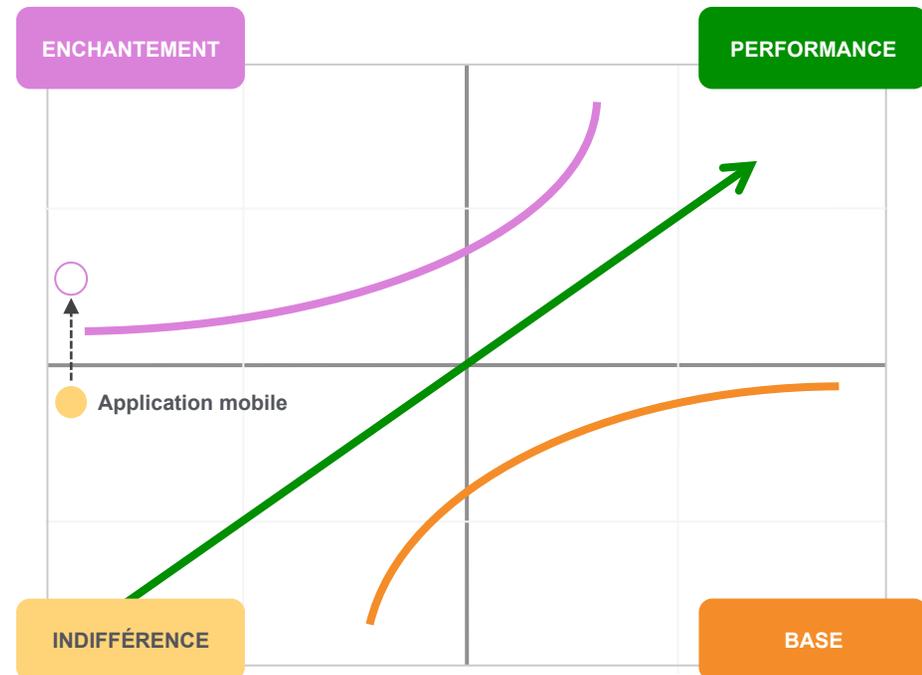
* Le modèle de Kano est expliqué en annexe.

INTÉRÊT POUR UNE APPLICATION MOBILE (SUITE)

Une application mobile : une possible voie d'avenir pour l'information municipale

Une application mobile pour disposer de toute l'information municipale à jour est classée comme un « élément d'indifférence » par le modèle de Kano puisque ça correspond aux préférences de la majorité.

Il n'en faudrait toutefois pas beaucoup pour qu'il devienne un véritable élément d'enchantement : la génération montante (18-34 ans) y est particulièrement sensible. Aussi, il ne faut pas négliger le potentiel d'une telle application à moyen ou à long terme.



Caractéristique	Base	Performance	Enchantement	Indifférence	Total	Catégorie	Coefficient de satisfaction	Coefficient d'insatisfaction
Application mobile	2	8	39	51	100	I	0,47	-0,10

Ce tableau permet généralement de comparer les éléments entre eux, à l'aide des coefficients de satisfaction et d'insatisfaction. Comme il n'y a ici qu'un seul élément, il est présenté à titre informatif seulement.

* Le modèle de Kano est expliqué en annexe.

Chapitre 2

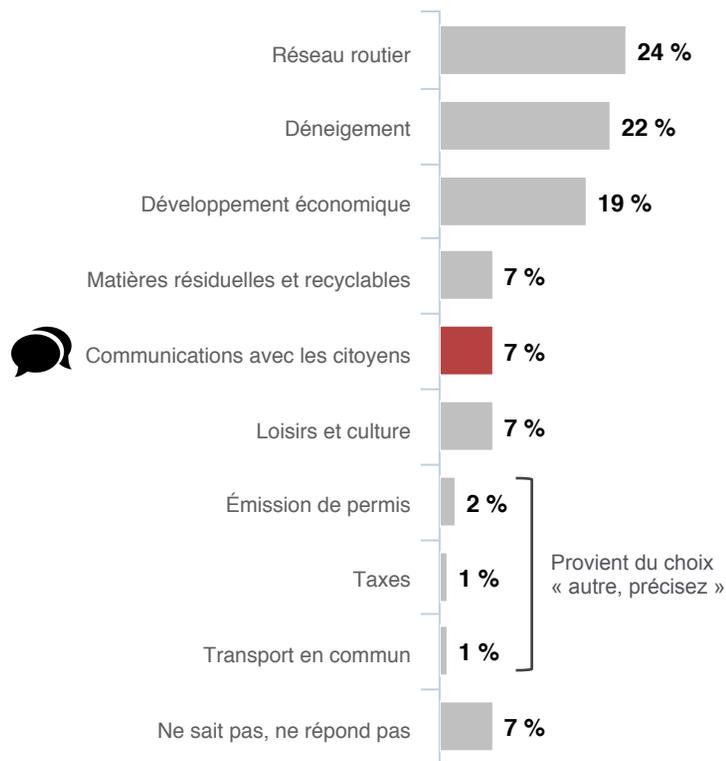
AMÉLIORATIONS PRIORITAIRES

Note : La question sur les améliorations prioritaires a été posée à tous les répondants depuis le début de la collecte, et pas seulement aux personnes qui ont évalué les communications. Aussi la page suivante est sur la base de 3 008 répondants.

AMÉLIORATIONS PRIORITAIRES

QPRI01. Parmi les services suivants, lequel souhaiteriez-vous que la Ville de Saint-Augustin améliore en priorité?

Base : tous les répondants, n : 3 008*



Parmi l'ensemble des services municipaux, les communications de la Ville arrive au quatrième rang (ex æquo avec les matières résiduelles et les loisirs), avec 7 % des citoyens qui mentionnent que ce service doit être amélioré en priorité. **C'est donc moins d'un citoyen sur dix qui en fait une priorité, un résultat cohérent avec les bons résultats obtenus précédemment.**

Le tableau de la page suivante précise pourquoi les citoyens souhaitent que les communications soient améliorées.

* La question sur les améliorations prioritaires a été posée à tous les répondants depuis le début de la collecte, et pas seulement aux personnes qui ont évalué le déneigement. C'est pourquoi cette question compte 3 008 répondants.

AMÉLIORATIONS PRIORITAIRES (SUITE)



QPRI02. Pourquoi la Ville devrait-elle améliorer les communications en priorité?
Base : répondants qui ont mentionné les communications à la question précédente, n : 217

	%
Pour être informé sur les décisions et les projets de la Ville (incluant les dépenses)	22
Pour améliorer la communication entre la Ville et les citoyens	10
Pour favoriser les échanges d'idées entre les élus et les citoyens	5
Il est difficile d'obtenir l'information désirée (manque de suivi des demandes)	5
Autre	9
Ne sait pas, préfère ne pas répondre	49

Les raisons évoquées sont générales et **font plutôt référence à la gouvernance ou à la participation citoyenne qu'à la diffusion d'information sur les services offerts.**

La moitié des répondants n'ont pas répondu.

Annexe 1

QUESTIONNAIRE

On retrouve dans les prochaines pages la partie du questionnaire qui concerne exclusivement les communications.



ST-AUGUSTIN-DE-DESMAURES
SATISFACTION DES CITOYENS
Volet téléphonique

/*

Légende

texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu, qui apparaît à l'intervieweur lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'intervieweur lors de l'entrevue.
NSP	Choix de réponses: Ne sait pas
NRP	Choix de réponses: Ne répond pas (refus)
NA	Choix de réponses: Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question »
->Fin	Valide avec l'intervieweur que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
->fin	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
1=, 1=	Lorsque <u>tous</u> les choix de réponses sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est oui ou non).
1=, 2=, ...	Lorsque les choix de réponses sont précédés de « 1=..., 2=..., etc. », une seule réponse est possible à moins d'indications contraires (par exemple: « 3 mentions »).
Q_Sical, Q_INcal	Les questions commençant par « Q_SI... » ou par « Q_IN... » sont des questions filtres ou des directives techniques permettant de lire des informations de l'échantillon, de compléter automatiquement certaines questions, de faire un branchement complexe, etc. Une note explicative, placée avant la question filtre ou la directive technique, précise la fonction remplie par cette dernière.

*/

/*Section sur les communications de la Ville*/

/*À modifier selon l'activation ou non des questions sur les communications*/

Q_sicalCOM si langue=F->TXTCOM2 **/*Série QCOM1a à QCOM1h désactivée le 9 mai 2017*/**
->>TXTCOM2

Q_COM1a Nous allons maintenant parler des moyens utilisés par la Ville de Saint-Augustin pour communiquer avec ses citoyens.

Lisez-vous... le Mensuel d'information municipal (MIM) intégré dans le Journal de Saint-Augustin?

1=Souvent
2=Occasionnellement
3=Rarement
4=Jamais
9=*NSP/NRP

Q_COM1b Consultez-vous... le site internet de la Ville de Saint-Augustin?

1=Souvent
2=Occasionnellement
3=Rarement
4=Jamais
9=*NSP/NRP

Q_COM1c Êtes-vous abonné au système d'alerte de la Ville qui se trouve sur le site internet afin de recevoir diverses informations?

1=*Oui->COM1e
2=*Non
9=*NSP/NRP->COM1e

Q_COM1d Pourquoi n'êtes-vous pas abonné? *Au besoin : Si plusieurs raisons, relancer pour connaître la principale*

1=*N'en a pas besoin/ne l'intéresse pas
2=*Ne savait pas que ça existait
3=*N'a pas d'appareil pour lire les alertes (ex. : ordi, tablette, téléphone)
90=*Autre <précisez>
99=*NSP/NRP

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

- Q_COM1e Consultez-vous... l'un ou l'autre des tableaux d'affichage lumineux extérieurs situés sur la rue de l'Hêtrière et la route 138?
- 1=Souvent->COM1g
2=Occasionnellement->COM1g
3=Rarement
4=Jamais
9=*NSP/NRP->COM1g
- Q_COM1f Pourquoi ne les consultez-vous pas davantage? *Au besoin : Si plusieurs raisons, relancer pour connaître la principale*
- 1=*Ce n'est pas sur sa route/ne passe pas souvent par là
2=*N'y prête pas attention/n'en a pas besoin/n'est pas intéressé
3=*N'arrive pas à lire l'information/panneau mal positionné
90=*Autre <précisez>
99=*NSP/NRP
- Q_COM1g Consultez-vous... le compte Facebook officiel de la Ville de Saint-Augustin
- 1=Souvent
2=Occasionnellement
3=Rarement
4=Jamais->calCOM2
9=*NSP/NRP->calCOM2
- Q_COM1h Recevez-vous les notifications du compte Facebook officiel de la Ville de Saint-Augustin
- 1=*Oui
2=*Non
9=*NSP/NRP

/*On pose les questions de la série COM2 uniquement si les moyens de communication sont utilisés, au moins « rarement »*/

Q_sicalCOM2 si (q#COM1a=1,2,3 ou q#COM1b=1,2,3 ou q#COM1c=1 ou q#COM1e=1,2,3 ou q#COM1g=1,2,3)->TXTCOM2
->>COMG1

/*À partir du 10 mai 2017 les QTXTCOM2 à QCOMG2 sont posées à tous les répondants de la strate 10 (services collectifs). Ajout du choix 98.*/

- Q_TXTCOM2 Sur une échelle de 1 à 10 où 1 signifie pas du tout satisfait et 10 entièrement satisfait, dans quelle mesure êtes-vous satisfait des éléments suivants?
- 2=*Continuer

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_sicalCOM2a ->>COM2a	si q#COM1a=1,2,3->COM2a
Q_COM2a	<p>*Sur une échelle de 1 à 10 où 1 signifie pas du tout satisfait et 10 entièrement satisfait, dans quelle mesure êtes-vous satisfait des éléments suivants?*</p> <p>Le Mensuel d'information municipal (MIM) intégré dans le Journal de Saint-Augustin</p> <p>1=*1, Pas du tout satisfait 2=*2 3=*3 4=*4 5=*5 6=*6 7=*7 8=*8 9=*9 10=*10, Entièrement satisfait 98=*Je n'utilise pas ce moyen de communication 99=*Je ne sais pas</p>
Q_sicalCOM2b ->>COM2b	si q#COM1b=1,2,3->COM2b
Q_COM2b	Le site internet de la Ville de Saint-Augustin
Q_sicalCOM2c ->>COM2c	si q#COM1c=1->COM2c
Q_COM2c	Le système d'alerte par courriel ou texto de la Ville de Saint-Augustin
Q_sicalCOM2d ->>COM2d	si q#COM1e=1,2,3->COM2d
Q_COM2d	Les tableaux d'affichage lumineux extérieurs (situés sur la rue de l'Hêtrière et la route 138)?
Q_sicalCOM2e ->>COM2e	si q#COM1g=1,2,3->COM2e
Q_COM2e	Le compte Facebook officiel de la Ville de Saint-Augustin

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_COMG1 Globalement, sur une échelle de 1 à 10, dans quelle mesure êtes-vous satisfait des communications et de l'information diffusée par la Ville de Saint-Augustin *Au besoin : 1 signifie pas du tout satisfait et 10 entièrement satisfait.*

1=*1, Pas du tout satisfait
2=*2
3=*3
4=*4
5=*5
6=*6
7=*7
8=*8
9=*9
10=*10, Entièrement satisfait
99=*Je ne sais pas

Q_COMG2 Quelles sont vos suggestions pour améliorer les communications et l'information diffusée par la Ville de Saint-Augustin

*facultatif

<< _____
99=*Je ne sais pas/Aucune suggestion*suf nsp>>

Q_sicalblanc11 si q#COMG2=blanc et q#COMG2nsp=blanc->COMG2nsp
->>calCOMG2

Q_incalCOMG2 lorsque q#COMG2=blanc alors q#COMG2nsp=99 et
lorsque (q#COMG2#blanc et q#COMG2nsp=99) alors q#COMG2nsp=blanc

->>CALMEDIA

/*Les QCOMG3a à QCOM3b ont été désactivée le 9 mai 2017*/

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_COMG3a Si la Ville de Saint-Augustin devait vous informer d'un sujet d'ordre général, quel(s) moyen(s) devrait-elle utiliser pour être sûre que cette information vous parvienne? *Accepter* *2 mentions, sortie=96,99

- 1=*MIM via le Journal de Saint-Augustin
- 2=*Les tableaux d'affichage lumineux extérieurs
- 3=*Le site internet de la Ville
- 4=*Alertes-citoyen (texto ou courriel)
- 5=*La poste/boîte aux lettres
- 6=*Facebook
- 7=*Twitter
- 8=*À la radio
- 9=*Dans les journaux régionaux de Québec
- 10=*Dans le journal L'Appel
- 90=*Autre <précisez>
- 96=*Aucun autre->Com3a
- 99=*NSP/NRP->Com3a

Q_COM3a Si la Ville de Saint-Augustin ((G **développait**)) une application mobile vous permettant d'avoir accès rapidement à toute l'information municipale à jour, diriez-vous que...?

- 1=Ça vous plâtrait beaucoup
- 2=C'est normal que ce soit comme ça
- 3=Vous êtes indifférent, ça vous est égal
- 4=Vous n'aimez pas particulièrement, mais vous pouvez vivre avec
- 5=Vous n'aimez pas du tout

Q_COM3b Si la Ville de Saint-Augustin ((G **ne développait PAS**)) une telle application mobile, diriez-vous que...?

- 1=Ça vous plâtrait beaucoup
- 2=C'est normal que ce soit comme ça
- 3=Vous êtes indifférent, ça vous est égal
- 4=Vous n'aimez pas particulièrement, mais vous pouvez vivre avec
- 5=Vous n'aimez pas du tout

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Annexe 2

MODÈLE DE KANO

MODÈLE DE KANO

Le modèle de Kano* est un modèle de représentation de la satisfaction utilisé dans le développement de produit. Il classe les caractéristiques d'un produit en **trois catégories principales** :

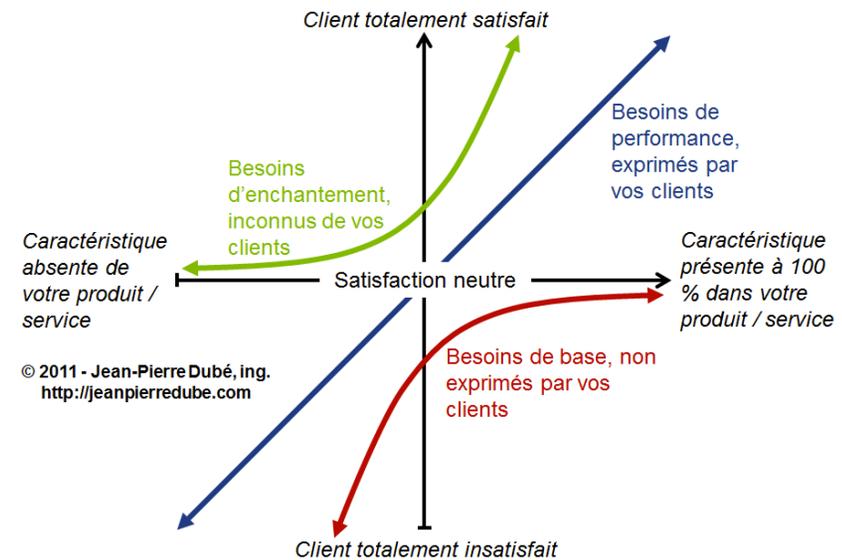
- Les **éléments de base (B)** sont souvent implicites. Leur présence influence peu la satisfaction, mais leur absence suscite beaucoup d'insatisfaction.
- Les **éléments de performance (P)** créent de la satisfaction s'ils sont présents, et de l'insatisfaction s'ils sont absents. C'est une fonction relativement proportionnelle ou linéaire.
- Les **éléments d'enchantement (E)**, appelés aussi éléments attractifs, ne créent pas d'insatisfaction s'ils sont absents. Par contre, la satisfaction grimpe rapidement si l'élément est présent.

Le modèle distingue aussi **trois catégories secondaires** :

- Les **éléments d'indifférence (I)** sont neutres et ne suscitent ni satisfaction ni insatisfaction.
- Les **éléments inversés (R)** sont en quelque sorte répulsifs (ex. : je n'aime pas qu'un élément soit présent)
- Les **éléments « questionnables » (Q)** sont le résultat d'une incohérence dans les réponses du répondant (ex. : j'aime qu'un élément soit présent et j'aime qu'il soit absent).

Le **questionnaire** utilisé est binaire : pour chaque caractéristique potentielle, le répondant est invité à donner son opinion en cas de présence ou d'absence de l'élément concerné.

Le tableau ci-contre montre **de quelles façons les réponses sont classées en fonction des six catégories de Kano**. Il nous permet de classer un élément donné dans l'une des cases du modèle (élément d'enchantement, de performance, de base, d'indifférence).



		Absence de l'élément				
		Aime	Normal	Indifférent	Peut vivre avec	N'aime pas
Présence de l'élément	Aime	Q	E	E	E	P
	Normal	R	I	I	I	B
	Indifférent	R	I	I	I	B
	Peut vivre avec	R	I	I	I	B
	N'aime pas	R	R	R	R	Q

* Pour en savoir plus sur le modèle de Kano : <http://www.wikilean.com/Articles/LeanOvation/KANO>

MODÈLE DE KANO (SUITE)

Calcul de coefficients de satisfaction et d'insatisfaction

En complément du modèle de Kano, Sauerwein *et al.** proposent le calcul d'un coefficient de satisfaction et d'un coefficient d'insatisfaction qui s'avèrent particulièrement utiles pour prioriser certains éléments qui chevauchent deux catégories de Kano.

Le **coefficient de satisfaction** indique dans quelle mesure un élément donné influence la satisfaction lorsqu'il est présent. Plus la valeur est proche de 1, plus l'influence est forte.

Le **coefficient d'insatisfaction** indique dans quelle mesure un élément donné influence l'insatisfaction s'il est absent. Plus la valeur s'approche de -1, plus l'insatisfaction sera grande si l'élément est absent.

Pour effectuer ces calculs, nous excluons les éléments inversés (R) et questionnables (Q).

Coefficient de satisfaction (CS) :

$$\frac{E + P}{E + P + B + I}$$

Coefficient d'insatisfaction (CI) :

$$\frac{P + B}{(E + P + B + I) * (-1)}$$

B = Éléments de base
P = Éléments de performance
E = Éléments d'enchantement
I = Éléments d'indifférence

Exemple

Caractéristique	B	P	E	I	Total	Catégorie	CS	CI
Caractéristique 1	11	63	19	7	100	P	0,82	-0,74
Caractéristique 2	4	47	35	14	100	P	0,82	-0,51

Dans cet exemple, la présence de ces deux caractéristiques produit une satisfaction équivalente (0,82). Par contre, l'absence de la caractéristique 1 (-0,74) crée davantage d'insatisfaction que l'absence de la caractéristique 2 (-0,51).

Rempli par : Dany Rousseau
Processus : Outils de communication
Service : Communication

Cause – Le rapport démontre une insatisfaction concernant...

- Les outils de communication sont relativement bien évalués avec des notes variant de 7,6 à 8,9. Il y a toutefois place à l'amélioration, en particulier pour la page Facebook et le site Internet (7,7), même si ces résultats s'expliquent en bonne partie par un manque de connaissance de ces outils.

Solutions envisagées :

- Meilleure promotion de la page Facebook
- Meilleure promotion du nouveau site Internet
- Apporter de nouvelles améliorations au site Web (application mobile pour requêtes en ligne)
- Promotion accrue des alertes
- Se doter d'un nouveau panneau lumineux sur la rue de l'Hêtrière (78 % des citoyens consultent les panneaux)

Solutions appliquées :

Date d'application : Dès cet automne

- Brochure de la programmation culturelle de l'automne envoyée par la poste et invitant les citoyens à consulter le site Internet et la page Facebook
- Nouveau système de requêtes en ligne disponible via appareils mobiles

Raisons - Justifications

- Les gens commencent à s'approprier la page Facebook qui a dépassé en août les 500 J'aime. De nouveaux efforts de promotion sont nécessaires.
- Les résultats des sondages démontrent que plusieurs citoyens notaient encore l'ancien site Internet. De nouveaux efforts de promotion sont donc encore nécessaires.
- Très appréciées des citoyens, les alertes sont encore peu utilisées. D'où la nécessité de nouveaux efforts de promotion.

Plan de communication - Démarche + dates

- Article présentant le rapport dans le MIM de septembre
- Promotion systématique de la page Facebook, du site Internet et des alertes dans l'ensemble des outils de communication de la ville

Bilan - Révision des résultats
Date prévue : Début 2018