



**MONTRÉAL**

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

**QUÉBEC**

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

## **PORTAIL GOUVERNEMENTAL DE SERVICE (PGS) CITOYENS ET ENTREPRISES 2013**

RAPPORT FINAL  
PRÉSENTÉ À  
SERVICES QUÉBEC

MAI 2014

RÉF.: R13393v2p6ServicesQc(PGS 2013).ppt

## FAITS SAILLANTS

### PRINCIPALES RAISONS DE SE RENDRE SUR LE SITE

- Parmi les 1 411 répondants, 59,9 % ont visité le site Portail Québec en tant que citoyens et 40,1 % pour une entreprise.
- Les deux principales raisons de visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens sont « Trouver un service en ligne » ou « Trouver de l'information sur un programme gouvernemental » (respectivement 22,7 % et 18,7 % des répondants).
- Viennent ensuite « Consulter un guide électronique », et « Créer ou utiliser un parcours personnalisé afin de savoir quelles démarches entreprendre » (respectivement 12,1 % et 12,0 %), suivis de « Effectuer un changement d'adresse » (9,1 %) et « S'inscrire ou accéder à Mon dossier citoyen » (6,0).
- Parmi la clientèle Entreprises, près de trois répondants sur dix (28,8 %) déclarent que la principale raison de visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprise est l'obtention d'information générale sur le démarrage d'entreprise (28,8 % des répondants).

### PARCOURS PERSONNALISÉS

*Le PGS-Citoyens offre la possibilité de créer un parcours personnalisé aux visiteurs consultant de l'information en lien avec certains événements de vie.*

- Une majorité de répondants de la clientèle Citoyens (56,8 %) a consulté de l'information liée à au moins un événement de vie.
- « Déménager » est l'événement de vie le plus consulté (34,7 % des répondants). Loin derrière, viennent « Que faire lors d'un décès » (7,9 %), « Prendre sa retraite » (6,5 %) et « Devenir parent » (5,6 %).
- La moitié des répondants de la clientèle Citoyens (50,1 %) a consulté de l'information sur les événements proposant un parcours personnalisé.
- Un peu plus d'un tiers des répondants concernés (35,4 %) affirment avoir créé ou utilisé un parcours personnalisé afin d'obtenir une liste de démarches liées à leur situation, ce qui représente 17,7 % des répondants de la clientèle Citoyens.
- Un répondant sur dix (10,2 %) de la clientèle Citoyens affirme avoir créé un compte clicSÉCUR lors de leur visite.

### ÉVALUATION DE LA SATISFACTION DES PARCOURS PERSONNALISÉS

- Avec un score de satisfaction s'échelonnant entre 8 et 10 sur dix, 67,2 % des répondants ont une satisfaction élevée des parcours personnalisés :
  - La note moyenne de cette dimension est de 7,7 sur dix;
  - 30,6 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de satisfaction.
- 12,2 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4 sur dix, ce qui dénote la présence de problèmes à ne pas négliger.
- Le taux de satisfaction\*\* des parcours est de 83,1 %.

### QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES

*Le PGS-Entreprises offre la possibilité de créer un questionnaire afin d'obtenir une liste de formalités liées à des phases de gestion d'une entreprise.*

- Près d'un quart des répondants de la clientèle Entreprises (24,7 %) affirment avoir créé ou utilisé au moins un de ces questionnaires thématiques.
- Auprès des répondants de la clientèle Entreprises qui ont eu recours à un questionnaire thématique, près des trois quarts (73,5 %) ont créé ou utilisé le questionnaire « Créer son entreprise », ce qui représente 20,3 % des répondants de la clientèle Entreprises.

### NIVEAU DE SATISFACTION MOYEN ENVERS LES QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES

- Avec un score de satisfaction s'échelonnant entre 8 et 10 sur dix, 57,1 % des répondants ont une satisfaction élevée des questionnaires :
  - La note moyenne de cette dimension est de 7,4 sur dix;
  - 28,6 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de satisfaction.
- 15,3 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4 sur dix, ce qui indique la présence de problèmes à considérer.
- Le taux de satisfaction\*\* des questionnaires est de 79,8 %.

\* *Aucun parcours n'est proposé pour les événements de vie : « Prendre sa retraite » et « Quand un couple se sépare ».*

\*\* *\* Score supérieur à 6, en excluant les « Ne sait pas ».*

### ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE

- Avec un score moyen global de 8 à 10, 68,3 % des répondants ont une bonne perception de la facilité à repérer le site :
  - La note moyenne de cette dimension est de 8,0 sur dix;
  - 36,9 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à cette dimension.
- De plus, 11,1 % des répondants jugent la facilité à repérer le site insuffisante avec un score global de 0 à 4,99 sur dix.

### PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE

- Avec un score moyen global de 8 à 10, 52,6 % des répondants ont une bonne perception de leur expérience de service :
  - La note moyenne de cette dimension est de 6,9 sur dix;
  - 17,3 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension d'évaluation du résultat.
- 23,1 % des répondants jugent le résultat de cette expérience de service insuffisant avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

### ÉVALUATION DE LA QUALITÉ GLOBALE

- Avec un score moyen global de 8 à 10, 58,2 % des répondants ont une bonne perception de la qualité globale du site :
  - La note moyenne de cette dimension est de 7,3 sur dix;
  - 27,6 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de qualité globale.
- 16,9 % des répondants jugent la qualité globale de cette prestation insuffisante avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

### ÉVALUATION DE LA SATISFACTION

- Avec un score de satisfaction s'échelonnant entre 8 et 10 sur dix, 56,1 % des répondants se disent satisfaits du site :
  - La note moyenne de cette dimension est de 7,1 sur dix;
  - 22,2 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de satisfaction.
- 20,4 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.
- Sur les 1 411 usagers du PGS interrogés, 634 ont exprimé un niveau d'accord moyen ou faible (note inférieure à 8) à au moins un des trois servant à mesurer la dimension de satisfaction, soit 46,1 % des répondants.

### RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS : ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE, PERCEPTION DU RÉSULTAT ET ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE

Parmi les 634 répondants faiblement ou moyennement satisfaits :

- 40,6 % des répondants ont une bonne perception de la facilité à repérer le site avec un score moyen global de 8 à 10 :
  - La note moyenne de cette dimension est de 6,4 sur dix;
  - 13,5 % des répondants lui attribuent la note maximale 10.
- 12,4 % des répondants ont une bonne perception du résultat de leur expérience de service avec un score moyen global de 8 à 10 :
  - La note moyenne de cette dimension est de 4,4 sur dix;
  - 1,3 % des répondants lui attribuent la note maximale 10.

### RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS : ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE, PERCEPTION DU RÉSULTAT ET ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE (SUITE)

- Le score de qualité moyenne est statistiquement similaire au score de qualité globale chez ces répondants (respectivement 5,5 et 5,2 sur dix).
- Concernant les dimensions de la qualité, la quasi-totalité nécessiterait une action immédiate :
  - La sécurité/confidentialité est la dimension la mieux perçue (avec un score moyen de 6,7 sur dix et 17,0 % des répondants avec un score de 0 à 4,99).
  - La fiabilité, la qualité de l'information, la facilité à naviguer, l'esthétisme et la facilité à accomplir les tâches obtiennent des notes moyennes en deçà de six sur dix (5,9 à 5,2) et environ le tiers des répondants (29,7 % à 35,9 %) est insatisfait de ces dimensions, avec des notes de 0 à 4,99.
  - L'assistance et l'interactivité/personnalisation arrivent au dernier rang (avec des scores moyens de 4,7 sur dix chacun et de 36,0 % à 41,5 % des répondants avec un score de 0 à 4,99).

### DÉTERMINANTS DE LA SATISFACTION

- Deux modélisations par équations structurelles ont également été effectuées afin d'identifier les principaux déterminants de la satisfaction pour l'ensemble des répondants et pour les répondants moyennement ou faiblement satisfaits.
- **Pour l'ensemble des répondants**, la modélisation confirme que plus les perceptions du résultat ou de la qualité globale sont bonnes, plus la satisfaction est élevée.
- **Pour les répondants moyennement ou faiblement satisfaits**, la modélisation confirme que plus les perceptions du résultat, de la qualité globale ou de la facilité à repérer le site sont bonnes, plus la satisfaction est élevée.
- La variable de résultat revêt donc beaucoup plus d'importance dans les deux modèles.

- Le croisement des scores de ces dimensions avec leur coefficient d'importance relative permet d'identifier des leviers potentiels d'amélioration de la satisfaction ainsi que des priorités d'action. Cet exercice permet d'établir que :
  - Les aspects à améliorer sont en lien avec la dimension de résultat. Il s'agit d'un axe de progrès prioritaire puisqu'il s'agit d'une dimension plus importante que la moyenne, dotée d'un score de perception inférieur à la moyenne.
  - Les éléments en lien avec la dimension de qualité globale correspondent à des axes de progrès secondaires. Il s'agit en effet d'une dimension moins importante que la moyenne, avec un score de perception inférieur à la moyenne.
  - Comparativement aux deux autres dimensions précédentes, les éléments en lien avec la perception de facilité à repérer le site correspondent à des atouts à entretenir. Il s'agit en effet d'une dimension moins importante que la moyenne, avec un score de perception supérieur à la moyenne.

### CONSÉQUENCES DE LA SATISFACTION À LA SUITE DU SERVICE

- Près des trois quarts des répondants (73,7 %) affirment qu'ils conseilleraient aux membres de leur famille ou à leurs amis d'utiliser les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens / Entreprises s'ils étaient dans la même situation qu'eux.
- Il est à noter que 14,3 % des répondants ne recommanderaient pas ces sites, tandis que 12,0 % des répondants ne s'estiment pas en mesure de se prononcer à ce sujet.
- Tout d'abord Portail Québec (63,3 % des répondants), puis le téléphone (13,4 %) seraient les premiers moyens envisagés la prochaine fois.

### PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE

- Avec un score s'échelonnant entre 8 et 10, 72,5 % des répondants estiment avoir une habileté élevée sur Internet :
  - La note moyenne de cette dimension est de 8,4 sur dix;
  - 38,0 % des répondants se donnent la note maximale de 10 à la dimension mesurant le niveau d'habileté sur Internet.

### SUGGESTIONS POUR AMÉLIORER LE SERVICE

- Les principales suggestions d'amélioration portent sur la qualité de l'information sur le site (28,8 % des répondants), la facilité à naviguer sur le site (23,4 %) et la fiabilité du site (20,2 %).
- Viennent ensuite des suggestions pour améliorer les normes de service (11,0 %), le résultat de l'expérience de service (7,0 %), l'interactivité et la personnalisation du site (5,8 %) et l'assistance (5,4 %).

### PROFIL DES RÉPONDANTS

- Parmi l'ensemble des répondants qui ont évalué les espaces communs, citoyens ou entreprises, on pourra notamment retenir les éléments suivants :
  - Plus de la moitié des répondants sont des travailleurs (63,6 %), avec un peu plus d'un répondant sur dix (11,8 %) travaillant pour un ministère ou un organisme du gouvernement du Québec;
  - Plus de la moitié des répondants ont une scolarité de niveau collégial (23,1 %) ou universitaire (44,4 %);
  - Près d'un tiers des répondants déclarent un revenu annuel du ménage inférieur à 40 000 \$ (30,3 %), la même proportion de répondants déclare un revenu annuel du ménage de 40 000 \$ à 79 999 \$ (30,1 %) et un répondant sur cinq déclare un revenu annuel du ménage de 80 000 \$ et plus (19,7 %);
  - Plus de la moitié des répondants ont de 25 à 54 ans (61,5 %);
  - La majorité est des femmes (54,7 %);
  - La quasi-totalité réside au Québec (92,2 %), moins d'un répondant sur dix réside ailleurs au Canada ou à l'étranger (respectivement 2,1 % et 2,9 %).

<b>8</b>	/INTRODUCTION, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
<b>11</b>	/CHAPITRE 1 : PRINCIPAUX RÉSULTATS
<b>54</b>	/CHAPITRE 2 : PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS
<b>57</b>	/CONCLUSIONS

## ANNEXES

- /1. MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /2. QUESTIONNAIRE
- /3. MODÈLES STRUCTURELS ET EXPLICATIFS DE LA SATISFACTION – RÉSULTATS DES RÉGRESSIONS LINÉAIRES
- /4. DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LES ÉNONCÉS D'HABILITÉS À UTILISER INTERNET

TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS (SOUS PLI SÉPARÉ)

**CONTEXTE** Le Portail gouvernemental de service (PGS) offre aux citoyens et aux entreprises plusieurs moyens d'accéder aux renseignements sur les programmes et services du gouvernement du Québec.

**OBJECTIF** Ce sondage sur les sites Portail Québec dont Urgence Québec!, Services Québec – Citoyens, et Services-Québec – Entreprises a pour principal objectif d'évaluer la satisfaction de la clientèle et la qualité perçue de cette prestation électronique de service auprès des clientèles qui ont visité le site en tant que citoyen, ou pour une entreprise.

**MODÈLES CONCEPTUELS  
ET DIMENSIONS  
DE L'OQM-WEB ET  
DE L'OQM-WEB ALLÉGÉ**

Le questionnaire de cette enquête a été conçu par Services Québec avec l'Outil québécois de mesure-Web dont une version allégée, OQM-Web et l'analyse de données a été effectuée en utilisant ces deux modèles conceptuels.

Dans le modèle conceptuel de l'OQM-Web, la qualité globale du site est une variable explicative de la satisfaction, découlant de l'évaluation faite par l'utilisateur de différents aspects de la prestation électronique de service. La satisfaction est un concept plus large notamment en lien avec la facilité à repérer le site, la qualité perçue et la perception du résultat de l'expérience de service.

Les questionnaires construits à partir de l'OQM-Web sont longs à remplir. Une version allégée du questionnaire de l'OQM-Web a été choisie pour la population des répondants ayant une satisfaction élevée (graphique A de la page suivante), tandis que les répondants faiblement ou moyennement satisfaits ont rempli le questionnaire en entier (graphique B de la page suivante). On entend par « répondants faiblement ou moyennement satisfaits » ceux ayant donné une note d'accord inférieure à 8 sur une échelle de 0 à 10 (de désaccord à accord) à au moins un des trois énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction.



# INTRODUCTION, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE (SUITE)

## MODÈLE CONCEPTUEL ET DIMENSIONS DE L'OQM-WEB ALLÉGÉ (SUITE)

Pour cette étude, les énoncés en lien avec les concepts centraux de l'OQM-Web, soient la facilité à repérer le site, la satisfaction, la qualité perçue et le résultat, tout comme les conséquences, ont été posés à l'ensemble des répondants.

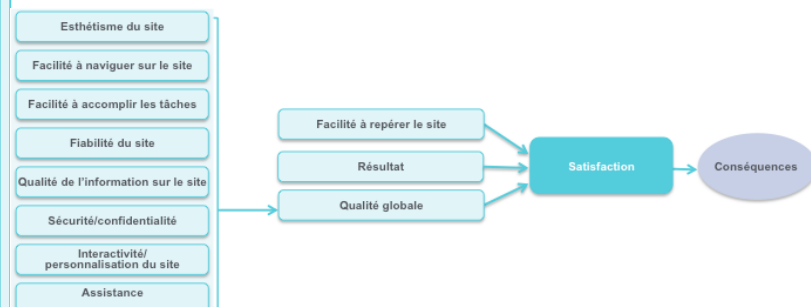
En revanche, seuls les répondants ayant une satisfaction faible ou moyenne ont été invités à répondre aux énoncés en lien avec les huit dimensions de la qualité de la prestation électronique de service, soit l'esthétisme du site, la facilité à naviguer sur le site, la facilité à accomplir les tâches, la fiabilité du site, la qualité de l'information sur le site, la sécurité/confidentialité, l'interactivité/personnalisation du site, l'assistance. L'agrégation des énoncés associés à chaque dimension permet de calculer un indice de qualité perçue pour chacune des dimensions. Cette manière de définir la qualité en fonction de plusieurs dimensions contribue à dresser un portrait détaillé de la qualité de service et permet de poser un diagnostic juste des problèmes liés à la prestation de services.

Le questionnaire d'enquête contient également des questions relatives à l'habileté des répondants à utiliser Internet.

**GRAPHIQUE A : MODÈLE DE L'OQM-WEB VERSION ALLÉGÉE  
RÉPONDANTS ÉTANT FORTEMENT SATISFAITS**



**GRAPHIQUE B : MODÈLE DE L'OQM-WEB VERSION ENTIÈRE  
RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS**



# INTRODUCTION, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE (SUITE)



<b>POPULATION CIBLE</b>	<p>La population visée par ce sondage correspond aux internautes ayant visité le site Portail Québec pour répondre à leurs besoins personnels, en tant que citoyen, ou pour une entreprise.</p> <p>Les authentications dans les <i>Dossier citoyen</i> et <i>Dossier entreprise</i>, le Portail International et les Portails régionaux étaient exclus.</p> <p>Interception sur le portail gouvernemental de service, à l'aide de pop-up et de boutons d'accès sur les versions entières des quatre espaces (Portail Québec et Urgence Québec!, Service Québec – Citoyens et Services Québec – Entreprises) et non sur les versions mobiles de ceux-ci.</p> <p><b>Plan de sondage</b></p> <p>Pendant la période de collecte, il y a eu 11 968 acceptations du pop-up de présentation du sondage ; ces visiteurs du PGS ont été invités à remplir le sondage au cours de leur visite et 4 133 d'entre eux (environ 6,9 %) ont accédé au site du sondage.</p>
<b>COLLECTE</b>	<p>Sondage auprès de la clientèle Citoyens : du 8 août au 9 septembre 2013</p> <p>Sondage auprès de la clientèle Entreprises : du 8 août au 16 décembre 2013</p> <p>1 411 répondants</p> <p>Clientèle Citoyens : 1 015</p> <p>Clientèle Entreprises : 396</p>
<b>PONDÉRATION</b>	<p>Les données ont été pondérées pour s'assurer de la répartition proportionnelle des deux strates (citoyens/entreprises) en fonction des populations de « visites ».</p>
<b>MARGE D'ERREUR MAXIMALE POUR UNE PROPORTION</b>	<p>Dans un sondage par interception sur site Internet, les répondants ne sont pas sélectionnés de façon aléatoire, ce qui ne permet pas les calculs de l'erreur d'échantillonnage et de la marge d'erreur d'un sondage. Si l'on suppose que les répondants constituent un sous-groupe aléatoire de l'ensemble des visiteurs du site au cours de la période, les marges d'erreur maximales sont les suivantes (à un niveau de confiance de 95 %) :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ensemble (1 411 répondants) : <math>\pm 2,7 \%</math></li><li>▪ Clientèle Citoyens (1 015 répondants) : <math>\pm 3,1 \%</math></li><li>▪ Clientèle Entreprises (396 répondants) : <math>\pm 4,9 \%</math></li></ul>
<b>LIGNES DIRECTRICES UTILISÉES POUR L'INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS</b>	<p>Dans ce rapport, les répondants ont été invités à communiquer leur opinion*, en utilisant une échelle de 0 à 10, où 0 est la note minimale de perception (la plus négative) et 10 la note maximale de perception (la plus positive).</p> <p>Les lignes directrices appliquées pour analyser et interpréter les résultats sont les suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Les notes de 0 à 4,99 sont interprétées comme étant des notes faibles;</li><li>▪ Les notes de 5 à 7,99 sont considérées comme étant des notes moyennes;</li><li>▪ Les notes de 8 à 10 correspondent à des notes élevées.</li></ul>

\* Niveau d'accord (tout à fait en désaccord à tout à fait d'accord), niveau de satisfaction (tout à fait insatisfait à tout à fait satisfait), niveau d'utilité perçue (tout à fait inutile à extrêmement utile), niveau d'habiletés perçues (pas du tout habile à très habile).



## CHAPITRE 1 : PRINCIPAUX RÉSULTATS

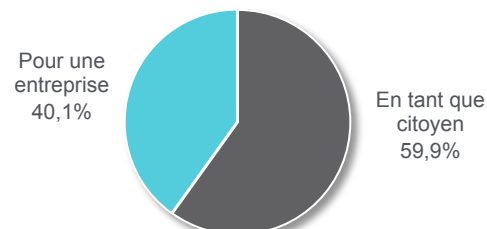
Le présent chapitre traite de l'évaluation de la qualité perçue et de la satisfaction des visiteurs des espaces citoyens, entreprises et commun du Portail gouvernemental de service (PGS). Un total de 1 411 visiteurs ont été interrogés par Internet du 8 août au 16 décembre 2013.

Plus particulièrement, ces résultats portent sur :

- Les principales raisons de se rendre sur le site;
- La création ou l'utilisation de parcours personnalisés, de clicSÉQUR ou de questionnaires thématiques;
- L'évaluation de la facilité à repérer le site;
- La perception du résultat de l'expérience de service;
- L'évaluation de la qualité globale;
- L'évaluation de la satisfaction;
- L'évaluation de la facilité à repérer le site, la perception du résultat et l'évaluation de la qualité de la prestation électronique de service auprès de ceux faiblement ou moyennement satisfaits;
- Les modèles structurels et explicatifs de la satisfaction;
- Les conséquences de la satisfaction à la suite du service;
- La prestation électronique de service;
- Les suggestions pour améliorer le service.

# 1. PRINCIPALE RAISON DE SE RENDRE SUR LE SITE

« EST-CE QUE VOUS VISITIEZ LE SITE PORTAIL QUÉBEC  
POUR RÉPONDRE À VOS BESOINS PERSONNELS,  
EN TANT QUE CITOYEN, OU POUR UNE ENTREPRISE? »  
(Q\_S01, base : ensemble des répondants pour le PGS, n : 1 411)



## PORTAIL QUÉBEC : PAGE D'ACCUEIL



Note : Capture d'écran réalisée le 25 mars 2014.

## LA CLIENTÈLE CITOYENS EST MAJORITAIRE

Parmi les 1 411 répondants, 59,9 % ont visité le site Portail Québec en tant que citoyens et 40,1 % pour une entreprise.

## DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Les sous-groupes de répondants suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir visité le site Portail Québec **en tant que citoyens** :

- Les retraités (88,7 %);
- Ceux qui sont à la maison (83,5 %);
- Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (70,0 %);
- Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (71,6 %);
- Ceux âgés de 65 ans et plus (86,0 %);
- Les femmes (63,0 %);
- Les anglophones (100,0 %).

À l'inverse, les sous-groupes de répondants suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir visité ce site **pour une entreprise** :

- Les répondants qui travaillent (47,4 %);
- Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est universitaire (1<sup>er</sup> cycle : 46,7 %, 2<sup>e</sup> cycle : 48,4 %);
- Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 40 000 \$ et plus (40 000 \$ à 79 999 \$ : 45,8 %, 80 000 \$ et plus : 54,4 %);
- Les répondants âgés de 35 à 54 ans (35 à 44 ans : 45,7 %, 45 à 54 ans : 46,8 %);
- Les hommes (43,8 %);
- Les francophones (41,3 %).

## 1.1 PRINCIPALES RAISONS DE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC - CITOYENS

### « QUELLE EST LA PRINCIPALE RAISON DE VOTRE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS? »

(Q\_31, base : répondants pour le PGS – Citoyens, n:1 015, une seule réponse possible)

	% des répondants	Nombre total de mentions (total=1015)
Trouver un service en ligne	22,7 %	230
Trouver de l'information sur un programme gouvernemental	18,7 %	190
Consulter un guide électronique	12,1 %	123
Créer ou utiliser un parcours personnalisé afin de savoir quelles démarches entreprendre	12,0 %	122
Effectuer un changement d'adresse	9,1 %	92
S'inscrire ou accéder à Mon dossier citoyen	6,0 %	61
Trouver une information précise	3,3 %	33
Trouver un registre	2,9 %	29
Consulter les lois et règlements	1,6 %	16
Trouver les coordonnées d'une personne ou d'un organisme	1,4 %	14
Demander un acte de naissance ou un acte de décès	1,4 %	14
Trouver un formulaire	1,2 %	12
Demander un diplôme ou un relevé de notes du Ministère	1,1 %	11
Autre*	3,2 %	32
Ne se souvient pas	3,5 %	36

\* Ce sous-total regroupe des raisons variées citées par moins de 10 répondants chacune.

Note : Toutes les statistiques présentées sont pondérées (proportions, moyennes), mais les nombres (nombre de répondants, nombre de mentions, nombre de suggestions) ne sont pas pondérés. Les proportions ne peuvent donc pas être calculées directement à partir du nombre de mentions.

### PGS-CITOYENS : PLUSIEURS RAISONS DE VISITE, NOTAMMENT POUR TROUVER UN SERVICE EN LIGNE OU DE L'INFORMATION SUR UN PROGRAMME

Trouver un service en ligne ou de l'information sur un programme gouvernemental sont les deux principales raisons de visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens (respectivement 22,7 % et 18,7 % des répondants).

Viennent ensuite « Consulter un guide électronique », et « Créer ou utiliser un parcours personnalisé afin de savoir quelles démarches entreprendre » (respectivement 12,1 % et 12,0 %), suivis de « Effectuer un changement d'adresse » (9,1 %) et « S'inscrire ou accéder à Mon dossier citoyen » (6,0 %).

Chacune des autres raisons mentionnées est citée par moins de 5 % des répondants de la clientèle Citoyens.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau présenté à la page suivante présente les différences entre les sous-groupes de répondants concernant la principale raison de visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens.

Seules les principales raisons de visite et les différences significatives y sont présentées.

On pourra notamment souligner que les répondants de la clientèle Citoyens qui ont une habileté moyenne sur Internet sont proportionnellement plus nombreux à avoir visité ces sites principalement pour trouver un service en ligne.

## 1.1 PRINCIPALES RAISONS DE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC - CITOYENS (SUITE)

### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LA PRINCIPALE RAISON DE VOTRE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS

	Proportion plus élevée de répondants ayant mentionné cette raison de visite	Proportion plus faible de répondants ayant mentionné cette raison de visite
Trouver un service en ligne (22,7 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Déménager (31,8 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé un compte clicSÉQUR lors de la visite (33,7 %)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté moyenne sur Internet (29,7 %)</li> <li>• Ceux qui sont à la maison (36,5 %)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 34 ans (29,6 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Perdre son autonomie (9,1 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (17,4 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas créé de compte clicSÉQUR lors de la visite (21,5 %)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 1<sup>er</sup> cycle universitaire (16,0 %)</li> </ul>
Trouver de l'information sur un programme gouvernemental (18,7 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prendre sa retraite (30,3 %)</li> <li>• Devenir parent (40,4 %)</li> <li>• Perdre son autonomie (34,1 %)</li> </ul> </li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (24,1 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas créé de compte clicSÉQUR lors de la visite (20,5 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Déménager (5,7 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé un compte clicSÉQUR lors de la visite (9,6 %)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 34 ans (13,8 %)</li> </ul>
Consulter un guide électronique (12,1 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Devenir parent (21,1 %)</li> <li>• Perdre son autonomie (31,8 %)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (8,6 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé ou utilisé un parcours personnalisé (8,3 %)</li> <li>• Les répondants âgés de 18 à 24 ans (3,6 %)</li> </ul>
Créer ou utiliser un parcours personnalisé afin de savoir quelles démarches entreprendre (12,0 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Déménager (16,5 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé ou utilisé un parcours personnalisé (20,0 %)</li> <li>• Les répondants qui travaillent (14,3 %)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 1<sup>er</sup> cycle universitaire (16,5 %)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 40 000 \$ à 79 999 \$ (15,9 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (9,1 %)</li> <li>• Ceux qui ont une faible habileté sur Internet (2,9 %)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.1 PRINCIPALES RAISONS DE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC - CITOYENS (SUITE)



### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LA PRINCIPALE RAISON DE VOTRE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS (SUITE)

	Proportion plus élevée de répondants ayant mentionné cette raison de visite	Proportion plus faible de répondants ayant mentionné cette raison de visite
Effectuer un changement d'adresse (9,1 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Déménager (23,0 %)</li> <li>Les répondants âgés de 18 à 24 ans (20,2 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (2,1 %)</li> <li>Ceux âgés de 45 à 54 ans (5,0 %)</li> </ul>
S'inscrire ou accéder à Mon dossier citoyen (6,0 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>PGS-C : ceux qui ont créé un compte clicSÉQUR lors de la visite (14,4 %)</li> <li>Ceux qui sont sans emploi (17,4 %)</li> <li>Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (9,9 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PGS-C : ceux qui n'ont pas créé de compte clicSÉQUR lors de la visite (5,3 %)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.2 PRINCIPALES RAISONS DE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC - ENTREPRISES

### « QUELLE EST LA PRINCIPALE RAISON DE VOTRE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – ENTREPRISES? »

(Q\_31, base : répondants pour le PGS – Entreprises, n:396, une seule réponse possible)

	% des répondants	Nombre total de mentions (total=396)
Obtenir de l'information générale sur le démarrage d'une entreprise	28,8 %	114
Obtenir des renseignements liés à la gestion de mon entreprise	10,4 %	41
Connaître les programmes d'aide financière offerts par les ministères et organismes gouvernementaux	9,1 %	36
Consulter les guides, conseils et autres sources de renseignements disponibles sur le site	9,1 %	36
M'inscrire ou accéder à Mon dossier entreprise	8,3 %	33
Obtenir des renseignements sur les lois, permis, règlements et obligations qui touchent mon entreprise	8,1 %	32
Trouver les coordonnées d'une personne ou d'un organisme	6,3 %	25
Remplir des formalités administratives à l'aide des formulaires disponibles sur le site	4,3 %	17
Lire les actualités gouvernementales ou le bulletin d'information destiné aux entrepreneurs	3,8 %	15
Remplir un questionnaire thématique lié à ma situation	2,5 %	10
Autre*	6,8 %	27
Ne se souvient pas	2,5 %	10

\* Ce sous-total regroupe des raisons variées citées par moins de 10 répondants chacune.

Note : Les proportions ne peuvent pas être calculées directement à partir du nombre de mentions (voir la note à la page 13).

### PGS-ENTREPRISES : PLUSIEURS RAISONS DE VISITE, NOTAMMENT POUR OBTENIR DE L'INFORMATION GÉNÉRALE SUR LE DÉMARRAGE D'UNE ENTREPRISE

Parmi la clientèle Entreprises, près de trois répondants sur dix (28,8 %) déclarent que la principale raison de visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprise est l'obtention d'information générale sur le démarrage d'entreprise (28,8 % des répondants).

Les cinq principales raisons suivantes sont chacune citées par 10,4 % à 8,1 % des répondants :

- Obtenir des renseignements liés à la gestion de leur entreprise;
- Connaître les programmes d'aide financière offerts par les ministères et organismes gouvernementaux;
- Consulter les guides, conseils et autres sources de renseignements disponibles sur le site;
- S'inscrire ou accéder à Mon dossier entreprise;
- Obtenir des renseignements sur les lois, permis, règlements et obligations qui touchent leur entreprise.

Vient ensuite le souhait de « Trouver les coordonnées d'une personne ou d'un organisme » (6,3 %).

Chacune des autres raisons mentionnées est citée par moins de 5 % des répondants de la clientèle Entreprises.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau présenté à la page suivante présente les différences entre les sous-groupes de répondants concernant la principale raison de visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprises.

Seules les principales raisons de visite et les différences significatives y sont présentées.

On pourra notamment souligner que les répondants de la clientèle Entreprises qui ont un revenu annuel du ménage de moins de 40 000 \$ sont proportionnellement plus nombreux à avoir visité ces sites, principalement pour obtenir de l'information générale sur le démarrage d'une entreprise.



## 1.2 PRINCIPALES RAISONS DE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – ENTREPRISES (SUITE)

### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LA PRINCIPALE RAISON DE VOTRE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – ENTREPRISES

	Proportion plus élevée de répondants ayant mentionné cette raison de visite	Proportion plus faible de répondants ayant mentionné cette raison de visite
Obtenir de l'information générale sur le démarrage d'une entreprise (28,8 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique (44,9 %)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé le questionnaire Créer son entreprise (56,9 %)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (34,9 %)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (43,5 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (16,7 %)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (21,7 %)</li> </ul>
Obtenir des renseignements liés à la gestion de mon entreprise (10,4 %)	<i>Aucune différence significative</i>	<i>Aucune différence significative</i>
Connaître les programmes d'aide financière offerts par les ministères et organismes gouvernementaux (9,1 %)	<i>Aucune différence significative</i>	<i>Aucune différence significative</i>
Consulter les guides, conseils et autres sources de renseignements disponibles sur le site (9,1 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (14,2 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique (3,1 %)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé le questionnaire Créer son entreprise (1,4 %)</li> </ul>
M'inscrire ou accéder à Mon dossier entreprise (8,3 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (24,2 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (3,9 %)</li> </ul>
Obtenir des renseignements sur les lois, permis, règlements et obligations qui touchent mon entreprise (8,1 %)	<i>Aucune différence significative</i>	<i>Aucune différence significative</i>
Trouver les coordonnées d'une personne ou d'un organisme (6,3 %)	<i>Aucune différence significative</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (1,2 %)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.2.1 PARCOURS PERSONNALISÉS ET CLICSÉCUR POUR LA CLIENTÈLE CITOYENS

### « LORS DE VOTRE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS, AVEZ-VOUS CONSULTÉ L'INFORMATION LIÉE À L'UN DES ÉVÉNEMENTS DE VIE SUIVANTS? »

(Q\_41, base : répondants pour le PGS – Citoyens, n:1 015, plusieurs réponses possibles)

	% des répondants	Nombre total de mentions (total=1117)
Déménager	34,7 %	352
Que faire lors d'un décès	7,9 %	80
Prendre sa retraite*	6,5 %	66
Devenir parent	5,6 %	57
Quand un couple se sépare*	4,6 %	47
Perdre son autonomie (uniquement en français)	4,3 %	44
S'installer au Québec (uniquement en français)	3,2 %	32
Non, n'a pas consulté l'information sur ces événements de vie	36,7 %	373
Ne se souvient pas	6,5 %	66

\* Pas de parcours personnalisé pour ces événements de vie.

Note : Les proportions ne peuvent pas être calculées directement à partir du nombre de mentions (voir la note à la page 13).

### PGS-CITOYENS : DÉMÉNAGER EST L'ÉVÉNEMENT DE VIE LE PLUS CONSULTÉ

Une majorité de répondants de la clientèle Citoyens (56,8 %) a consulté de l'information liée à au moins un événement de vie.

« Déménager » est l'événement de vie le plus consulté (34,7 % des répondants).

Loin derrière, viennent « Que faire lors d'un décès » (7,9 %), « Prendre sa retraite » (6,5 %) et « Devenir parent » (5,6 %).

Chacun des autres événements de vie a été consulté par moins de 5 % des répondants de la clientèle Citoyens.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau présenté à la page suivante détaille les différences entre les sous-groupes de répondants de la clientèle Citoyens concernant l'information consultée en lien avec les événements de vie.

Seules les principales réponses et les différences significatives y sont présentées.

On pourra notamment retenir que certains événements de vie peuvent survenir simultanément et que les événements de vie consultés varient selon l'âge des répondants :

- ceux âgés de 18 à 24 ans sont proportionnellement plus nombreux à avoir consulté l'information en lien avec « Déménager »;
- ceux de 25 à 34 ans ont particulièrement consulté l'information « Devenir parent »;
- les répondants de 55 à 64 ans ont été plus enclins à consulter la section « Que faire lors d'un décès »;
- ceux de 55 ans et plus ont également été proportionnellement plus nombreux à consulter l'information « Prendre sa retraite ».

## 1.2.1 PARCOURS PERSONNALISÉS ET CLICSÉQR POUR LA CLIENTÈLE CITOYENS (SUITE)

### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT L'INFORMATION CONSULTÉE EN LIEN AVEC LES ÉVÉNEMENTS DE VIE

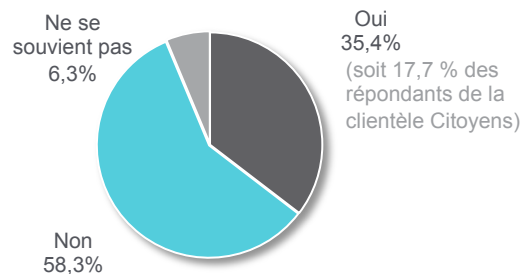
	Proportion <b>plus élevée</b> de répondants ayant mentionné l'information avec l'un des événements de vie	Proportion <b>plus faible</b> de répondants ayant mentionné l'information avec l'un des événements de vie
Déménager (34,7 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les répondants âgés de 18 à 24 ans (53,6 %)</li> <li>• Les femmes (39,4 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que faire lors d'un décès (17,5 %)</li> <li>• Prendre sa retraite (15,2 %)</li> </ul> </li> <li>• Les retraités (25,5 %)</li> <li>• Les répondants qui travaillent pour un ministère ou un organisme du gouvernement du Québec (25,6 %)</li> <li>• Ceux âgés de 55 à 64 ans (22,9 %)</li> <li>• Les hommes (28,3 %)</li> </ul>
Que faire lors d'un décès (7,9 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Prendre sa retraite (18,2 %)</li> <li>• Les retraités (19,9 %)</li> <li>• Ceux âgés de 55 à 64 ans (17,6 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Déménager (4,0 %)</li> <li>• Les répondants qui travaillent (6,2 %)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 44 ans (25 à 34 ans : 2,6 %; 35 à 44 ans : 3,0 %)</li> </ul>
Prendre sa retraite (6,5 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que faire lors d'un décès (15,0 %)</li> <li>• Perdre son autonomie (18,2 %)</li> </ul> </li> <li>• Les retraités (14,9 %)</li> <li>• Ceux âgés de 55 ans et plus (55 à 64 ans : 17,6 %; 65 ans et plus : 16,8 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Déménager (2,8 %)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 44 ans (25 à 34 ans : 1,0 %; 35 à 44 ans : 1,0 %)</li> </ul>
Devenir parent (5,6 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé un compte clicSÉQR lors de la visite (15,4 %)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 34 ans (16,8 %)</li> <li>• Les femmes (7,5 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas créé de compte clicSÉQR lors de la visite (4,5 %)</li> <li>• Ceux âgés de 45 à 54 ans (0,6 %)</li> <li>• Les hommes (3,0 %)</li> </ul>
Non, n'a pas consulté l'information sur ces événements de vie (36,7 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas créé de compte clicSÉQR lors de la visite (40,6 %)</li> <li>• Les répondants qui travaillent pour un ministère ou un organisme du gouvernement du Québec (48,8 %)</li> <li>• Les hommes (41,5 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé un compte clicSÉQR lors de la visite (24 %)</li> <li>• Les femmes (33,2 %)</li> </ul>

*Le tableau reflète également que certains événements de vie peuvent survenir simultanément.*

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 99 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.2.1 PARCOURS PERSONNALISÉS ET CLICSÉCUR POUR LA CLIENTÈLE CITOYENS (SUITE)

« AVEZ-VOUS CRÉÉ OU UTILISÉ UN PARCOURS PERSONNALISÉ AFIN D'OBTENIR UNE LISTE DE DÉMARCHES LIÉES À VOTRE SITUATION? »  
(Q\_42, base : répondants pour le PGS – Citoyens qui ont consulté un événement de vie doté d'un parcours personnalisé, n:509)



### PGS-CITOYENS : EXEMPLE DE PAGE POUR LA CRÉATION D'UN PARCOURS PERSONNALISÉ

Services Québec - Citoyens

Accueil | Plan du site | Nous joindre | Portail Québec | English

Rechercher

Déménager

Portail Québec > Citoyens > Déménager > Parcours Déménager

Parcours Déménager

Le questionnaire auquel vous répondez vous permettra d'obtenir une liste personnalisée de démarches à faire auprès des ministères et organismes du gouvernement du Québec.

1. La liste que vous obtiendrez pourrait ne pas contenir toutes les démarches et tous les programmes et services qui s'appliquent à votre situation.
2. Il vous appartient de vous assurer que vous remplissez toutes les obligations qui vous concernent.
3. Les renseignements fournis par Services Québec dans ce parcours n'ont aucune valeur juridique.

Commencer

À propos de ce portail | Aide | Nous joindre

À propos de Services Québec | Politique linguistique | Politique de confidentialité | Conditions d'utilisation | Accessibilité

Québec  
© Gouvernement du Québec, 2014

\* Aucun parcours n'est proposé pour les événements de vie : « Prendre sa retraite » et « Quand un couple se sépare ».

Notes : Capture d'écran réalisée le 25 mars 2014.

Le bouton figurant dans l'exemple de page ci-dessus n'est pas le bouton d'accès pour ce sondage, mais celui d'un autre sondage réalisé après le sondage sur le PGS.

### CLIENTÈLE CITOYENS : PRÈS DE DEUX RÉPONDANTS SUR DIX ONT CRÉÉ OU UTILISÉ UN PARCOURS PERSONNALISÉ

À titre de rappel, le PGS-Citoyens offre la possibilité de créer un parcours personnalisé aux visiteurs consultant de l'information en lien avec certains événements de vie\*. Ce sont ainsi la moitié des répondants de la clientèle Citoyens (50,1 %) qui ont consulté de l'information sur les événements proposant un parcours personnalisé.

Un peu plus d'un tiers des répondants concernés (35,4 %) affirment avoir créé ou utilisé un parcours personnalisé afin d'obtenir une liste de démarches liées à leur situation, ce qui représente 17,7 % des répondants de la clientèle Citoyens.

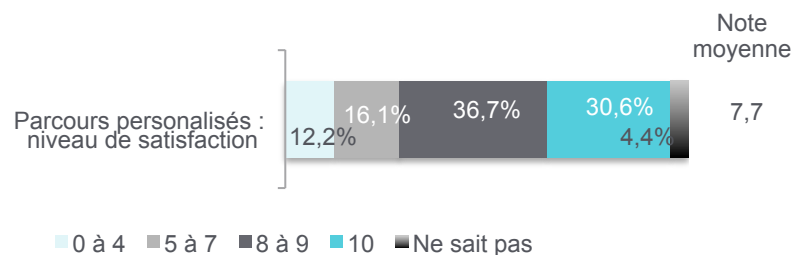
### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Parmi les répondants de la clientèle Citoyens ayant consulté un événement de vie offrant un parcours personnalisé, les femmes et les répondants dont le revenu annuel du ménage est de 40 000 \$ à 79 999 \$ sont proportionnellement plus nombreux à avoir créé ou utilisé un parcours personnalisé (respectivement 39,9 % et 45,1 %).

## 1.2.1 PARCOURS PERSONNALISÉS ET CLICSÉCUR POUR LA CLIENTÈLE CITOYENS (SUITE)

### « À QUEL POINT AVEZ-VOUS ÉTÉ SATISFAIT DES PARCOURS PERSONNALISÉS ?

« (Q\_43, base : répondants pour le PGS – Citoyens qui ont créé ou utilisé un parcours personnalisé, n:180)



Note : L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait insatisfait » et 10 « Tout à fait satisfait ».

Les répondants qui ont créé ou utilisé les parcours personnalisés ont été invités à exprimer leur niveau de satisfaction à ce sujet.

### CLIENTÈLE CITOYENS : DES PARCOURS PERSONNALISÉS MOYENNEMENT SATISFAISANTS, À AMÉLIORER

Avec un score de satisfaction s'échelonnant entre 8 et 10 sur dix, 67,2 % des répondants ont une satisfaction élevée des parcours personnalisés :

- La note moyenne de cette dimension est de 7,7 sur dix;
- 30,6 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de satisfaction;
- Près de trois répondants sur dix (28,3 %) sont moyennement ou peu satisfaits de ces parcours :
  - 16,1 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7 sur dix;
  - 12,2 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4 sur dix.

Les réponses à cet indicateur indiquent la présence de problèmes à ne pas négliger au niveau des parcours personnalisés.

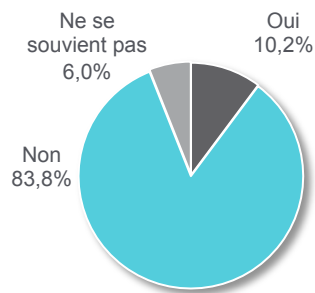
Par ailleurs, les bases d'observation sont trop faibles pour cerner les différences entre les sous-groupes de répondants concernant le niveau de satisfaction envers les parcours personnalisés.

Le taux de satisfaction\* des parcours est de 83,1 %. Le sondage spécifique sur les parcours apportera un éclairage plus détaillé sur la satisfaction de cette clientèle.

\* Score supérieur à 6, en excluant les « Ne sait pas ».

## 1.2.1 PARCOURS PERSONNALISÉS ET CLICSÉQR POUR LA CLIENTÈLE CITOYENS (SUITE)

« LORS DE VOTRE VISITE, AVEZ-VOUS CRÉÉ UN COMPTE CLICSÉQR? »  
(Q\_44, base : Q\_31, base : répondants pour le PGS – Citoyens, n:1 015)



### PGS-CITOYENS : EXEMPLE DE PAGE POUR CRÉER OU ACCÉDER À SON COMPTE CLICSÉQR

La capture d'écran montre l'interface d'authentification clicSÉQR. Le titre principal est "Authentification". Le message principal indique : "Vous arrivez du site de Services Québec et vous souhaitez accéder à Mon dossier citoyen." Le service est décrit comme permettant d'accéder de façon sécuritaire aux services en ligne. Il y a deux chemins : "Je suis un nouvel utilisateur" (qui mène à la création d'un compte) et "Je suis un utilisateur existant" (qui mène à l'authentification avec un code d'utilisateur). Une section "Terminé?" invite à se déconnecter. Le pied de page mentionne "Confidentialité", "Sécurité", "Services en ligne", "Signaler une fraude" et "Accessibilité".

Note : Capture d'écran réalisée le 25 mars 2014.

### UNE MINORITÉ DE RÉPONDANTS AYANT CRÉÉ UN COMPTE CLICSÉQR LORS DE LEUR VISITE

Un répondant sur dix (10,2 %) de la clientèle Citoyens affirme avoir créé un compte clicSÉQR lors de leur visite.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

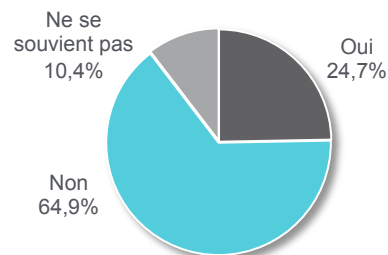
Les sous-groupes de répondants suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir créé ce type de compte lors de leur visite en tant que citoyen :

- Ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Prendre sa retraite (19,7 %) ou Devenir parent (28,1 %);
- Les femmes (12,2 %).

## 1.2.2 QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES POUR LA CLIENTÈLE ENTREPRISES

« LORS DE VOTRE VISITE SUR LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – ENTREPRISES, AVEZ-VOUS CRÉÉ OU UTILISÉ UN QUESTIONNAIRE AFIN D'OBTENIR UNE LISTE DE FORMALITÉS LIÉES À DES PHASES DE GESTION D'UNE ENTREPRISE? »

(Q\_45, base : répondants pour le PGS – Entreprises, n:396)



### PGS-ENTREPRISE : EXTRAIT DE LA PAGE PERMETTANT LA CRÉATION D'UN QUESTIONNAIRE THÉMATIQUE



Note : Capture d'écran réalisée le 25 mars 2014.

### CLIENTÈLE ENTREPRISES : UN QUART DES RÉPONDANTS ONT CRÉÉ OU UTILISÉ UN QUESTIONNAIRE THÉMATIQUE

À titre de rappel, le PGS-Entreprises offre la possibilité de créer un questionnaire afin d'obtenir une liste de formalités liées à des phases de gestion d'une entreprise.

Près d'un quart des répondants de la clientèle Entreprises (24,7 %) affirment avoir créé ou utilisé au moins un de ces questionnaires thématiques.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Les sous-groupes de répondants suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir créé ou utilisé un questionnaire de ce type :

- Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (37,0 %);
- Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (36,5 %), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 20 000 \$ (48,1 %).

## 1.2.2 QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES POUR LA CLIENTÈLE ENTREPRISES (SUITE)

### « QUELS QUESTIONNAIRES AVEZ-VOUS CRÉÉS OU UTILISÉS? »

(Q\_46, base : répondants pour le PGS – Entreprises, plusieurs réponses possibles)

	% de répondants* (Base : répondants pour le PGS – Entreprises qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique, n:98)	% de répondants (Base : ensemble des répondants pour le PGS – Entreprises, n:396)	Nombre total de mentions (total=132)
Créer son entreprise	73,5 %	20,3 %	72
Acquitter ses obligations périodiques	12,2 %	2,5 %	12
Exploiter un véhicule routier	9,2 %	0,2 %	9
Commercialiser un produit	8,2 %	0,0 %	8
Transformer son entreprise	7,1 %	0,0 %	7
Embaucher un employé	6,1 %	0,0 %	6
Changer l'adresse de son entreprise	5,1 %	0,0 %	5
Exporter de la marchandise	5,1 %	0,0 %	5
Gérer le départ temporaire ou définitif d'un employé	1,0 %	0,0 %	1
Ne se souvient pas	7,1 %	0,0 %	7

\* Les pourcentages présentés correspondent au nombre de répondants / le nombre total de répondants.

Un répondant peut avoir créé ou utilisé plus d'un type de questionnaire, ce qui explique que la somme des pourcentages présentés dépasse 100,0%.

Note : Les proportions ne peuvent pas être calculées directement à partir du nombre de mentions (voir la note à la page 13).

### PGS-ENTREPRISES : « CRÉER SON ENTREPRISE » EST LE QUESTIONNAIRE THÉMATIQUE LE PLUS PRISÉ

Toujours auprès des répondants de la clientèle Entreprises qui ont eu recours à un questionnaire thématique, près des trois quarts (73,5 %) ont créé ou utilisé le questionnaire « Créer son entreprise », ce qui représente 20,3 % des répondants de la clientèle Entreprises.

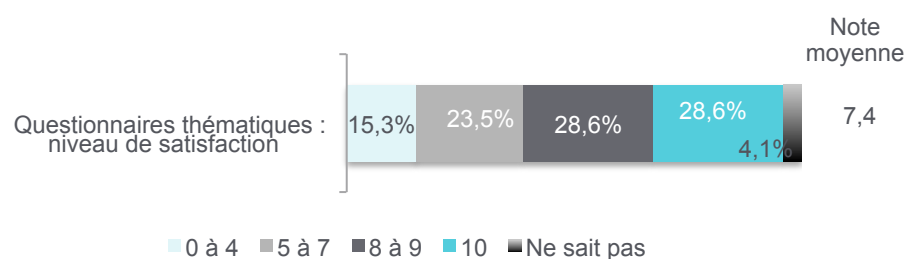
Chacun des autres questionnaires thématiques a été créé ou utilisé par au plus 12,2 % des répondants, soit 2,5 % de l'ensemble des répondants de la clientèle Entreprises.

À titre indicatif, les bases d'observation sont trop faibles pour cerner les différences entre les sous-groupes de répondants concernant les types de questionnaires créés ou utilisés.



## 1.2.2 QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES POUR LA CLIENTÈLE ENTREPRISES (SUITE)

« À QUEL POINT AVEZ-VOUS ÉTÉ SATISFAIT DES QUESTIONNAIRES ? »  
(Q\_47, base : répondants pour le PGS – Entreprises  
qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique, n:98)



Note : L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait insatisfait » et 10 « Tout à fait satisfait ».

Les 98 répondants pour une entreprise qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique ont été invités à exprimer leur niveau de satisfaction à ce sujet.

### CLIENTÈLE ENTREPRISES : UN NIVEAU DE SATISFACTION MOYEN ENVERS LES QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES

Avec un score de satisfaction s'échelonnant entre 8 et 10 sur dix, 57,1 % des répondants ont une satisfaction élevée des questionnaires :

- La note moyenne de cette dimension est de 7,4 sur dix;
- 28,6 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de satisfaction;
- Près de quatre répondants sur dix (38,8 %) sont moyennement ou peu satisfaits de ces questionnaires :
  - 23,5 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7 sur dix;
  - 15,3 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4 sur dix.

Le taux de satisfaction\* des questionnaires est de 79,8 %.

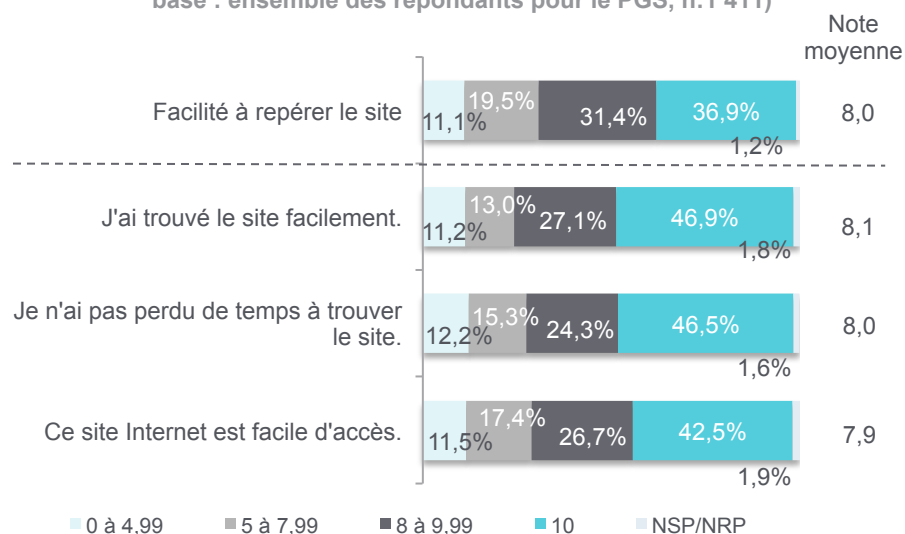
Ces résultats dénotent la présence de problèmes à ne pas négliger au niveau des questionnaires thématiques.

À titre indicatif, les bases d'observation sont trop faibles pour cerner les différences entre les sous-groupes de répondants concernant le niveau de satisfaction envers les questionnaires.

\* Score supérieur à 6, en excluant les « Ne sait pas ».

## 1.3 ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE

### ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE (Q\_11M, Q\_13M, Q\_14, base : ensemble des répondants pour le PGS, n:1 411)



Note : L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

### ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Facilité à repérer le site	8,0	8,2 (+)	7,6 (-)

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section traite de la perception de la facilité à repérer le site.

Les répondants qui ont utilisé le PGS ont évalué la facilité à repérer le site en communiquant leur niveau d'accord avec les trois énoncés ci-contre.

L'évaluation de la dimension « facilité à repérer le site » est obtenue en faisant la moyenne des notes de 0 à 10 de ces trois énoncés.

#### FACILITÉ À REPÉRER LE SITE : DES PROBLÈMES À NE PAS NÉGLIGER

Avec un score moyen global de 8 à 10, 68,3 % des répondants ont une bonne perception de la facilité à repérer le site :

- La note moyenne de cette dimension est de 8,0 sur dix;
- 36,9 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à cette dimension;
- Près d'un tiers des répondants (30,6 %) sont moyennement ou peu satisfaits de la facilité à repérer le site :
  - 19,5 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7 sur dix;
  - 11,1 % des répondants jugent la facilité à repérer le site insuffisante avec un score global de 0 à 4 sur dix.

Comparativement aux répondants de la clientèle Entreprises, ceux de la clientèle Citoyens ont une meilleure perception de la facilité à repérer le site (avec des notes moyennes respectives de 7,6 et de 8,2).

Néanmoins, quel que soit le type de clientèle considéré, la proportion d'insatisfaits dépasse le seuil de 5,0 % (Citoyens : 8,7 %, Entreprises : 14,6 %), ce qui dénote la présence de problèmes à ne pas négliger.

## 1.3 ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE (SUITE)

Plus précisément, plus de la moitié des répondants accordent des notes élevées de 8 à 10 aux énoncés de perception de la facilité à repérer le site, avec 4 à 5 répondants sur 10 leur attribuant la note maximale, tandis qu'autour de 10 % des répondants leur accordent une note de 0 à 4.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau suivant présente les différences significatives entre les sous-groupes de répondants concernant la perception de la facilité à repérer le site. On pourra notamment retenir que le score moyen de facilité à repérer le site est inférieur à 8 sur dix pour plusieurs sous-groupes de répondants : une amélioration de la facilité à repérer le PGS, particulièrement le PGS-entreprises, est souhaitable.

#### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LA PERCEPTION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE

	Sous-groupes ayant une meilleure perception de la facilité à repérer le site	Sous-groupes ayant une moins bonne perception de la facilité à repérer le site
<b>Facilité à repérer le site</b> (note moyenne de 8,0 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les répondants de la clientèle Citoyens (8,2)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Devenir parent (8,8)</li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (8,4)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (9,2)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique (8,3)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé le questionnaire Créer son entreprise (8,6)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les questionnaires thématiques (9,2)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté élevée sur Internet (8,3)</li> <li>• Ceux qui recommandent les sites Portail Québec ou Services Québec (8,7)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,7)</li> <li>• Ceux qui sont à la maison (8,8)</li> <li>• Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (8,4)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 34 ans (8,4)</li> <li>• Les femmes (8,2)</li> <li>• Les francophones (8)</li> <li>• Ceux qui résident au Québec (8,1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les répondants de la clientèle Entreprises (7,6)</li> <li>• Ceux qui ont une faible habileté sur Internet (5,2)</li> <li>• Ceux qui ne recommandent pas les sites Portail Québec ou Services Québec (5)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (6,4)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (6,2)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 2<sup>e</sup> cycle universitaire (7,6)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (7,6), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de 120 000 \$ et plus (7,3)</li> <li>• Les hommes (7,7)</li> <li>• Les anglophones (7,2)</li> <li>• Ceux qui résident à l'extérieur du Québec (7,2)</li> <li>• Les répondants ayant donné une note d'accord inférieure à 8 à au moins un des trois énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction (6,4)</li> </ul>

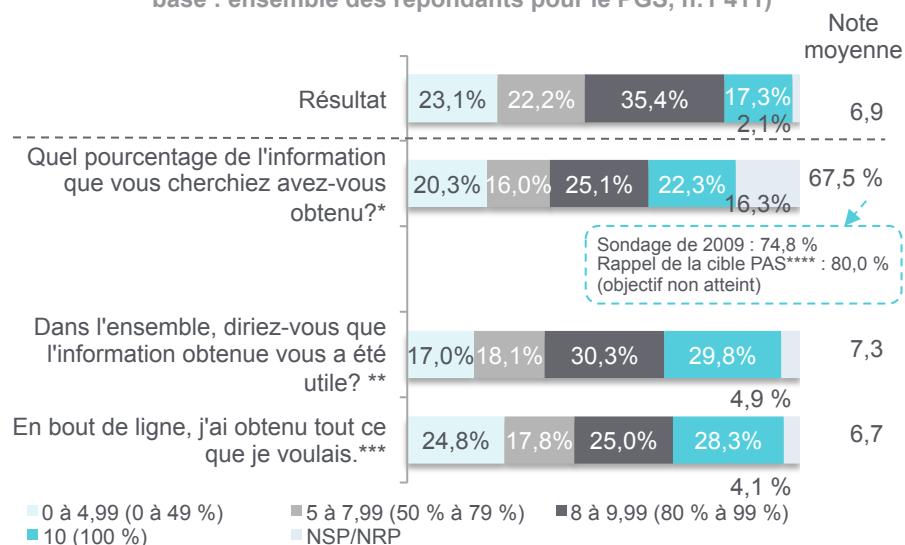
\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.4 PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE

### PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE

(Q\_1N, Q\_2N, Q\_3N,

base : ensemble des répondants pour le PGS, n:1 411)



\* Avec un pourcentage de 0 % à 100 %.

\*\* Avec une échelle de réponse de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait inutile » et 10 « Extrêmement utile ».

\*\*\* Avec une échelle de réponse de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

\*\*\*\* Plan d'amélioration des services

### PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Résultat	6,9	7,2 (+)	6,4 (-)

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section traite de la perception du résultat de l'expérience de service.

Les répondants qui ont utilisé le PGS ont évalué le résultat de l'expérience de service en indiquant leur opinion avec les trois énoncés ci-contre.

Un score moyen a été calculé à partir de ces énoncés pour obtenir une évaluation globale du résultat de cette expérience de service.

### UNE ÉVALUATION MOYENNE DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE

Avec un score moyen global de 8 à 10, 52,6 % des répondants ont une bonne perception de leur expérience de service :

- La note moyenne de cette dimension est de 6,9 sur dix;
- 17,3 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension d'évaluation du résultat;
- Près de la moitié des répondants (45,3 %) sont moyennement ou peu satisfaits du résultat obtenu :
  - 22,2 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 23,1 % des répondants jugent le résultat de cette expérience de service insuffisant avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

Bien que la clientèle Citoyens ait une note moyenne de satisfaction (7,2) supérieure à celle de la clientèle Entreprises (6,4), ces scores laissent tout de même entendre la présence de problèmes à ne pas négliger pour les deux clientèles.

Le fait que la proportion d'insatisfaits dépasse largement le seuil de 5,0 % (Citoyens : 18,8 % et Entreprises : 29,5 %) vient renforcer l'idée qu'il s'agit d'un enjeu qui nécessite une action immédiate.

## 1.4 PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE (SUITE)

### UNE ÉVALUATION MOYENNE DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE (SUITE)

Plus précisément, plus de deux répondants sur cinq accordent des notes élevées (de 8 à 10 ou de 80 % à 100 %) aux énoncés de perception du résultat de l'expérience de service, avec 2 à 3 répondants sur 10 leur attribuant la note maximale, tandis qu'au moins 17,0 % des répondants leur accordent une note faible (de 0 à 4,99 ou de 0 % à 49 % selon les énoncés).

### L'OBJECTIF DU PAS CONCERNANT LE POURCENTAGE MOYEN DE L'INFORMATION RECHERCHÉE ET TROUVÉE N'EST PAS ATTEINT

L'amélioration du pourcentage moyen de l'information recherchée et trouvée figurait au plan d'amélioration des services (PAS). L'objectif du PAS était d'obtenir 80,0 % de l'information recherchée, ce qui n'a pas été atteint. De plus, le pourcentage moyen d'information recherchée et trouvée est inférieur à celui obtenu dans le sondage de 2009 (74,8 %).

### DIFFÉRENCE ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau de la page suivante présente les différences significatives entre les sous-groupes de répondants concernant la perception du résultat de l'expérience de service. Parmi les variables de segmentation considérées pour l'analyse, on pourra notamment retenir que la plupart des sous-groupes de répondants jugent le résultat de leur expérience de service moyenne à insuffisante avec des scores moyens inférieurs à 8 sur dix, et ce, même ceux dont la perception du résultat est meilleure.

Le score moyen de perception du résultat est supérieur à 8 sur dix pour six sous-groupes de répondants, notamment ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Devenir parent ou ceux qui ont créé un compte clicSÉCUR lors de leur visite. À ce titre, ces deux expériences de service pourraient tenir lieu d'exemples. Par ailleurs, cette meilleure perception du résultat pourrait s'expliquer par le fait que Devenir parent est généralement vécu comme un heureux événement et que la création d'un compte clicSÉCUR permet d'obtenir un résultat tangible (p. ex. : une prestation, etc.).

## 1.4 PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE (SUITE)

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LA PERCEPTION DU RÉSULTAT

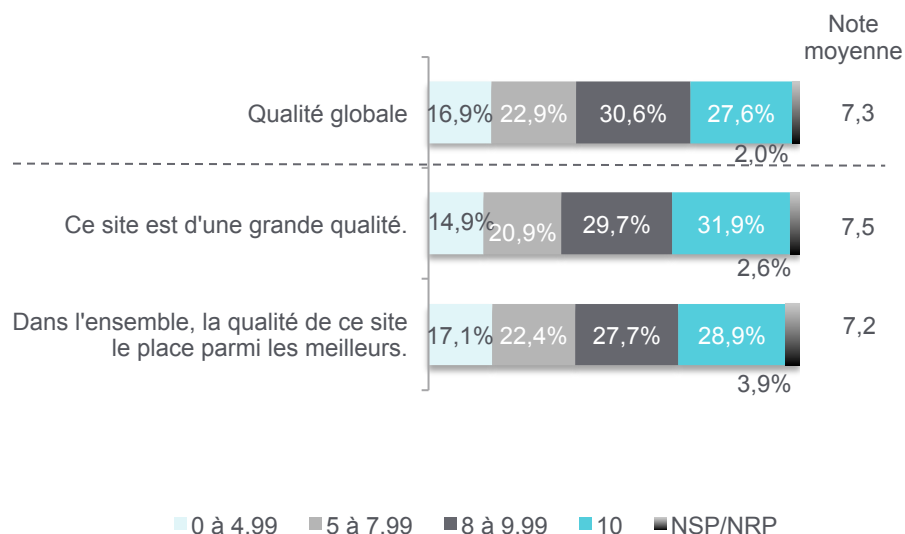
	Sous-groupes ayant une meilleure perception du résultat	Sous-groupes ayant une moins bonne perception du résultat
<b>Résultat</b> (note moyenne de 6,9 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les répondants de la clientèle Citoyens (7,2)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Déménager (7,7)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Devenir parent (8,4)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (9,1)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé un compte clicSÉCUR lors de la visite (8,3)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique (7,4)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé le questionnaire Créer son entreprise (7,7)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les questionnaires thématiques (8,8)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté élevée sur Internet (7,3)</li> <li>• Ceux qui recommandent les sites Portail Québec ou Services Québec (8,2)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,1)</li> <li>• Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (7,4) ou collégial (7,3)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (7,3), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 20 000 \$ (7,6)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 34 ans (7,3)</li> <li>• Les femmes (7,1)</li> <li>• Les francophones (6,9)</li> <li>• Ceux qui résident au Québec (7,0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les répondants de la clientèle Entreprises (6,4)</li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (6,7)</li> <li>• Ceux qui ont une faible habileté sur Internet (3,5)</li> <li>• Ceux qui ne recommandent pas les sites Portail Québec ou Services Québec - Citoyens ou Entreprises (1,9)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demande l'information (4,0)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (3,9)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 1<sup>er</sup> (6,6) ou 2<sup>e</sup> cycle universitaire (6,3)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (6,4), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de 120 000 \$ et plus (6,0)</li> <li>• Ceux âgés de 65 ans et plus (6,2)</li> <li>• Les hommes (6,5)</li> <li>• Les anglophones (5,0)</li> <li>• Ceux qui résident à l'extérieur du Québec (5,7)</li> <li>• Les répondants ayant donné une note d'accord inférieure à 8 à au moins un des trois énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction (4,4)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.5 ÉVALUATION DE LA QUALITÉ GLOBALE

### ÉVALUATION DE LA QUALITÉ GLOBALE

(Q\_161, Q\_163, base : ensemble des répondants pour le PGS, n:1 411)



Note : L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

### ÉVALUATION DE LA QUALITÉ GLOBALE PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Qualité globale	7,3	7,6 (+)	6,9 (-)

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section traite de la perception de la qualité globale du PGS.

En utilisant une échelle de réponse de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord », les utilisateurs du PGS ont été invités à exprimer leur niveau d'accord avec les deux énoncés ci-contre.

En effectuant la moyenne des notes attribuées à ces énoncés, on obtient un score moyen de qualité globale, qui résume l'information relative à l'évaluation de cette dimension.

#### UNE ÉVALUATION MOYENNE DE LA QUALITÉ GLOBALE DU SITE

Avec un score moyen global de 8 à 10, 58,2 % des répondants ont une bonne perception de la qualité globale du site :

- La note moyenne de cette dimension est de 7,3 sur dix;
- 27,6 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de qualité globale;
- Près de quatre répondants sur dix (39,8 %) sont moyennement ou peu satisfaits de la qualité globale de cette ligne de service :
  - 22,9 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 16,9 % des répondants jugent la qualité globale de cette prestation insuffisante avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

Ici aussi la perception de la clientèle Citoyens est meilleure que celle de la clientèle Entreprises (avec des notes moyennes d'accord respectives de 7,6 et 6,9) sur la qualité globale du site. Toutefois, la perception de la qualité globale ne demeure que moyenne chez les citoyens et on dénote la présence de problèmes à ne pas négliger du côté de la clientèle des entreprises.

De plus, peu importe le type de clientèle considéré, la proportion d'insatisfaits dépasse le seuil de 5,0 % (Citoyens : 13,2 % et Entreprises : 22,5 %).

## 1.5 ÉVALUATION DE LA QUALITÉ GLOBALE (SUITE)

Plus précisément, la majorité des répondants accordent des notes élevées de 8 à 10 aux énoncés de perception de la qualité globale du site, avec autour de 30 % des répondants attribuant la note maximale à ces énoncés, tandis que plus de 10 % des répondants leur accordent une note de 0 à 4.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau ci-dessous présente les différences significatives entre les sous-groupes de répondants concernant la perception de la qualité globale du site. Parmi les variables de segmentation considérées pour l'analyse, la plupart des sous-groupes de répondants jugent la qualité globale du site moyenne à insuffisante avec des scores moyens inférieurs à 8 sur dix. Parmi eux figurent plusieurs sous-groupes de répondants qui se distinguent néanmoins des autres par une « meilleure » perception de cette dimension.

Le score moyen de perception de la qualité globale du site est supérieur à 8 sur dix pour neuf sous-groupes de répondants, notamment ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Devenir parent et les répondants de la clientèle Entreprises qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique.

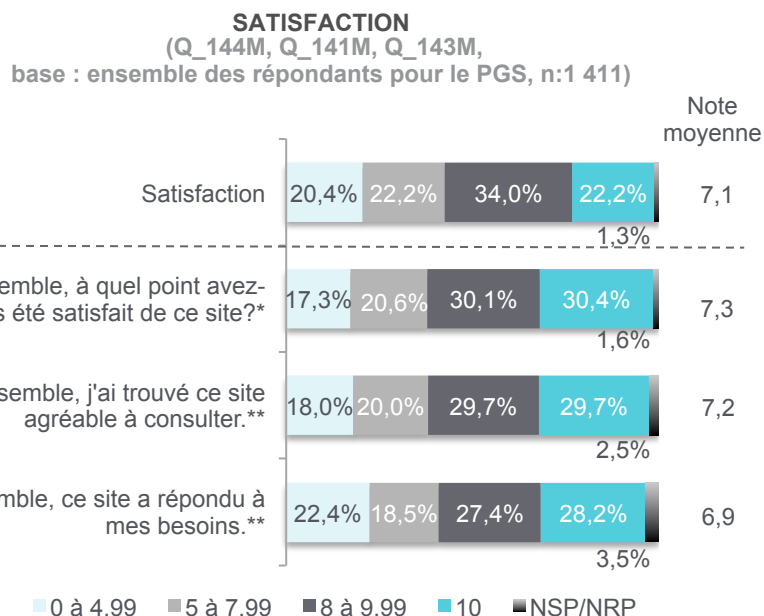
### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LA PERCEPTION DE LA QUALITÉ GLOBALE

	Sous-groupes ayant une meilleure perception de la qualité globale	Sous-groupes ayant une moins bonne perception de la qualité globale
<b>Qualité globale</b> (note moyenne de 7,3 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Citoyens (7,6)</b></li> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Déménager (7,8)</li> <li>• Devenir parent (8,4)</li> </ul> </li> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (9,0)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique (8,0), notamment le questionnaire Créer son entreprise (8,2)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les questionnaires thématiques (9,1)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté élevée sur Internet (7,6)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,2)</li> <li>• Ceux qui sont à la maison (8,5)</li> <li>• Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (8) ou collégial (7,7)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (7,8), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 20 000 \$ (8,1)</li> <li>• Les femmes (7,6)</li> <li>• Les francophones (7,3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Entreprises (6,9)</b></li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (7,3)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté moyenne (7,0) ou faible sur Internet (5,1)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (5,0)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (5,2)</li> <li>• Les étudiants (6,6)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 1<sup>er</sup> (7,0) ou un 2<sup>e</sup> cycle universitaire (6,6)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (6,5)</li> <li>• Les hommes (7,0)</li> <li>• Les anglophones (5,9)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.



## 1.6 ÉVALUATION DE LA SATISFACTION



\* Avec une échelle de réponse de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait insatisfait » et 10 « Tout à fait satisfait ».

\*\* Avec une échelle de réponse de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

### SATISFACTION PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Satisfaction	7,1	7,4 (+)	6,7 (-)

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section traite de la satisfaction des répondants du Portail gouvernemental de services (PGS).

Le score de satisfaction s'obtient en effectuant la moyenne du niveau d'accord avec les trois énoncés ci-contre.

### UN NIVEAU DE SATISFACTION MOYEN POUR LE PGS

Avec un score de satisfaction s'échelonnant entre 8 et 10 sur dix, 56,1 % des répondants se disent satisfaits du site :

- La note moyenne de cette dimension est de 7,1 sur dix;
- 22,2 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension de satisfaction;
- Plus de quatre répondants sur dix (42,6 %) sont moyennement ou peu satisfaits du service reçu :
  - 22,2 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 20,4 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

La satisfaction de la clientèle Citoyens est plus élevée que celle de la clientèle Entreprises (avec des notes moyennes d'accord respectives de 7,4 et 6,7). Toutefois, la satisfaction ne demeure que moyenne chez les citoyens. De plus, on dénote la présence de problèmes à ne pas négliger du côté de la clientèle des entreprises.

Par ailleurs, peu importe le type de clientèle considéré, la proportion d'insatisfaits dépasse le seuil de 5,0 % (Citoyens : 17,0 % et Entreprises : 25,5 %).

## 1.6 ÉVALUATION DE LA SATISFACTION (SUITE)

Plus précisément, autour de 60 % des répondants accordent des notes élevées de 8 à 10 aux énoncés d'évaluation de la satisfaction, avec autour de 30 % des répondants attribuant la note maximale à ces énoncés, tandis qu'autour de 20 % des répondants leur accordent une note de 0 à 4.

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau ci-dessous présente les différences significatives entre les sous-groupes de répondants concernant le niveau de satisfaction à l'égard du service.

Parmi les variables de segmentation considérées pour l'analyse, l'ensemble des sous-groupes de répondants les moins satisfaits et dix sous-groupes de répondants parmi « les plus satisfaits » ont un niveau de satisfaction inférieur à 8 sur dix.

On pourra également noter que ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Devenir parent, ainsi que les répondants de la clientèle Entreprises qui ont créé ou utilisé le questionnaire thématique Créer son entreprise se démarquent avec des notes de satisfaction respectives de 8,4 et 8,1 sur dix.

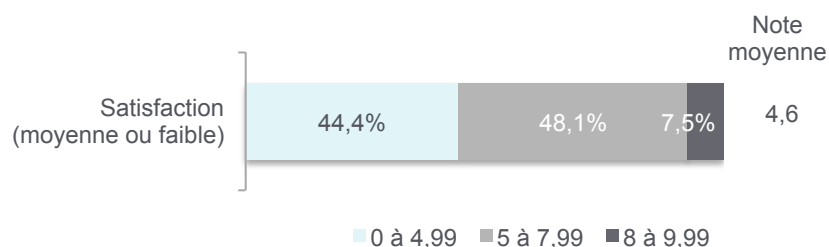
### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LA SATISFACTION

	Sous-groupes de répondants plus satisfaits	Sous-groupes de répondants moins satisfaits
<b>Satisfaction</b> (note moyenne de 7,1 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Citoyens (7,4)</b></li> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Déménager (7,8)</li> <li>• Devenir parent (8,4)</li> </ul> </li> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (9,1)</li> <li>• PGS-E : Ceux qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique (7,7)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé le questionnaire Créer son entreprise (8,1)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les questionnaires thématiques (9,1)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté élevée sur Internet (7,5)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,3)</li> <li>• Ceux qui sont à la maison (8,0)</li> <li>• Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (7,8) ou collégial (7,5)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (7,6), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 20 000 \$ (7,9)</li> <li>• Les femmes (7,4)</li> <li>• Les francophones (7,2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Entreprises (6,7)</b></li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (7,0)</li> <li>• Ceux qui ont une faible habileté sur Internet (4,3)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (4,4)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (4,6)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 1<sup>er</sup> (6,7) ou un 2<sup>e</sup> cycle universitaire (6,6)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (6,5)</li> <li>• Les hommes (6,8)</li> <li>• Les anglophones (5,2)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.6 ÉVALUATION DE LA SATISFACTION (SUITE)

### SATISFACTION MOYENNE OU FAIBLE (Base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits, n:634)



Note : À titre de rappel, le score de satisfaction s'obtient en effectuant la moyenne du niveau d'accord avec les trois énoncés suivants :

- « Dans l'ensemble, à quel point avez-vous été satisfait de ce site? » (Q\_144M);
- « Dans l'ensemble, j'ai trouvé ce site agréable à consulter » (Q\_143M);
- « Dans l'ensemble, ce site a répondu à mes besoins » (Q\_141M).

Pour le premier énoncé, l'échelle des réponses de l'énoncé était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait insatisfait » et 10 « Tout à fait satisfait ».

Pour les deux derniers énoncés, l'échelle de réponse de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

### SATISFACTION MOYENNE OU FAIBLE PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Satisfaction (moyenne ou faible)	4,6	<b>4,8 (+)</b>	4,3 (-)

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

À titre de rappel, les questionnaires construits à partir de l'OQM-Web sont longs à remplir. La version allégée du questionnaire de l'OQM-Web a été choisie pour la population des répondants ayant une satisfaction élevée, tandis que les répondants faiblement ou moyennement satisfaits ont rempli le questionnaire en entier. On entend par « répondants faiblement ou moyennement satisfaits » ceux ayant donné une note d'accord inférieure à 8 à au moins un des énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction.

Sur les 1 411 usagers du PGS interrogés, 634 ont exprimé un niveau d'accord moyen ou faible (note inférieure à 8) à au moins un des trois énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction. Ils définissent ainsi les répondants faiblement ou moyennement satisfaits. Ce sont ainsi 46,1 % des répondants qui ont répondu à l'ensemble des énoncés de la qualité perçue de cette prestation de services électroniques.

Seulement 7,5 % de ces répondants se disent satisfaits du PGS avec un score de 8 à moins de 10 sur dix :

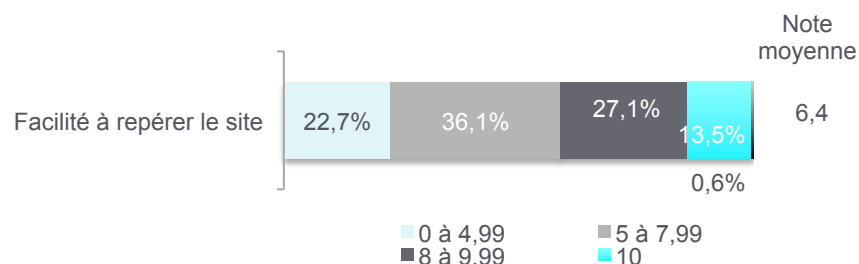
- La note moyenne de cette dimension est de 4,6 sur dix;
- La plupart des répondants (92,5 %) sont moyennement ou peu satisfaits de ce service :
  - 48,1 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 44,4 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

À titre de rappel, la qualité perçue du PGS est une variable explicative de la satisfaction, découlant de l'évaluation faite par l'utilisateur de différents aspects du PGS. La satisfaction est un concept plus large notamment en lien avec la perception de la facilité à repérer le site, la qualité perçue et la perception du résultat obtenu.

Chez les répondants qui ont exprimé une satisfaction moyenne ou faible, le taux de satisfaction est particulièrement faible, que ce soit du côté de la clientèle Citoyens (4,8) ou Entreprises (4,3).

## 1.7.1 RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS : ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE

### ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE (Q\_11M, Q\_13M, Q\_14, base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits, n:634)



Note : À titre de rappel, le score de la dimension s'obtient en effectuant la moyenne du niveau d'accord avec les énoncés suivants :

- « J'ai trouvé le site facilement. » (Q\_11M)
- « Ce site Internet est facile d'accès. » (Q\_13M)
- « Je n'ai pas perdu de temps à trouver le site. » (Q\_14)

L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

### ÉVALUATION DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Facilité à repérer le site	6,4	<b>6,7 (+)</b>	6,1 (-)

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section porte sur l'évaluation de la facilité à repérer le site auprès des répondants faiblement ou moyennement satisfaits.

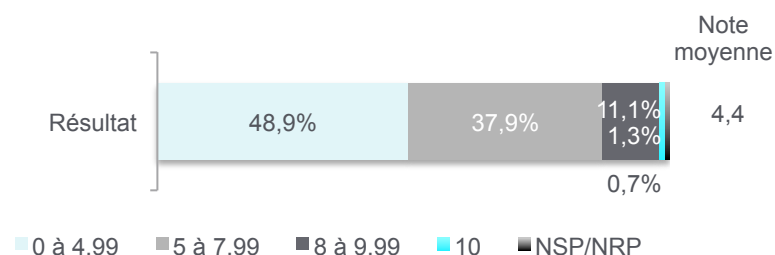
### POUR LES MOINS SATISFAITS, LA PROBLÉMATIQUE AUTOUR LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE EST ENCORE PLUS MANIFESTE

Sur les 634 répondants qui ont exprimé un niveau d'accord moyen ou faible (note inférieure à 8) à au moins un des énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction :

- 40,6 % des répondants ont une bonne perception de la facilité à repérer le site avec un score moyen global de 8 à 10;
- La note moyenne de cette dimension est de 6,4 sur dix;
- 13,5 % des répondants lui attribuent la note maximale 10.
- La majorité des répondants (58,8 %) sont moyennement ou peu satisfaits de la facilité à repérer le site :
  - 36,1 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 22,7 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

## 1.7.2 RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS : PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE

### PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE (Q\_1N, Q\_2N, Q\_3N, base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits, n:634)



Note : À titre de rappel, le score de la dimension s'obtient en effectuant la moyenne du niveau d'accord, du pourcentage obtenu de l'information ou du niveau d'utilité avec les énoncés suivants :

- « En bout de ligne, j'ai obtenu tout ce que je voulais. » (Q\_1N)
- « Quel pourcentage de l'information que vous cherchiez avez-vous obtenu? » (Q\_2N)
- « Dans l'ensemble, diriez-vous que l'information obtenue vous a été utile? » (Q\_3N)

Pour le premier énoncé, l'échelle de réponse était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

Pour le deuxième énoncé, la réponse était un pourcentage de 0 % à 100 %.

Pour le troisième énoncé, l'échelle de réponse était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait inutile » et 10 « Extrêmement utile ».

### PERCEPTION DU RÉSULTAT DE L'EXPÉRIENCE DE SERVICE PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Résultat	4,4	4,6	4,1

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section porte sur la perception du résultat de l'expérience de service auprès des répondants faiblement ou moyennement satisfaits.

### POUR LES MOINS SATISFAITS, LA PERCEPTION DU RÉSULTAT EST UNE PROBLÉMATIQUE

Sur les 634 répondants qui ont exprimé un niveau d'accord moyen ou faible (note inférieure à 8) à au moins un des énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction :

- 12,4 % des répondants ont une bonne perception du résultat de leur expérience de service avec un score moyen global de 8 à 10;
- La note moyenne de cette dimension est de 4,4 sur dix;
- 1,3 % des répondants lui attribuent la note maximale 10.
- La plupart des répondants (86,8 %) sont moyennement ou peu satisfaits du résultat obtenu :
  - 37,9 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 48,9 % des répondants jugent le résultat de cette prestation de service insuffisante un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

## 1.7.3 RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS : ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE

### DIMENSIONS DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE

Dimensions	Énoncés associés aux dimensions
Qualité globale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce site est d'une grande qualité (Q_161)</li> <li>Dans l'ensemble, la qualité de ce site le place parmi les meilleurs (Q_163).</li> </ul>
Esthétisme du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>La disposition des textes et des images rend ce site attrayant (Q_211)</li> <li>Ce site est visuellement attrayant (Q_221)</li> <li>Dans l'ensemble, je trouve que ce site est beau (Q_223)</li> </ul>
Facilité à naviguer sur le site	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les textes sont faciles à lire sur ce site (Q_312M)</li> <li>L'information est organisée de façon logique sur ce site (Q_315)</li> <li>La navigation est facile sur ce site (Q_322M)</li> </ul>
Facilité à accomplir les tâches	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'impression des documents est facile sur ce site (Q_333)</li> <li>Le téléchargement des documents est facile sur ce site (Q_334)</li> <li>Le formulaire est facile à remplir (Q_338M)</li> <li>Les outils de recherche de ce site facilitent la recherche d'information (Q_339N)</li> <li>L'information sur ce site est facile à rassembler (Q_340N)</li> </ul>
Fiabilité du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les pages du site s'affichent sans problèmes (Q_41M)</li> <li>Toutes les fonctions du site dont j'ai eu besoin étaient disponibles (Q_42M)</li> <li>Les liens vers les autres pages du site fonctionnent bien (Q_45M)</li> </ul>
Qualité de l'information sur le site	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'information sur ce site est facile à comprendre (Q_50N)</li> <li>L'information sur ce site est fiable (Q_51N)</li> <li>L'information sur ce site est à jour (Q_52N)</li> <li>L'information sur ce site est complète (Q_53M)</li> <li>Ce site est une bonne source d'information (Q_54)</li> <li>L'information que j'ai trouvée sur ce site est précise (Q_57M)</li> </ul>
Sécurité/confidentialité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dans l'ensemble, je crois que ce site est sécuritaire (Q_66M)</li> <li>Je fais confiance aux responsables de ce site pour ne pas faire un mauvais usage de mes renseignements personnels (Q_67M)</li> <li>Je pense que ma vie privée est protégée sur ce site (Q_68)</li> </ul>
Interactivité/personnalisation du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce site est personnalisé pour répondre à mes besoins (Q_72)</li> <li>Ce site m'offre des services ou de l'information basés sur mes préférences (Q_74)</li> <li>Ce site a des fonctions interactives qui m'aident à bien y naviguer (Q_73)</li> </ul>
Assistance	<ul style="list-style-type: none"> <li>J'ai la possibilité d'obtenir de l'aide en ligne sur ce site (Q_81M)</li> <li>En cas de problème, j'ai la possibilité de parler à une personne (Q_82M)</li> <li>J'ai constaté que les fonctions d'aide sur ce site sont efficaces (Q_83)</li> </ul>

Qualité moyenne Moyenne des huit dimensions de la qualité de service

\* Voir section 1.4.

Cette section vise à identifier les aspects de la qualité de la prestation électronique de service à améliorer en priorité.

À titre de rappel, la qualité globale du site est mesurée à l'aide de deux énoncés. Les huit dimensions de la qualité de la prestation électronique de service sont définies par trois à six énoncés chacune.

Cette section porte sur la qualité perçue en fonction des huit dimensions de la qualité, et ce, uniquement pour les répondants faiblement ou moyennement satisfaits du site Portail Québec.

En effet, les questions portant sur les différents aspects de la qualité perçue de la prestation électronique de service ont été uniquement posées aux répondants exprimant un niveau d'accord moyen ou faible (note inférieure à 8) à au moins un des trois énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction.

Le tableau ci-contre présente les énoncés associés aux différentes dimensions de la qualité de la prestation électronique de service.

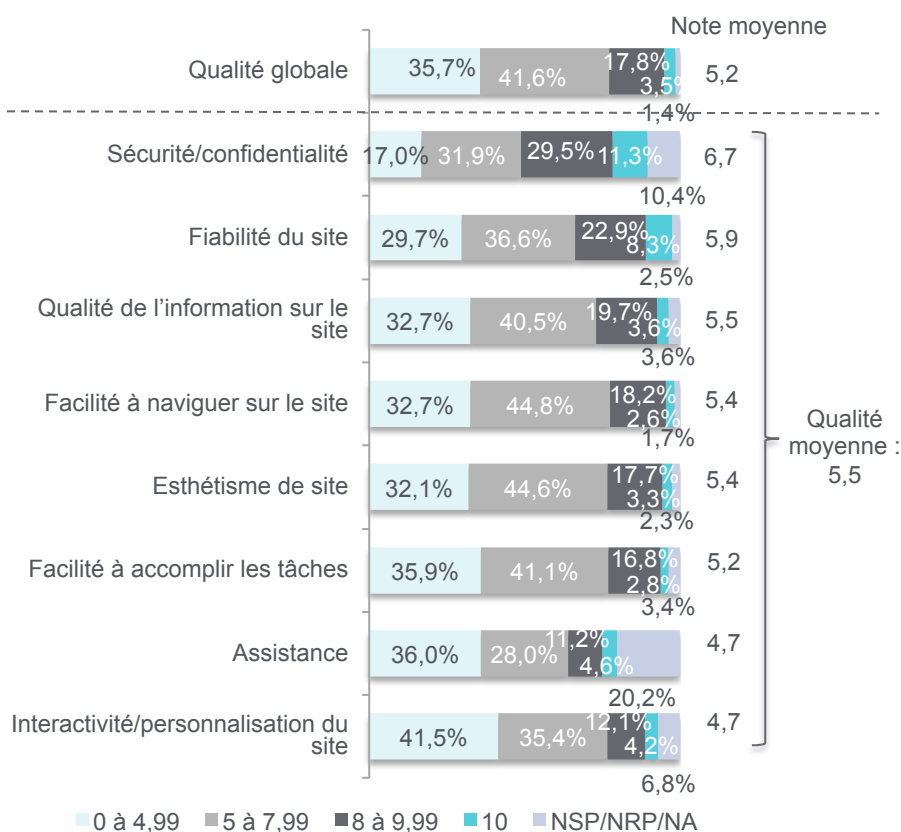
Les scores moyens des dimensions correspondent à la moyenne des notes de leurs énoncés respectifs. L'échelle de réponse des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

Les pages suivantes présentent les résultats des dimensions de la qualité de la prestation électronique de service auprès des répondants faiblement ou moyennement satisfaits.

## 1.7.3 RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS : ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE (SUITE)

### ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION DE SERVICES AUPRÈS DES RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS

(Base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits, n:634)



Note : L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

### PGS : POUR LES MOINS SATISFAITS, L'ENSEMBLE DU SITE SERAIT À REVOIR

Parmi les répondants faiblement ou moyennement satisfaits du PGS, 21,3 % sont satisfaits de la qualité globale avec des scores de 8 à 10 sur dix :

- La note moyenne de cette dimension est de 5,2 sur dix;
- 3,5 % des répondants lui attribuent la note maximale de 10;
- 77,3 % sont moyennement ou peu satisfaits de la qualité globale de ce service, avec un score de 0 à 7,99 :
  - 41,6 % des répondants en sont moyennement satisfaits avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 35,7 % des répondants se disent insatisfaits avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix.

Pour l'ensemble des dimensions mesurées, la quasi-totalité des dimensions nécessiterait une action immédiate :

- La sécurité/confidentialité est la dimension la mieux perçue, malgré que la note moyenne laisse à penser qu'il y a présence de problème à ne pas négliger :
  - La note moyenne de cette dimension est de 6,7 sur dix;
  - 11,3 % des répondants attribuent la note maximale de 10 à la dimension Sécurité et confidentialité, tandis que 17,0 % des répondants jugent cet aspect de la prestation de service insuffisant avec un score de 0 à 4,99.
- La fiabilité, la qualité de l'information, la facilité à naviguer, l'esthétisme et la facilité à accomplir les tâches obtiennent des notes moyennes en deçà de six sur dix (5,9 à 5,2) et environ le tiers des répondants (29,7 % à 35,9 %) est insatisfait de ces dimensions, avec des notes de 0 à 4,99.
- Avec des scores moyens de 4,7 sur dix chacun, l'assistance et l'interactivité/personnalisation arrivent au dernier rang. Seulement 4,6 % et 4,2 % de répondants en sont tout à fait satisfaits avec des scores moyens de 10, tandis que 36,0 % et 41,5 % en sont insatisfaits.

Par ailleurs, le score de qualité moyenne est statistiquement similaire au score de qualité globale (avec des notes moyennes respectives de 5,5 et de 5,2 sur dix).



## 1.7.3 RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS : ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE (SUITE)

### ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE LA PRESTATION DE SERVICES PAR TYPE DE CLIENTÈLE AUPRÈS DES RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS (Base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits, n:634)

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Qualité globale	5,2	<b>5,4 (+)</b>	4,9 (-)
Esthétisme de site	5,4	5,6	5,2
Facilité à naviguer sur le site	5,4	<b>5,7 (+)</b>	5,2 (-)
Facilité à accomplir les tâches	5,2	5,4	5,0
Fiabilité du site	5,9	5,8	5,9
Qualité de l'information sur le site	5,5	<b>5,8 (+)</b>	5,2 (-)
Sécurité/confidentialité	6,7	6,7	6,7
Interactivité/personnalisation du site	4,7	<b>5,1 (+)</b>	4,2 (-)
Assistance	4,7	4,8	4,5
Qualité moyenne	5,5	5,6	5,3

Note : L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 « Tout à fait d'accord ».

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

### INFÉRENCE DE LA QUALITÉ MOYENNE À L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS

	Qualité globale	Qualité moyenne
Répondants faiblement ou moyennement satisfaits (n:634)	5,2	5,5
Ensemble des répondants (n: 1 411)	7,3	X=7,7

### POUR LES MOINS SATISFAITS, TOUTES LES DIMENSIONS DU PGS SONT À REVOIR

Toujours parmi les répondants faiblement ou moyennement satisfaits du PGS :

- Sauf pour la question de sécurité et de confidentialité, où la note moyenne est de 6,7, peu importe le type de clientèle, la note moyenne des autres dimensions ne dépasse pas 5,9.
- La note la plus basse de 4,2 sur dix est obtenue par les répondants de la clientèle Entreprises pour la dimension « Interactivité/personnalisation du site ».
- Selon le type de clientèle considéré, on observe des différences significatives de scores moyens pour les trois dimensions suivantes :
  - La facilité à naviguer sur le site;
  - La qualité de l'information sur le site;
  - L'interactivité, la personnalisation du site;
  - La clientèle citoyenne a de meilleures perceptions de ces dimensions.
- La différence significative notée précédemment au niveau de la qualité globale est encore présente lorsque seuls les répondants moins satisfaits sont considérés.
- Les scores de qualité moyenne et de qualité globale sont statistiquement similaires, et ce quel que soit le type de clientèle considéré.

En outre, la qualité globale est un bon estimateur de la qualité moyenne dans le cas de ce questionnaire (respectivement 5,2 et 5,5 sur dix).

Si tous les aspects de la qualité avaient été évalués chez tous les répondants, la qualité moyenne serait environ de 7,7 sur dix étant donné que la qualité globale est de 7,3 sur dix.



## 1.8 MODÈLES STRUCTURELS ET EXPLICATIFS DE LA SATISFACTION

Cette section présente les résultats des analyses multivariées. Ces analyses ont pour objectifs :

- D'établir dans quelle mesure la satisfaction est déterminée par la facilité à repérer le site, la qualité globale du site ainsi que par la perception du résultat;
- D'établir les dimensions qui sont les plus importantes pour les visiteurs de Portail Québec, Services Québec-Citoyens ou Entreprises, et qui ont le plus d'effet sur la satisfaction;
- D'établir les dimensions qui devraient être considérées comme des pistes d'amélioration.

À titre de rappel dans le modèle conceptuel de l'OQM-Web allégé, la satisfaction est un concept large qui s'explique généralement par la facilité à repérer le site, la qualité globale perçue ainsi que par le résultat découlant de l'expérience de service.

Le modèle de l'OQM-Web version allégée est présenté pour l'ensemble des répondants ainsi que pour ceux faiblement ou moyennement satisfaits.

À titre de rappel, les questions portant sur les aspects de la qualité perçue de la prestation de services ont été uniquement posées aux répondants exprimant un niveau d'accord moyen ou faible (note inférieure à 8) à au moins un des énoncés servant à mesurer la dimension de satisfaction.

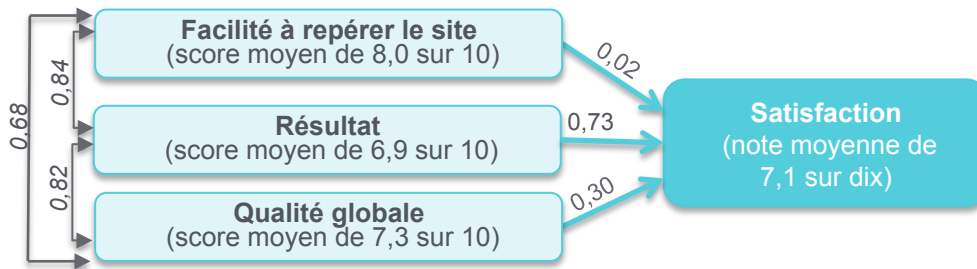
Le modèle de l'OQM-Web version entière, défini a priori pour ces répondants faiblement ou moyennement satisfaits, ne peut toutefois pas être présenté en raison de la présence de forte multicollinéarité entre les variables.

## 1.8 MODÈLES STRUCTURELS ET EXPLICATIFS DE LA SATISFACTION (SUITE)

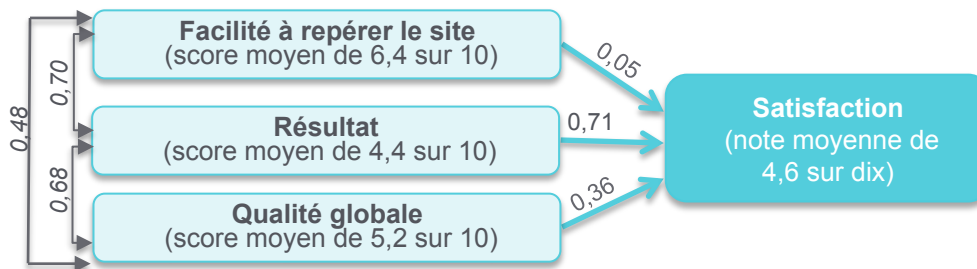
### Modèle de l'OQM-Web version allégée

#### ASPECTS DE LA PRESTATION DE SERVICES QUI INFLUENCENT LA SATISFACTION DES RÉPONDANTS REPRÉSENTATION VISUELLE DES RÉSULTATS DE LA MODÉLISATION PAR ÉQUATIONS STRUCTURELLES

(Base : ensemble des répondants, n:1 411)



(Base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits, n: 634)



Note : Le **coefficient affiché en gras** au dessus des flèches bleues indique la **force de la relation causale** entre chaque dimension et la satisfaction. Plus le coefficient est élevé, plus cette dimension est importante. Le **coefficient affiché en italique** à gauche des flèches noires indique la **corrélation** entre les variables; plus le coefficient est près de 1 en valeur absolue, plus les variables sont corrélées entre elles.

La première représentation visuelle ci-contre présente les résultats de la modélisation par équations structurelles effectuée à partir des données pondérées pour l'ensemble des répondants.

Les interprétations qui peuvent être tirées de ce modèle sont les suivantes :

- Plus les perceptions du résultat (coefficient de 0,73) ou de la qualité globale (coefficient de 0,30) sont bonnes, plus la satisfaction est élevée.

La seconde représentation visuelle présente les résultats de la modélisation par équations structurelles effectuée à partir des données pondérées pour les répondants faiblement ou moyennement satisfaits.

Les interprétations qui peuvent être tirées de ce modèle sont les suivantes :

- Plus les perceptions du résultat (coefficient de 0,71), de la qualité globale (coefficient de 0,36) ou de la facilité à repérer le site (coefficient de 0,05) sont bonnes, plus la satisfaction est élevée.

Ces modèles allégés sont les modèles finaux retenus pour les deux bases de répondants. Ces modèles n'ont pas de problème de convergence ni de solutions inadmissibles. Cependant, il faut prendre en considération que les indices d'ajustement de ceux-ci ne permettent pas de conclure qu'il s'agit de bons modèles pour les données de ce sondage, comme le laisse entendre également les valeurs obtenues de R<sup>2</sup> supérieures à 1. D'autres modèles pourraient ainsi mieux s'appliquer à ces données.

## 1.8 MODÈLES STRUCTURELS ET EXPLICATIFS DE LA SATISFACTION (SUITE)

Ces modèles concordent avec les modèles de régressions linéaires multiples présentés à l'annexe 3 puisque l'ordre d'importance des variables explicatives est conservé; la variable Résultat est cependant beaucoup plus importante dans les deux modèles d'équations structurelles ci-dessus. Les modèles d'équations structurelles sont considérés plus adéquats que ceux produits par la régression linéaire multiple en raison de la prise en considération des corrélations entre les variables.

Aucun modèle portant sur l'OQM-Web complet ne peut être présenté en raison de la présence de forte multicolinéarité entre les variables.

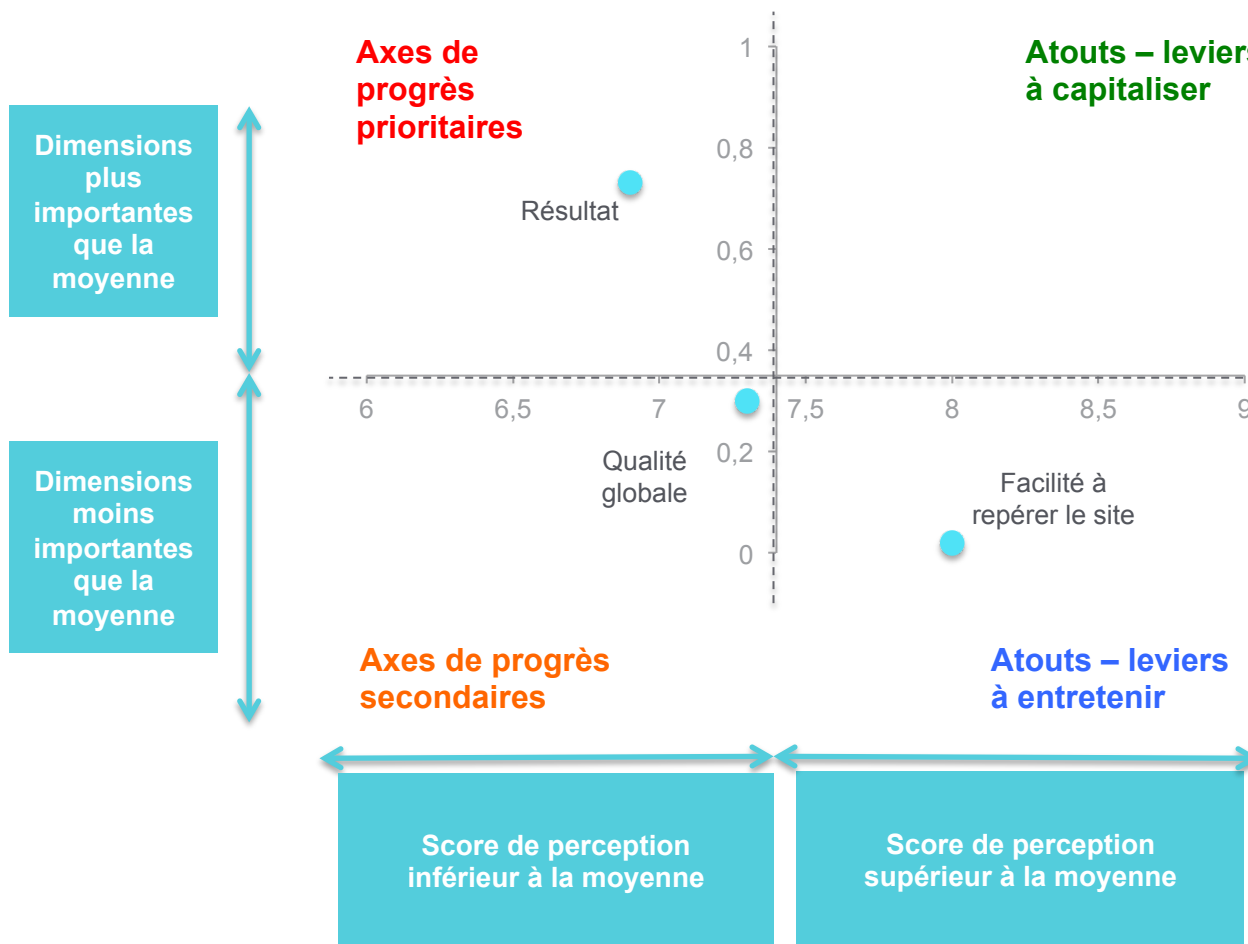
En effet, les corrélations entre les items, plus précisément ceux des dimensions de la qualité, sont très élevées pour la très grande majorité ( $\rho > 0.80$ ). Ainsi, bien que la modélisation par équations structurelles ait le potentiel de traiter les corrélations entre les dimensions, des problèmes de convergence ou des solutions inadmissibles (paramètres non estimés, valeurs d'estimations théoriquement impossibles tels que des coefficients négatifs alors qu'on s'attend à ce qu'ils soient positifs,  $R^2 > 1$ ) sont toujours possibles en raison notamment de la présence de multicolinéarité.

Cependant, la détermination et l'ordonnement de ces dimensions par rapport à la satisfaction revêt un intérêt moindre dans le cadre de ce sondage puisque l'ensemble des dimensions de la qualité ont des notes peu satisfaisantes.

L'objectif du modèle sur l'OQM-Web complet chez les faiblement ou moyennement satisfaits apparaît toujours pertinent lors de futurs sondages, puisque l'importance de la qualité globale dans le présent modèle allégé est plus forte chez ces répondants par rapport à l'ensemble des répondants (0,36 vs 0,30).

## 1.8 MODÈLE STRUCTUREL ET EXPLICATIF DE LA SATISFACTION (SUITE)

**MATRICE IMPORTANCE – QUALITÉ PERÇUE DES DIMENSIONS**  
Base : ensemble des répondants



Pour chaque dimension, la confrontation des scores de perception et des coefficients d'importance relative, obtenus par la modélisation par équations structurelles, permet d'identifier des leviers potentiels d'amélioration de la satisfaction ainsi que des priorités d'actions.

Dans le graphique ci-contre, la note de perception (score moyen de perception des dimensions) est représentée en abscisse, la note d'importance (coefficient bêta de la modélisation par équations structurelles) en ordonnée. Les énoncés appariés pour cette étude sont ainsi projetés à l'aide de points sur un graphique à partir de leurs coordonnées respectives (note de perception ou satisfaction; note d'importance).

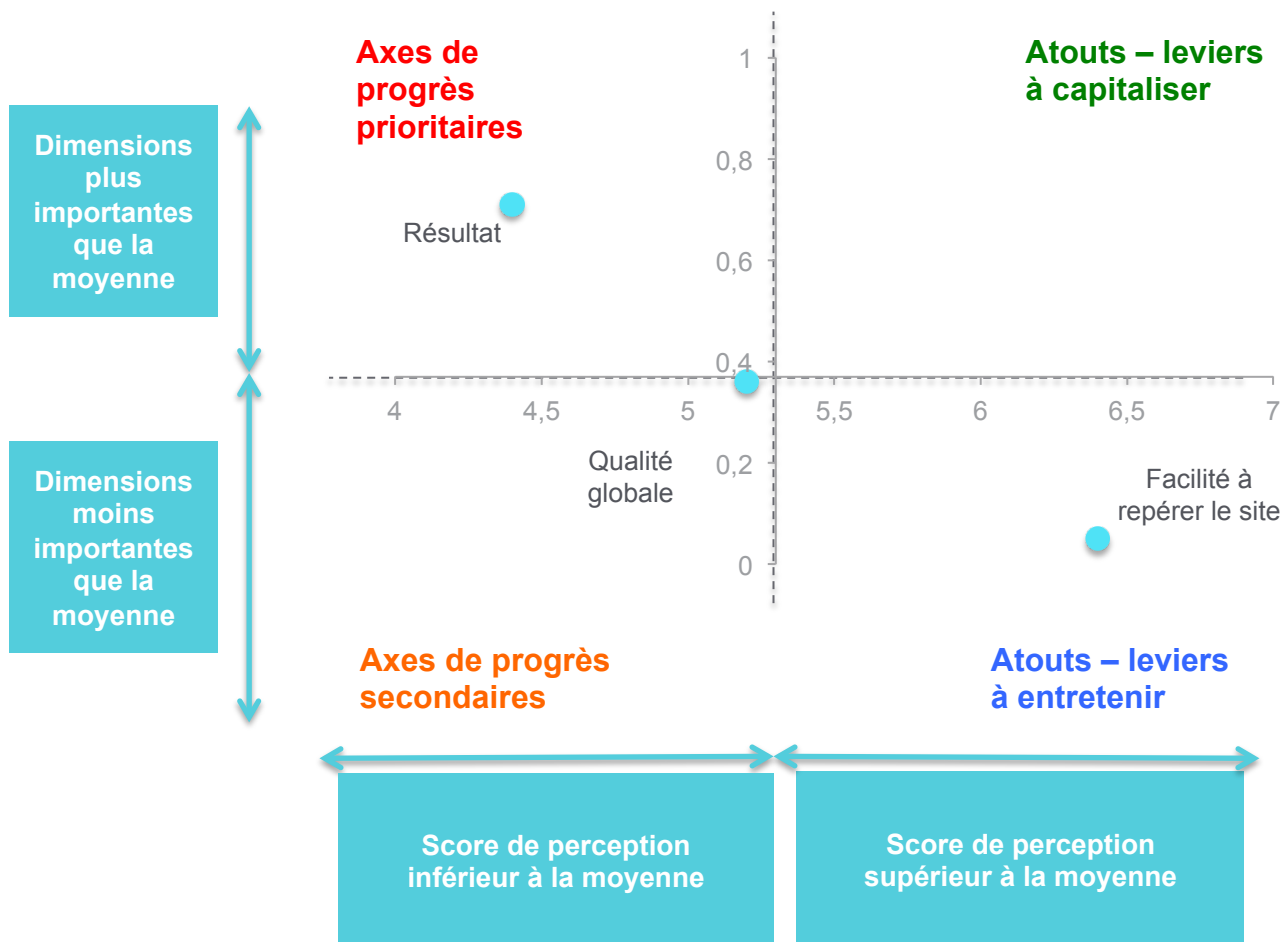
Les deux axes se coupent à la moyenne des scores obtenues pour les dimensions analysées.

Cette matrice permet de révéler les enseignements suivants :

- Les aspects à améliorer sont en lien avec la dimension de résultat. Il s'agit d'un axe de progrès prioritaire puisqu'il s'agit d'une dimension plus importante que la moyenne, dotée d'un score de perception inférieur à la moyenne.
- Les éléments en lien avec la dimension de qualité globale correspondent à des axes de progrès secondaires. Il s'agit en effet d'une dimension moins importante que la moyenne, avec un score de perception inférieur à la moyenne.
- Comparativement aux deux autres dimensions précédentes, les éléments en lien avec la perception de facilité à repérer le site correspondent à des atouts à entretenir. Il s'agit en effet d'une dimension moins importante que la moyenne, avec un score de perception supérieur à la moyenne (avec une note moyenne de 8,0 sur dix). Rappelons que la proportion d'insatisfaits dépasse le seuil de 5,0 % pour l'ensemble des répondants; des efforts supplémentaires seraient donc requis.

## 1.8 MODÈLE STRUCTUREL ET EXPLICATIF DE LA SATISFACTION (SUITE)

**MATRICE IMPORTANCE – QUALITÉ PERÇUE DES DIMENSIONS**  
Base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits



La matrice ci-contre présente les résultats pour les répondants faiblement ou moyennement satisfaits.

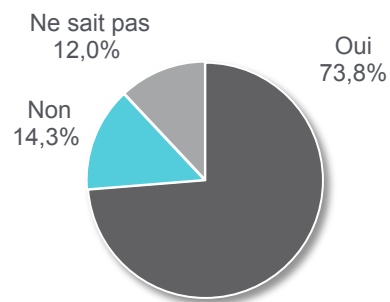
Le constat est le même que pour l'ensemble des répondant :

- Les aspects à améliorer sont en lien avec la dimension de résultat. Il s'agit d'un axe de progrès prioritaire puisqu'il s'agit d'une dimension plus importante que la moyenne, dotée d'un score de perception inférieur à la moyenne.
- Les éléments en lien avec la dimension de qualité globale correspondent à des axes de progrès secondaires. Il s'agit en effet d'une dimension moins importante que la moyenne, avec un score de perception inférieur à la moyenne.
- Comparativement aux deux autres dimensions précédentes, les éléments en lien avec la perception de facilité à repérer le site correspondent à des atouts à entretenir. Il s'agit en effet d'une dimension moins importante que la moyenne, avec un score de perception supérieur à la moyenne, bien que nettement inférieure au seuil de 8,0 sur dix chez les répondants faiblement ou moyennement satisfaits.

## 1.9 CONSÉQUENCES DE LA SATISFACTION À LA SUITE DU SERVICE

« CONSEILLERIEZ-VOUS AUX MEMBRES DE VOTRE FAMILLE OU À VOS AMIS D'UTILISER LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS / ENTREPRISES S'ILS ÉTAIENT DANS LA MÊME SITUATION QUE VOUS? »

(Q\_61, base : ensemble des répondants pour le PGS, n:1 411)



TAUX DE RECOMMANDATION DES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS / ENTREPRISES PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
« Oui » (recommandation du service)	73,8 %	77,1 % (+)	68,7 % (-)
Non	14,3 %	12,3 % (-)	17,2 % (+)
NSP/NRP	12,0 %	10,5 %	14,1 %

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section porte sur les conséquences de la satisfaction à la suite du service, et plus précisément sur les comportements de recommandation réalisés et les moyens envisagés par les répondants lors d'une prochaine démarche.

### MALGRÉ UN TAUX DE RECOMMANDATION MAJORITAIRE, LA MENACE D'UN MAUVAIS BOUCHE-À-OREILLE DOIT RETENIR L'ATTENTION

Près des trois quarts des répondants (73,8 %) affirment qu'ils conseilleraient aux membres de leur famille ou à leurs amis d'utiliser les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens / Entreprises s'ils étaient dans la même situation qu'eux.

Même si ce résultat semble encourageant, la menace de bouche-à-oreille négatif mérite d'être prise en considération : 14,3 % des répondants ne recommanderaient pas ces sites, tandis que 12,0 % des répondants ne s'estiment pas en mesure de se prononcer à ce sujet.

Cette menace concerne les deux types de clientèles, mais est particulièrement marquée auprès des répondants de la clientèle Entreprises : 17,2 % des répondants ne conseilleraient pas aux membres de leur famille ou à leurs amis d'utiliser les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprises s'ils étaient dans la même situation.

## 1.9 CONSÉQUENCES DE LA SATISFACTION À LA SUITE DU SERVICE (SUITE)

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau ci-contre présente les sous-groupes de répondants qui se distinguent significativement des autres par une proportion plus ou moins élevée de taux de recommandation des sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens / Entreprises.

On pourra notamment retenir que le taux de recommandation est minoritaire auprès des sous-groupes de répondants suivants : ceux qui ont une faible habileté sur Internet, ceux qui seraient portés à téléphoner ou à se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information la prochaine fois et les répondants anglophones.

### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LE TAUX DE RECOMMANDATION DES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS / ENTREPRISES

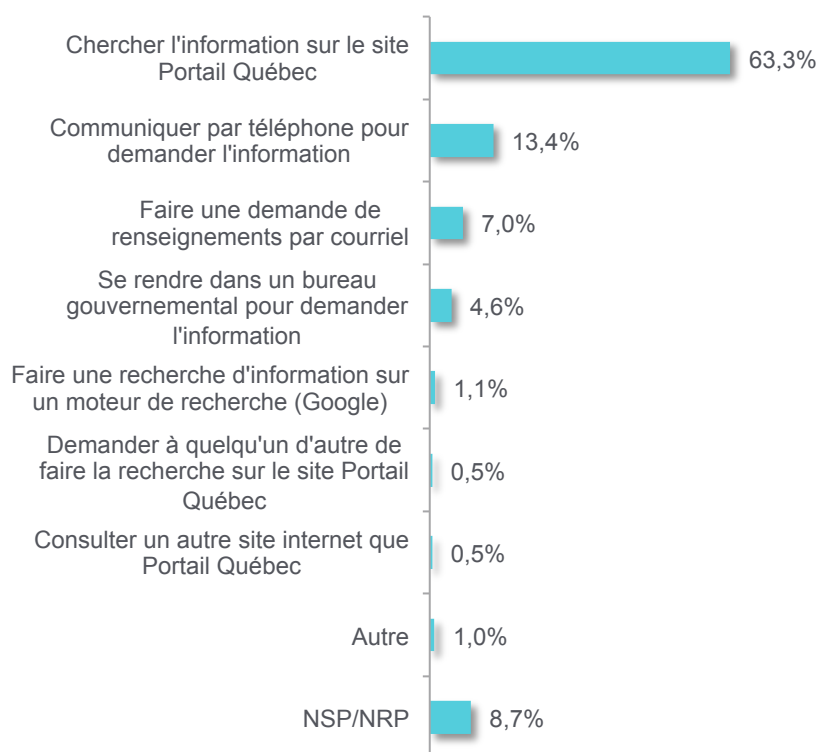
	Sous-groupes de répondants pour lesquels la proportion de « oui » est plus grande	Sous-groupes de répondants pour lesquels la proportion de « oui » est plus petite
« Oui » (recommandation du service, 73,7 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Citoyens (77,1 %)</b></li> <li>• PGS-E : ceux qui ont créé ou utilisé un questionnaire thématique (82,7 %), notamment le questionnaire Créer son entreprise (87,5 %)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté élevée sur Internet (79,7 %)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (90,9 %)</li> <li>• Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (81,0 %)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 20 000 \$ (83,5 %)</li> <li>• Les femmes (77,3 %)</li> <li>• Les francophones (74,7 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les répondants de la clientèle Entreprises (68,7 %)</li> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas consulté d'information sur les événements de vie (74,3 %)</li> <li>• Ceux qui ont une faible habileté sur Internet (39,2 %)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (42,7 %)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (42,5 %)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 2<sup>e</sup> cycle universitaire (69,9 %)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (70,4 %), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de 120 000 \$ et plus (66,0 %)</li> <li>• Les hommes (69,5 %)</li> <li>• Les anglophones (44,2 %)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.9 CONSÉQUENCES DE LA SATISFACTION À LA SUITE DU SERVICE (SUITE)

« LA PROCHAINE FOIS QUE VOUS AUREZ BESOIN D'INFORMATION SUR UN PROGRAMME OU UN SERVICE DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, LAQUELLE DES DÉMARCHES SUIVANTES FEREZ-VOUS EN PREMIER? »

(Q\_62, base : ensemble des répondants pour le PGS, n:1 411)



### PORTAIL QUÉBEC, PUIS LE TÉLÉPHONE SERAIENT LES PREMIERS MOYENS ENVISAGÉS LA PROCHAINE FOIS

À la question, « La prochaine fois que vous aurez besoin d'information sur un programme ou un service du gouvernement du Québec, laquelle des démarches suivantes ferez-vous en premier? », la majorité de répondants (63,3 %) déclare qu'ils chercheront l'information sur le site Portail Québec, plus d'un répondant sur dix (13,4 %) communiquera par téléphone pour demander l'information et 7,0 % feront une demande de renseignements par courriel. Les autres moyens envisagés sont chacun cités par moins de 5 % des répondants.

Comparativement aux répondants de la clientèle Citoyens, ceux de la clientèle Entreprises seront proportionnellement moins nombreux à chercher l'information sur le site Portail Québec (Entreprises : 57,8 %, Citoyens : 67,0 %) et plus nombreux à communiquer par téléphone (Entreprises : 16,7 %, Citoyens : 11,1 %).



## 1.9 CONSÉQUENCES DE LA SATISFACTION À LA SUITE DU SERVICE (SUITE)

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Le tableau ci-dessous présente les sous-groupes de répondants qui se distinguent significativement des autres par les moyens qu'ils seraient plus ou moins portés à utiliser en premier, la prochaine fois qu'ils auront besoin d'information sur un programme ou un service du gouvernement du Québec.

On pourra notamment retenir que les éléments suivants :

- Les répondants de la clientèle Citoyens, ceux qui ont une habileté élevée sur Internet et les travailleurs sont proportionnellement plus nombreux à envisager de chercher l'information sur le site Portail Québec;
- Les répondants de la clientèle Entreprises, ceux qui ont une faible habileté sur Internet et les étudiants seraient plus portés à communiquer par téléphone pour demander l'information.

### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LES MOYENS ENVISAGÉS PAR LES RÉPONDANTS LORS D'UN PROCHAIN BESOIN D'INFORMATION

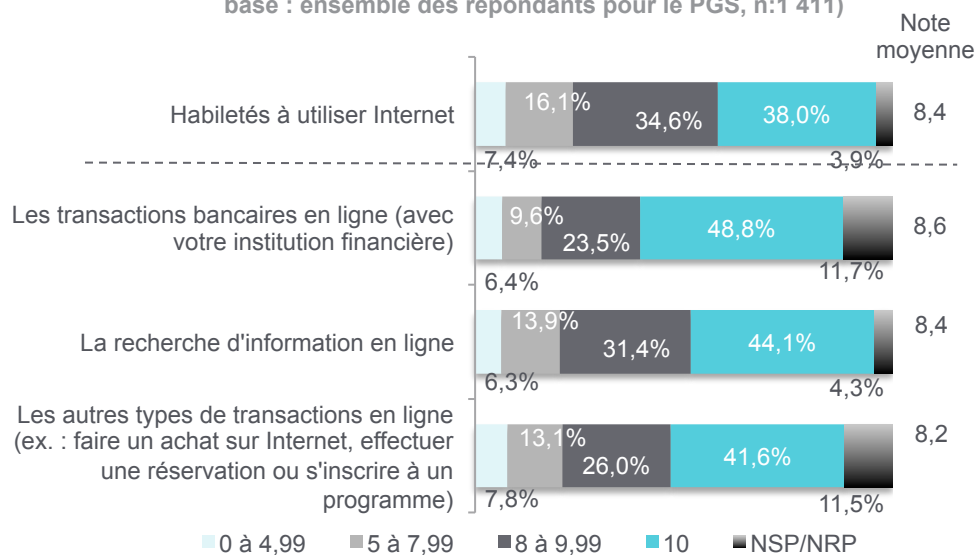
	Sous-groupes de répondants davantage portés à utiliser ce moyen	Proportion moins élevée de répondants ayant indiqué cet usage
Chercher l'information sur le site Portail Québec (63,3 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Citoyens (67,0 %)</b></li> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (82,6 %)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté élevée sur Internet (68,7 %)</li> <li>• Les répondants qui travaillent (66,9 %)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ à 119 999 \$ (73,5 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Entreprises (57,8 %)</b></li> <li>• Ceux qui ont une faible habileté sur Internet (29,6 %)</li> <li>• Les étudiants (53,6 %)</li> <li>• Ceux âgés de 65 ans et plus (56,5 %)</li> </ul>
Communiquer par téléphone pour demander l'information (13,4 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Entreprises (16,7 %)</b></li> <li>• Ceux qui ont une faible habileté sur Internet (26,4 %)</li> <li>• Les étudiants (20,8 %)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 40 000 \$ à 59 999 \$ (17,1 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Les répondants de la clientèle Citoyens (11,1 %)</b></li> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (5,0 %)</li> <li>• Ceux qui ont une habileté élevée sur Internet (12,4 %)</li> <li>• Ceux qui sont sans emploi (6,5 %)</li> </ul>
Faire une demande de renseignements par courriel (7,0 %)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux qui sont sans emploi (12,5 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 \$ et plus (3,9 %)</li> <li>• Les répondants âgés de 18 à 24 ans (0,8 %)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.10 PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE

### HABILETÉS À UTILISER INTERNET (Q\_71A, Q\_71B, Q\_71C)

base : ensemble des répondants pour le PGS, n:1 411



Note : L'échelle des réponses des énoncés était de 0 à 10, où 0 signifie « Pas du tout habile » et 10 « Très habile ».

### HABILETÉS À UTILISER INTERNET PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble	Citoyens	Entreprises
Habilités à utiliser Internet	8,4	8,4	8,4

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

Cette section traite de l'habileté des usagers du PGS à utiliser Internet.

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « Pas du tout habile » et 10 « Très habiles », les internautes qui ont utilisé le PGS ont été invités à se prononcer sur les trois énoncés d'habiletés ci-contre.

En effectuant la moyenne des notes attribuées à ces énoncés, on obtient un niveau d'habileté sur Internet.

### UN NIVEAU D'HABILETÉ SUR INTERNET ÉLEVÉ

Avec un score s'échelonnant entre 8 et 10, 72,5 % des répondants estiment avoir une habileté élevée sur Internet :

- La note moyenne de cette dimension est de 8,4 sur dix;
- 38,0 % des répondants se donnent la note maximale de 10 à la dimension mesurant le niveau d'habileté sur Internet;
- Près du quart des répondants (23,5 %) se disent moyennement ou peu habiles sur Internet :
  - 16,1 % des internautes se disent moyennement habiles sur Internet avec un score de 5 à 7,99 sur dix;
  - 7,4 % des répondants jugent avoir une faible habileté sur Internet avec un score global situé entre 0 et 4,99 sur dix, ce qui mérite d'être relevé.

Que les répondants soient de la clientèle Citoyens ou Entreprises, le niveau d'habileté à utiliser Internet demeure élevé avec 8,4 sur dix et ne varie pas selon le type de clientèle.

## 1.10 PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICE (SUITE)

### DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS

Les tableaux suivants présentent les différences significatives entre les sous-groupes de répondants concernant l'habileté à utiliser Internet. Parmi les sous-groupes de répondants, ceux qui travaillent, ceux qui sont âgés de 35 à 44 ans, les femmes et ceux qui résident au Québec sont les plus habiles sur Internet.

À l'inverse, les retraités, ceux ayant une scolarité de niveau primaire, ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$, ceux âgés de 65 ans et plus, les hommes ainsi que ceux qui résident à l'extérieur du Québec sont relativement moins habiles avec Internet.

#### DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS CONCERNANT LES ÉNONCÉS D'HABILITÉS À UTILISER INTERNET

	Sous-groupes de répondants <b>plus habiles</b>	Sous-groupes de répondants <b>moins habiles</b>
Habilités à utiliser Internet (note moyenne de 8,4 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (9,1)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les questionnaires thématiques (9,1)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,7)</li> <li>• Les répondants qui travaillent (8,6)</li> <li>• Ceux âgés de 35 à 44 ans (8,7)</li> <li>• Les femmes (8,5)</li> <li>• Ceux qui résident au Québec (8,5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont consulté de l'information en lien avec Quand un couple se sépare (7,6)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (7,9)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (7,4)</li> <li>• Les retraités (8,0)</li> <li>• Les répondants ayant une scolarité de niveau primaire (6,5)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (8,2), notamment ceux dont le revenu annuel du ménage est de 20 000 \$ à 39 999 \$ (8,2)</li> <li>• Ceux âgés de 65 ans et plus (7,1)</li> <li>• Les hommes (8,2)</li> <li>• Ceux qui résident à l'extérieur du Québec (7,0)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.

## 1.11 SUGGESTIONS POUR AMÉLIORER LE SERVICE

### « AVEZ-VOUS DES COMMENTAIRES OU DES SUGGESTIONS POUR AMÉLIORER LES SITES PORTAIL QUÉBEC OU SERVICES QUÉBEC – CITOYENS / ENTREPRISES? »

(Q\_91, ensemble des répondants pour le PGS qui ont formulé des commentaires ou des suggestions pour améliorer le service, n:288)

	% des répondants	Nombre total de mentions (total=353)
<b>SUGGESTIONS D'AMÉLIORATION</b>	<b>93,1 %</b>	<b>314</b>
Qualité de l'information sur le site	28,8 %	76
Facilité à naviguer sur le site	23,4 %	66
Fiabilité du site	20,2 %	60
Normes de service	11,0 %	31
Résultat de l'expérience de service	7,0 %	21
Interactivité et personnalisation du site	5,8 %	18
Assistance	5,4 %	15
Disponibilité de l'information	4,6 %	13
Accès à ClicSÉCUR	1,9 %	6
Esthétisme du site	1,3 %	4
Sécurité et confidentialité	1,0 %	2
Facilité à repérer le site	0,8 %	2
<b>COMMENTAIRES POSITIFS</b>	<b>11,8 %</b>	<b>39</b>
Qualité de l'information sur le site	4,5 %	14
Normes de service	2,8 %	8
Facilité à naviguer sur le site	2,8 %	10
Esthétisme du site	1,3 %	4
Autres commentaires positifs	1,3 %	3

Note : Les proportions ne peuvent pas être calculées directement à partir du nombre de mentions (voir la note à la page 13).

### PRINCIPALEMENT DES SUGGESTIONS POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'INFORMATION ET LA FACILITÉ À NAVIGUER SUR LE SITE AINSI QUE LA FIABILITÉ DU SITE

Un total de 288 répondants, soit environ un répondant sur cinq, ont formulé des commentaires ou des suggestions d'amélioration. Les répondants faiblement ou moyennement satisfaits sont proportionnellement plus nombreux à avoir émis des commentaires ou des suggestions d'amélioration.

Concernant la polarité des commentaires :

- La quasi-totalité des répondants (93,1 %) font des commentaires négatifs ou propose des suggestions d'améliorations pour les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens / Entreprises;
- Un peu plus d'un répondant sur dix (11,8 %) mentionne spontanément des commentaires positifs sur ces sites et espaces.

Les principales suggestions d'amélioration portent sur la qualité de l'information sur le site (28,8 % des répondants), la facilité à naviguer sur le site (23,4 %) et la fiabilité du site (20,2 %).

Viennent ensuite des suggestions pour améliorer les normes de service (11,0 %), le résultat de l'expérience de service (7,0 %), l'interactivité et la personnalisation du site (5,8 %) et l'assistance (5,4 %).

Chacune des autres suggestions d'amélioration concerne moins de 5,0% des répondants qui ont émis des commentaires.

De plus, toujours parmi les répondants qui ont formulé des commentaires ou des suggestions pour améliorer le service, les répondants de la clientèle Entreprises sont proportionnellement plus nombreux à faire des commentaires négatifs sur la qualité de l'information du site (Entreprises : 38,4 %, Citoyens : 20,1 %).

## 1.11 SUGGESTIONS POUR AMÉLIORER LE SERVICE (SUITE)

À titre de complément d'information, un outil d'appréciation des services en ligne et de l'information diffusée dans les sites des ministères et organismes du Québec a été mis en ligne sur le PGS-E le 13 novembre 2013, soit pendant que le sondage sur le PGS était en cours.

Une seule personne a répondu par l'intermédiaire de cet outil pendant le sondage sur le PGS, se déclarant « Pas satisfait » sur l'échelle « Très satisfait, Assez satisfait, Moyennement satisfait, Pas satisfait ».



## CHAPITRE 2 : PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS

## 2. PROFIL DES RÉPONDANTS

### PROFIL DES RÉPONDANTS PAR TYPE DE CLIENTÈLE

	Ensemble (n:1 411)	Citoyens (n:1 015)	Entreprises (n:396)
<b>Occupation du répondant</b>			
▪ Travailleur	63,6 %	55,8 % (-)	<b>75,3 % (+)</b>
▪ Retraité	10,7 %	<b>15,9 % (+)</b>	3,0 % (-)
▪ Sans emploi	7,0 %	6,8 %	7,3 %
▪ Étudiant	6,6 %	7,5 %	5,3 %
▪ À la maison	3,7 %	<b>5,1 % (+)</b>	1,5 % (-)
▪ Autre	3,7 %	3,6 %	3,8 %
▪ NRP	4,7 %	5,3 %	3,8 %
<b>Travaille pour un ministère ou un organisme du gouvernement du Québec</b>	11,8 %*	10,9 %	13,0 %
<b>Plus haut niveau de scolarité</b>			
▪ Primaire	2,3 %	2,6 %	2,0 %
▪ Secondaire	24,6 %	<b>28,8 % (+)</b>	18,4 % (-)
▪ Collégial	23,1 %	23,6 %	22,2 %
▪ Universitaire (1 <sup>er</sup> cycle)	26,2 %	23,3 % (-)	<b>30,6 % (+)</b>
▪ Universitaire (2 <sup>e</sup> cycle)	18,2 %	15,7 % (-)	<b>22,0 % (+)</b>
▪ NRP	5,5 %	6,0 %	4,8 %
<b>Revenu annuel du ménage</b>			
▪ Moins de 20 000 \$	11,5 %	<b>14,6 % (+)</b>	6,8 % (-)
▪ De 20 000 \$ à 39 999 \$	18,8 %	<b>21,6 % (+)</b>	14,6 % (-)
▪ De 40 000 \$ à 59 999 \$	18,4 %	16,0 % (-)	<b>22,0 % (+)</b>
▪ De 60 000 \$ à 79 999 \$	11,7 %	11,2 %	12,4 %
▪ De 80 000 \$ à 119 999 \$	11,8 %	10,1 % (-)	<b>14,4 % (+)</b>
▪ 120 000 \$ et plus	7,9 %	4,8 % (-)	<b>12,4 % (+)</b>
▪ NSP	20,0 %	21,7 %	17,5 %
<b>Âge du répondant</b>			
▪ De 18 à 24 ans	7,4 %	8,3 %	6,1 %
▪ De 25 à 34 ans	19,5 %	19,3 %	19,7 %
▪ De 35 à 44 ans	21,9 %	19,9 % (-)	<b>25,0 % (+)</b>
▪ De 45 à 54 ans	20,1 %	17,8 % (-)	<b>23,5 % (+)</b>
▪ De 55 à 64 ans	18,9 %	20,2 %	16,9 %
▪ De 65 à 74 ans	5,7 %	<b>8,0 % (+)</b>	2,3 % (-)
▪ 75 ans ou plus	0,8 %	<b>1,4 % (+)</b>	-
▪ NRP	5,7 %	5,1 %	6,6 %
<b>Sexe du répondant</b>			
▪ Homme	45,3 %	42,5 % (-)	<b>49,5 % (+)</b>
▪ Femme	54,7 %	<b>57,5 % (+)</b>	50,5 % (-)
<b>Lieu de résidence</b>			
▪ Québec	92,2 %	93,3 %	90,7 %
▪ Ailleurs au Canada	2,1 %	2,3 %	1,8 %
▪ Autres pays	2,9 %	1,9 % (-)	<b>4,5 % (+)</b>
▪ NRP	2,7 %	2,6 %	3,0 %

La présente section a pour principal objectif de dresser le profil sociodémographique des répondants de façon générale et par type de clientèle.

Parmi l'ensemble des répondants qui ont évalué les espaces communs, citoyens ou entreprises, on pourra notamment retenir les éléments suivants :

- Plus de la moitié des répondants sont des travailleurs (63,6 %), avec un peu plus d'un répondant sur dix (11,8 %) travaillant pour un ministère ou un organisme du gouvernement du Québec;
- Plus de la moitié des répondants ont une scolarité de niveau collégial (23,1 %) ou universitaire (44,4 %);
- Près d'un tiers des répondants déclarent un revenu annuel du ménage inférieur à 40 000 \$ (30,3 %), la même proportion de répondants déclare un revenu annuel du ménage de 40 000 \$ à 79 999 \$ (30,1 %) et un répondant sur cinq déclare un revenu annuel du ménage de 80 000 \$ et plus (19,7 %);
- Plus de la moitié des répondants ont de 25 à 54 ans (61,5 %);
- La majorité est des femmes (54,7 %);
- La quasi-totalité réside au Québec (92,2 %), moins d'un répondant sur dix réside ailleurs au Canada ou à l'étranger (respectivement 2,1 % et 2,9 %).

Le profil des répondants varie selon le type de clientèle considéré.

\* Parmi l'ensemble des répondants.

## 2. PROFIL DES RÉPONDANTS (SUITE)

Parmi l'ensemble des répondants de la clientèle Citoyens :

- Plus de la moitié des répondants sont des travailleurs (55,8 %), 15,9 % sont des retraités et 7,5 % des étudiants;
- Plus de la moitié des répondants (52,4 %) ont une scolarité de niveau secondaire ou collégial, tandis que 39,0 % des répondants ont pour plus haut niveau de scolarité l'université;
- Plus d'un tiers des répondants déclarent un revenu annuel du ménage inférieur à 40 000 \$ (36,2 %), plus d'un quart déclare un revenu annuel du ménage de 40 000 \$ à 79 999 \$ (27,2 %) et un répondant sur sept déclare un revenu annuel du ménage de 80 000 \$ et plus (14,9 %);
- Près de trois répondants sur dix (27,6 %) sont âgés de moins de 35 ans, 19,9 % sont âgés de 35 à 44 ans tandis que 47,4 % sont âgés de 45 ans et plus;
- Plus de la moitié est des femmes (57,5 %).

Comparativement aux répondants de la clientèle Entreprises, ceux de la clientèle Citoyens comptent une plus grande proportion parmi les sous-groupes suivants :

- Les retraités (15,9 %);
- Ceux qui sont à la maison (5,1 %);
- Ceux qui ont une scolarité de niveau secondaire (28,8 %);
- Ceux qui ont un revenu du ménage annuel inférieur à 40 000 \$ (36,2 %);
- Ceux âgés de 65 ans et plus (9,4 %);
- Les femmes (57,5 %).

Parmi l'ensemble des répondants de la clientèle Entreprises :

- Les trois quarts des répondants sont des travailleurs (75,3 %);
- Un répondant sur cinq a un niveau de scolarité primaire ou secondaire (respectivement 2,0 % et 18,4 %). Trois quarts des répondants (74,8 %) ont une scolarité de niveau collégial ou universitaire;
- Un cinquième des répondants déclare un revenu annuel du ménage inférieur à 40 000 \$ (21,4 %), près d'un tiers déclare un revenu annuel du ménage de 40 000 \$ à 79 999 \$ (34,4 %) et plus d'un quart déclare un revenu annuel du ménage de 80 000 \$ et plus (26,8 %);
- Un quart (25,8 %) des répondants sont âgés de moins de 35 ans, 25,0 % sont âgés de 35 à 44 ans et quatre répondants sur dix sont âgés de 45 ans et plus (42,7 %).

Comparativement aux répondants de la clientèle Citoyens, ceux de la clientèle Entreprises comptent une plus grande proportion parmi les sous-groupes suivants :

- Les travailleurs (75,3 %);
- Ceux ayant un niveau de scolarité universitaire (52,6 %);
- Ceux qui ont un revenu du ménage annuel de 80 000 \$ et plus (26,8 %);
- Ceux âgés de 35 à 54 ans (48,5 %);
- Les hommes (49,5 %);
- Les répondants qui résident à l'étranger (4,5 %).





**CONCLUSIONS**

### **UN NIVEAU DE SATISFACTION MOYEN AVEC UNE MENACE DE MAUVAIS BOUCHE-À-OREILLE**

#### **Un niveau de satisfaction moyen pour le PGS**

- Le score de satisfaction est de 7,1 pour l'ensemble des répondants, avec 7,4 pour les répondants de la clientèle Citoyens et 6,7 pour ceux de la clientèle Entreprises.

#### **Une évaluation moyenne de la qualité globale du site**

- Le score de qualité globale est de 7,3 sur dix pour l'ensemble des répondants, avec 7,6 pour les répondants de la clientèle Citoyens et 6,9 pour ceux de la clientèle Entreprises.

#### **Une évaluation moyenne du résultat de l'expérience de service**

- Le score de perception du résultat est de 6,9 sur dix pour l'ensemble des répondants, avec 7,2 pour les répondants de la clientèle Citoyens et 6,4 pour ceux de la clientèle Entreprises.
- L'amélioration du pourcentage moyen de l'information recherchée et trouvée figurait au plan d'amélioration des services (PAS). L'objectif du PAS était d'obtenir 80,0 % de l'information recherchée, ce qui n'a pas été atteint. De plus, le pourcentage moyen d'information recherchée et trouvée (67,5 %) est inférieur à celui obtenu dans le sondage de 2009 (74,8 %).

#### **Un taux de recommandation modéré, avec la menace d'un mauvais bouche-à-oreille**

- L'ensemble de ces résultats se traduit par un taux de recommandation du service modéré (73,8 %, avec 77,1 % pour la clientèle Citoyens et 68,7 % pour la clientèle Entreprises).

**La clientèle Entreprises a pratiquement tous ses indicateurs inférieurs à ceux de la clientèle Citoyens.**

### **UNE AMÉLIORATION SOUHAITABLE DE LA FACILITÉ À REPÉRER LE SITE**

#### **Des problèmes à ne pas négliger concernant la facilité à repérer le site**

- Le score moyen de la dimension de facilité à repérer le site est de 8,0 sur dix pour l'ensemble des répondants, avec 8,2 pour les répondants de la clientèle Citoyens et 7,6 pour ceux de la clientèle Entreprises.
- Néanmoins, quel que soit le type de clientèle considéré, la proportion d'insatisfaits dépasse le seuil de 5,0 % (Citoyens : 8,7 %, Entreprises : 14,6 %), ce qui dénote la présence de problèmes à ne pas négliger.

### PISTES D'AMÉLIORATION

#### **Les pistes d'amélioration sont nombreuses.**

- Les répondants moyennement ou faiblement satisfaits sont proportionnellement plus nombreux à avoir émis des commentaires ou des suggestions d'amélioration.
- Pour l'ensemble des répondants ainsi que pour les répondants faiblement ou moyennement satisfaits, la perception du résultat, puis celle de la qualité globale et dans une moindre mesure, celle de la facilité à repérer le site sont des déterminants de la satisfaction. Or ces trois dimensions obtiennent des évaluations moyennes, constituant ainsi autant d'axes de travail.

#### **La 1<sup>re</sup> priorité d'action concerne l'amélioration de la perception du résultat**

- Les deux modélisations effectuées montrent que la dimension de perception du résultat est beaucoup plus importante que les deux autres déterminants de la satisfaction. Or cette dimension obtient un score de perception inférieur à la moyenne (6,9 sur dix pour l'ensemble des répondants et 4,4 sur dix pour les répondants moyennement ou faiblement satisfaits). Il s'agit à ce titre d'un axe de progrès prioritaire.

#### **La 2<sup>e</sup> priorité d'action porte sur la dimension de qualité globale**

- La dimension de qualité globale est moins importante que la moyenne, bien que déterminante de la satisfaction selon les modélisations effectuées. Elle est néanmoins plus importante pour les répondants moyennement ou faiblement satisfaits (coefficient de 0,30 pour l'ensemble des répondants et de 0,36 et pour les répondants moyennement ou faiblement satisfaits) et obtient un score de perception inférieur à la moyenne pour les deux bases de répondants (7,3 sur dix pour l'ensemble des répondants et 5,2 sur dix pour les répondants moyennement ou faiblement satisfaits) : elle constitue à ce titre un axe de progrès secondaire.
- Notons que la qualité globale est un bon estimateur de la qualité moyenne dans le cas de ce questionnaire (respectivement 5,2 et 5,5 sur dix pour les répondants moyennement ou faiblement satisfaits) : si tous les aspects de la qualité avaient été évalués chez tous les répondants, la qualité moyenne serait environ de 7,7 sur dix étant donné que la qualité globale est de 7,3 sur dix.
- De plus, trois des principales suggestions d'amélioration porte sur la qualité de l'information sur le site (28,0% des répondants\*), sur la facilité à naviguer sur le site (23,4 %\*) et sur la fiabilité du site (20,2 %\*).

\* Base des répondants pour le PGS qui ont formulé des commentaires ou des suggestions pour améliorer le service.

### PISTES D'AMÉLIORATION (SUITE)

#### **Tous les aspects de la dimension de la qualité globale sont à améliorer**

- En raison d'une forte multicollinéarité aucun modèle portant sur l'OQM-Web complet ne peut être présenté. Les huit dimensions de la qualité de la prestation méritent toutefois d'être également considérées comme des axes d'amélioration.
- Après des répondants moyennement ou faiblement satisfaits, les huit dimensions de la qualité de la prestation obtiennent des notes nettement inférieures à 8, ce qui révèle la présence de problèmes à différents niveaux. Sauf pour la question de sécurité et de confidentialité, où la note moyenne est de 6,7, peu importe le type de clientèle, la note moyenne des autres dimensions ne dépasse pas 5,9. La note la plus basse de 4,2 sur dix est obtenue par les répondants de la clientèle Entreprises pour la dimension « Interactivité/personnalisation du site ».

#### **Le 3<sup>e</sup> priorité d'action concerne la facilité à repérer le site**

- Les éléments en lien avec la perception de facilité à repérer le site correspondent à un troisième axe de progrès potentiel. Il s'agit en effet d'une dimension moins importante que la moyenne, avec un score de perception supérieur à la moyenne, mais dont la proportion d'insatisfaits dépasse le seuil de 5,0 % pour l'ensemble des répondants; des efforts supplémentaires seraient donc opportuns.

Pour finir, les principaux résultats de l'étude figurent aux pages suivantes dans des tableaux et dans le schéma des modèles conceptuels de l'OQM-Web et de l'OQM-Web version allégée.

## CONCLUSIONS (SUITE)

### TABLEAUX RÉSUMÉS DES PRINCIPAUX INDICATEURS

#### ENSEMBLE DES RÉPONDANTS

	Ensemble (n:1411)	Citoyens (n:1015)	Entreprises (n:396)
Facilité à repérer le site	8,0	<b>8,2 (+)</b>	7,6 (-)
Résultat	6,9	<b>7,2 (+)</b>	6,4 (-)
Qualité globale	7,3	<b>7,6 (+)</b>	6,9 (-)
Satisfaction	7,1	<b>7,4 (+)</b>	6,7 (-)
Recommandation (en %)	73,8 %	<b>77,1 % (+)</b>	68,7 % (-)
Habilités à utiliser Internet	8,4	8,4	8,4

#### RÉPONDANTS FAIBLEMENT OU MOYENNEMENT SATISFAITS (Base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits)

	Ensemble (n:634)	Citoyens (n:429)	Entreprises (n:205)
Facilité à repérer le site	6,4	<b>6,7 (+)</b>	6,1 (-)
Résultat	4,4	4,6	4,1
Qualité globale	5,2	<b>5,4 (+)</b>	4,9 (-)
Satisfaction	4,6	<b>4,8 (+)</b>	4,3 (-)
Recommandation (en %)	53,5 %	<b>56,9 % (+)</b>	49,3 % (-)
Habilités à utiliser Internet	7,7	7,5	7,9
Esthétisme de site	5,4	5,6	5,2
Facilité à naviguer sur le site	5,4	<b>5,7 (+)</b>	5,2 (-)
Facilité à accomplir les tâches	5,2	5,4	5,0
Fiabilité du site	5,9	5,8	5,9
Qualité de l'information sur le site	5,5	<b>5,8 (+)</b>	5,2 (-)
Sécurité/confidentialité	6,7	6,7	6,7
Interactivité/personnalisation du site	4,7	<b>5,1 (+)</b>	4,2 (-)
Assistance	4,7	4,8	4,5
Qualité moyenne	5,5	5,6	5,3

(+) et (-), différences significatives à un niveau de confiance de 95 %.

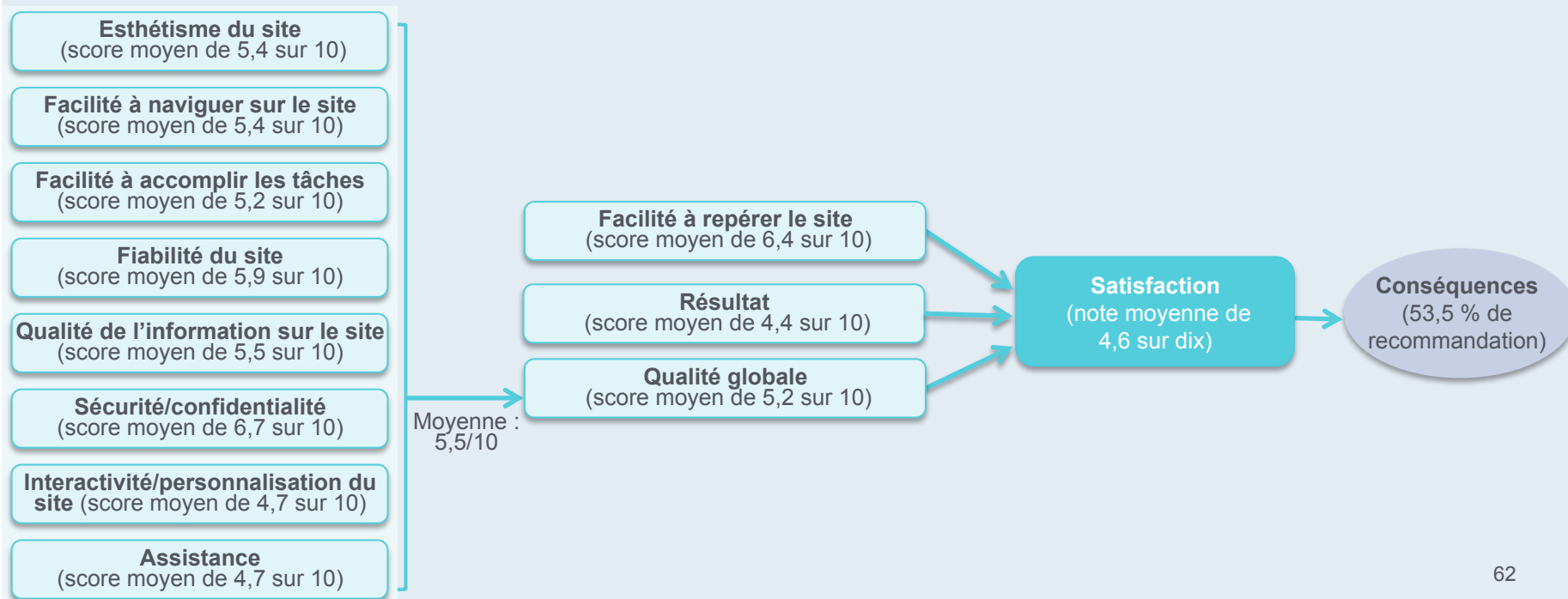
## CONCLUSIONS (SUITE)

### PRINCIPAUX RÉSULTATS DE L'ÉTUDE POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS CITOYENS ET ENTREPRISES

Modèle de l'OQM-Web version allégée (base : ensemble des répondants)



Modèle de l'OQM-Web version entière (base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits)



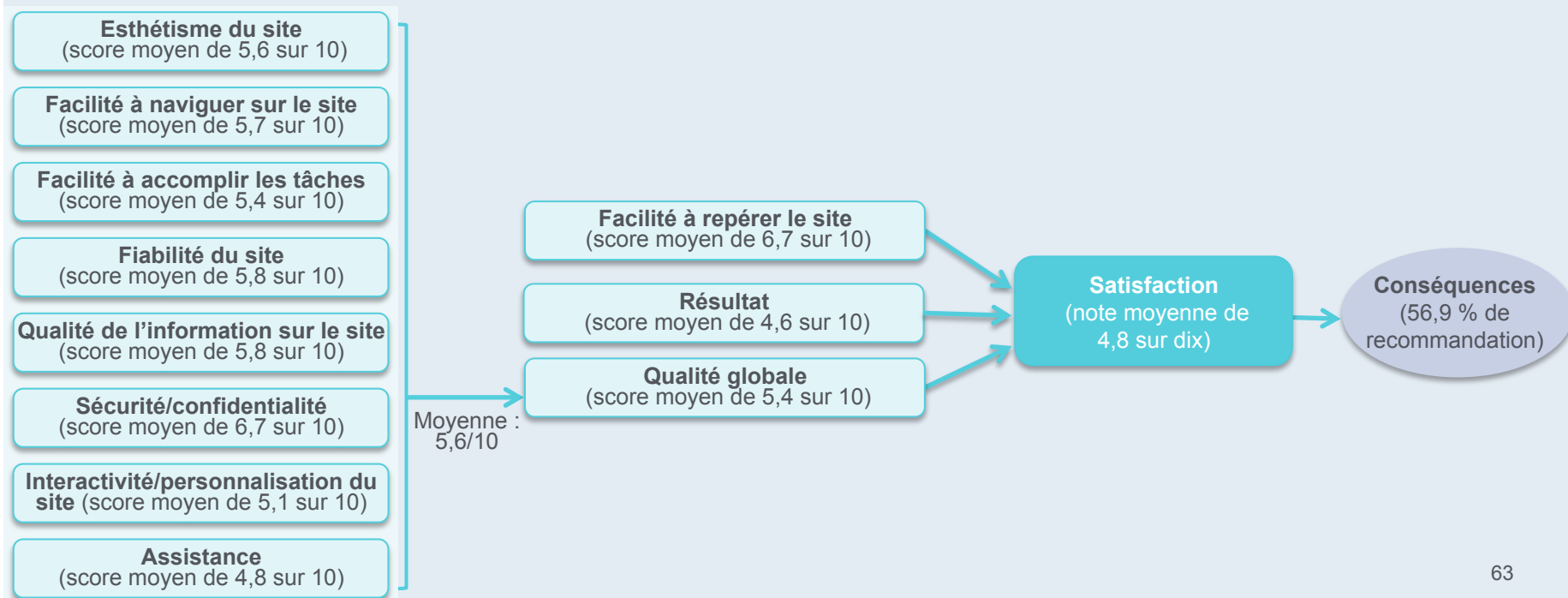
## CONCLUSIONS (SUITE)

### PRINCIPAUX RÉSULTATS DE L'ÉTUDE POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS CITOYENS

Modèle de l'OQM-Web version allégée (base : ensemble des répondants)



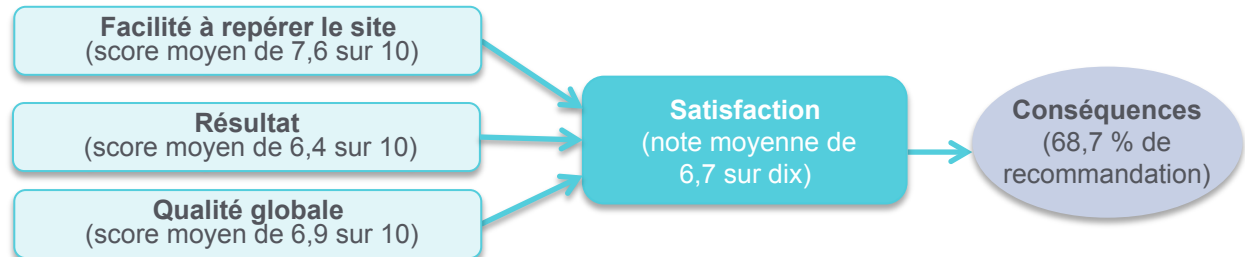
Modèle de l'OQM-Web version entière (base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits)



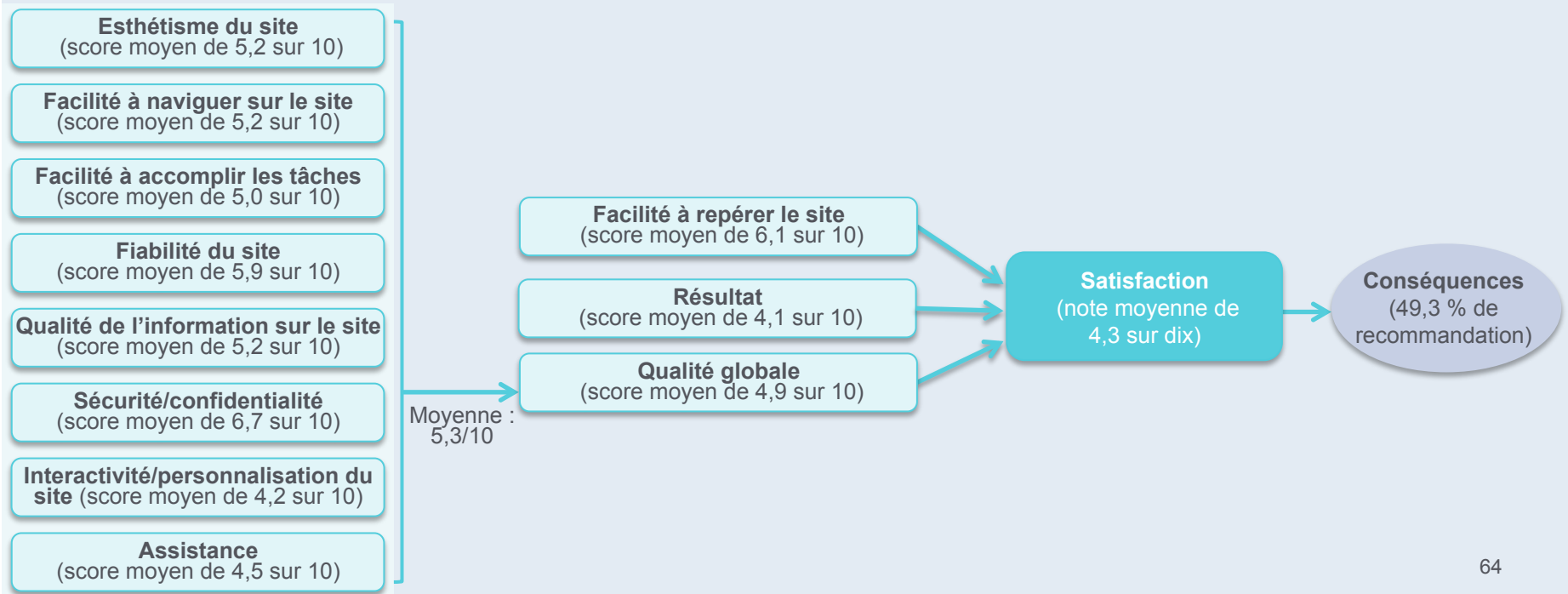
## CONCLUSIONS (SUITE)

### PRINCIPAUX RÉSULTATS DE L'ÉTUDE POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS ENTREPRISES

Modèle de l'OQM-Web version allégée (base : ensemble des répondants)



Modèle de l'OQM-Web version entière (base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits)







## **ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE**

**OBJECTIFS** Ce sondage sur le Portail gouvernemental de service (PGS) a pour principal objectif d'évaluer la satisfaction de la clientèle Citoyens et Entreprises et la qualité perçue de la prestation électronique de service des sites Portail Québec et Urgence Québec!, Service Québec – Citoyens et Services Québec – Entreprises.

L'objectif de cette annexe est de réunir les informations sur le déroulement du sondage Internet. Pour ce faire, nous expliquons la méthodologie utilisée et nous en présentons les résultats administratifs, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats.

**PLAN DE SONDAGE** **Population cible**  
La population visée par ce sondage correspond aux internautes ayant visité le site Portail Québec dont Urgence Québec!, Services Québec – Citoyens et Services Québec – Entreprises pour répondre à leurs besoins personnels, en tant que citoyen, ou pour une entreprise.

Les authentifications dans les *Dossier citoyen* et *Dossier entreprise*, le Portail International et les Portails régionaux étaient exclus.

**Base de sondage** : aucune

**Plan de sondage**

Le sondage a été réalisé par interception en ligne, sur les sites visés à l'aide de pop-up et de boutons d'accès sur les versions entières de ces trois espaces (Portail Québec dont Urgence Québec!, Service Québec – Citoyens et Services Québec – Entreprises) et non sur les versions mobiles de ceux-ci.

Plus précisément, l'interception s'est réalisée de la façon suivante :

- Pop-up (Guide électronique) : Activé le 7 août vers 22 h 30;
- Pop-up (PGS incluant Urgence Québec, PGSC, PGSE sauf les authentifications dans le Dossier entreprise) : Activé le 8 août vers 9 h;
- Bannières publicitaires (PGS sauf Urgence Québec, PGSC, PGSE sauf les authentifications dans le Dossier entreprise), activant le pop-up : Activé le 8 août vers 9 h 15;
- Apparition des pop-up au 3<sup>e</sup> clic (PGS) ou 2<sup>e</sup> clic (PGSC, PGSE) ; apparition au 3<sup>e</sup> clic sur le PGSE à partir du 20 novembre 2013;
- Page d'accessibilité (standards sur l'accessibilité du Web du gouvernement du Québec) : Mise à jour le 8 août vers 9 h. Indique que le sondage n'est pas accessible;
- Aucun pop-up ni bannière sur le Portail International et les Portails régionaux;
- Langue française et anglaise pour tous, mais française seulement pour les entreprises une fois identifiées dans le questionnaire d'introduction.

**QUESTIONNAIRE** Le questionnaire a été conçu par Services Québec, révisé, puis la version adressée aux citoyens a été traduite par SOM qui s'est ensuite chargé de la programmation de deux versions du questionnaire. Les entrevues ont été réalisées en français et en anglais (citoyens seulement). La durée moyenne du questionnaire est de 5,8 minutes. Les versions finales du questionnaire (français et anglais) sont présentées à l'annexe 2.

**PRÉTEST ET AJUSTEMENTS EN COURS DE COLLECTE** Le questionnaire a été testé auprès de 216 répondants, dont 34 répondants de la clientèle Entreprises, du 8 au 13 août 2013. Le lecteur peut consulter le rapport de prétest qui a été remis à Services Québec. Ce prétest a permis de détecter certains défauts du pop-up utilisé par Services Québec pour ce sondage. Initialement l'acceptation du sondage par l'intermédiaire du pop-up engendrait la redirection vers SOM et la fermeture du site Services Québec, ce qui pouvait être perçu comme un irritant. À partir du 25 septembre, un nouveau module a été utilisé garantissant l'ouverture du sondage sur une page distincte et proposant un nouveau visuel pour ce pop-up. Ce nouveau module a été amélioré à la mi-novembre, avec une activation du pop-up après 3 clics, au lieu de 2, pour Services-Québec – Entreprises. Les questionnaires administrés dans le cadre du prétest ont été intégrés à l'échantillon des répondants.

**COLLECTE** **Période de collecte**

L'enquête en ligne s'est déroulée du 8 août au 16 décembre 2013, et plus précisément :

- Du 8 août au 9 septembre 2013 auprès de la clientèle Citoyens;
- Du 8 août au 16 décembre 2013 auprès de la clientèle Entreprises.
- Le prétest a été réalisé les premiers jours, du 8 au 13 août.

**Mode d'entrevue**

- Entrevues en ligne auprès des visiteurs du site Portail Québec.
- Il y a eu plusieurs lieux d'interception (pop-up et bannières sur les versions entières des sites et non sur les versions mobiles de ceux-ci). Les cookies ont été spécifiques à chaque espace (Portail Québec, Services Québec – Citoyens et Services Québec - Entreprises) et le sondage ne pouvait être activé qu'une fois par période de 24h par espace.
- Au besoin, soutien technique auprès des participants.
- Collecte sur les serveurs de SOM.

## COLLECTE (SUITE)

### Résultats de la collecte en ligne

- Le pop-up est apparu 173 387 fois sur les quatre espaces.
- 11 968 visiteurs ont accepté l'invitation au sondage du pop-up.
- 4 133 personnes sont entrées dans le questionnaire (c'est-à-dire qui ont répondu à la question Q\_1 d'identification du type de clientèle).
- Un total de 1 411 questionnaires ont été remplis sur le site de SOM, dont :
  - 1 015 répondants ayant visité au moins l'un des sites en tant que citoyen (clientèle Citoyens);
  - 396 répondants ayant visité au moins l'un des sites pour une entreprise (clientèle Entreprises).
- Le taux de questionnaires complétés pour l'ensemble des répondants est de 34,1 %.

### STATISTIQUES PRODUITES PAR NETINSIGHT RELATIVES À L'APPARITION DU POP-UP\*

Total des espaces	Total
Page du sondage (apparition du pop-up)	173 387
Nombre de refus	161 419
Nombre d'acceptation du pop-up	11 968
Taux d'acceptation du pop-up	6,9%

### RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DU SONDAGE

	Introduction	Citoyens	Entreprises	Total
Échantillon après acceptation du pop-up		2 821	1 312	4 133
Complétés (B)		1 015	396	1 411
Abandons		1 806	916	2 722
Unités jointes totales (C)	18 326	2 821	1 312	4 133
Taux de questionnaires complétés (B/C)		36,0%	30,2%	34,1%

\* À titre de rappel, l'accès au sondage ne se faisait pas uniquement par le pop-up. Il y avait aussi des bannières cliquables sur leurs différents espaces du site Portail Québec qui activaient le pop-up du sondage : les totaux tiennent donc compte de cet aspect.

- PONDÉRATION**
- Les données ont été pondérées pour s'assurer de la répartition proportionnelle des deux strates en fonction des populations de « visites ». Les interceptions réalisées à partir de l'Espace commun ont donc été réparties entre les deux clientèles selon leur poids respectif.
  - Cette procédure de pondération des données a été élaborée par Services Québec et validée par SOM.

## PONDÉRATION DES DONNÉES

Statistiques produites par NetInsight (Du lundi au dimanche)	8 août-9 septembre (Phase 1 – les deux clientèles)		Distribution espace commun entre les deux clientèles (C et E)	Estimation populations (Phase 1 C+E)	8 août-16 décembre		Estimation populations	
	Total	Répartitions			Total	Répartitions	Total	Répartitions
<b>ESPACE COMMUN (DONT URGENCES QUÉBEC!)</b>								
Page du sondage	30 700	0,25	30 700,00		30 700	0,18		
Nombre de refus	28 987				28 987			
Nombre d'acceptation	1 713	0,20	1 713,00		1 713	0,14		
Taux d'acceptation du pop-up	5,6%				5,6%			
<b>ESPACE CITOYEN</b>								
Page du sondage	78 339	0,63	25 566,15	103 905,15	78 339	0,45	103 905,15	0,60
Nombre de refus	72 527				72 527			
Nombre d'acceptation	5 812	0,67	1 426,56	7 238,56	5 812	0,49	7 238,56	0,60
Taux d'acceptation du pop-up	7,4%				7,4%		7,0%	
<b>ESPACE ENTREPRISE</b>								
Page du sondage	15 731	0,13	5 133,85	20 864,85	64 348	0,37	69 481,85	0,40
Nombre de refus	14 564				59 905			
Nombre d'acceptation	1 167	0,13	286,44	1 453,44	4 443	0,37	4 729,44	0,40
Taux d'acceptation du pop-up	7,4%				6,9%		6,8%	
<b>TOTAL DES ESPACES</b>								
Page du sondage	124 770	1,00		124 770,00	173 387	1,00	173 387,00	1,00
Nombre de refus	116 078				161 419			
Nombre d'acceptation	8 692	1,00		8 692,00	11 968	1,00	11 968,00	1,00
Taux d'acceptation du pop-up	7,0%				6,9%		6,9%	

## PONDÉRATION DES DONNÉES (SUITE)

	Introduction	Citoyens	Entreprises	Total
Échantillon après acceptation du pop-up		2 821	1 312	4 133
<b>Complétés (B)</b>		<b>1 015</b>	<b>396</b>	<b>1 411</b>
Abandons		1 806	916	
Unités jointes totales (C)	18 326	2 821	1 312	4 133
Population estimée (D)		103 905	69 482	173 387
Taux d'acceptation du pop-up (estimation populations) (E)		7,0%	6,8%	6,9%
Ratio entre l'échantillon après acceptation du pop-up et le nombre d'acceptation (estimation populations) (F)		39,0%	27,7%	34,5%
Taux de questionnaires complétés (B/C)		36,0%	30,2%	34,1%
Validation du nombre de répondants DxE <sub>x</sub> F <sub>x</sub> (B/C)		1 015	396	1 411
Répartition du nombre de répondants		0,72	0,28	1
Répartition de la population		0,60	0,40	1
Poids		0,8	1,4	
<b>Effectifs pondérés</b>		<b>845,6</b>	<b>565,4</b>	<b>1 411</b>

## TRAITEMENT

- Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.
- Toutes les statistiques présentées sont pondérées (proportions, moyennes), mais les nombres (nombre de répondants, nombre de mentions, nombre de suggestions) ne sont pas pondérés.
- Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière complète de variables d'analyse préalablement approuvée par Services Québec.

## SOUS-GROUPES UTILISÉS DANS LES TABLEAUX CROISÉS POUR L'INTERPRÉTATION DES QUESTIONS

<b>Ensemble des répondants</b>	
<b>Type de clientèle</b>	
	Citoyens
	Entreprises
<b>Information consultée en lien avec Déménager.</b>	
	Oui
	Non
<b>Information consultée avec lien avec Que faire lors d'un décès.</b>	
	Oui
	Non
<b>Information consultée en lien avec Prendre sa retraite.</b>	
	Oui
	Non
<b>Information consultée en lien avec Devenir parent.</b>	
	Oui
	Non
<b>Information consultée en lien avec Quand un couple se sépare.</b>	
	Oui
	Non
<b>Information consultée en lien avec Perdre son autonomie.</b>	
	Oui
	Non
<b>Information consultée en lien avec S'installer au Québec.</b>	
	Oui
	Non
<b>N'a pas consulté d'information sur les évènements de vie.</b>	
	Oui
	Non

<b>Création ou utilisation d'un parcours personnalisé.</b>	
	Oui
	Non
<b>Niveau de satisfaction envers les parcours personnalisés.</b>	
	Faible satisfaction (0-4)
	Satisfaction moyenne (5-7)
	Satisfaction élevée (8-10)
<b>Création d'un compte clicSÉQUR lors de la visite.</b>	
	Oui.
	Non.
<b>Création ou utilisation d'un questionnaire thématique.</b>	
	Oui.
	Non.
<b>Création ou utilisation du questionnaire Créer son entreprise.</b>	
	Oui.
	Non/non applicable
<b>Création ou utilisation de questionnaires sur les autres thèmes</b>	
	Oui.
	Non/non applicable
<b>Niveau de satisfaction envers les questionnaires créés ou utilisés.</b>	
	Faible satisfaction (0-4)
	Satisfaction moyenne (5-7)
	Satisfaction élevée (8-10)
<b>Habilités à utiliser internet.</b>	
	Faible habileté sur internet (0-4)
	Habilitété moyenne sur internet (5-7)
	Habilitété élevée sur internet (8-10)

## TRAITEMENT (SUITE)

## SOUS-GROUPES UTILISÉS DANS LES TABLEAUX CROISÉS POUR L'INTERPRÉTATION DES QUESTIONS (SUITE)

<b>Recommandation des sites Portail Québec ou Services Québec.</b>	
	Oui
	Non
<b>Première démarche envisagée pour la prochaine fois.</b>	
	Chercher l'information sur le site Portail Québec
	Faire une demande de renseignements par courriel
	Communiquer par téléphone pour demander l'information
	Se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information
	Autre
<b>Occupation du répondant.</b>	
	Travailleur
	Étudiant
	Retraité
	À la maison
	Sans emploi
	Autre
<b>Travaille pour un ministère ou un organisme du gouvernement du Québec.</b>	
	Oui
	Non
<b>Plus haut niveau de scolarité.</b>	
	Primaire
	Secondaire
	Collégial
	Universitaire (1 <sup>er</sup> cycle)
	Universitaire (2 <sup>e</sup> ou 3 <sup>e</sup> cycle)

<b>Revenu annuel du ménage.</b>	
	Moins de 20 000 \$
	De 20 000 \$ à 39 999 \$
	De 40 000 \$ à 59 999 \$
	De 60 000 \$ à 79 999 \$
	De 80 000 \$ à 119 999 \$
	Plus de 120 000 \$
<b>Revenu annuel du ménage (regroupé).</b>	
	Moins de 40 000 \$
	De 40 000 \$ à 79 999 \$
	80 000 \$ et plus.
<b>Âge du répondant.</b>	
	De 18 à 24 ans
	De 25 à 34 ans
	De 35 à 44 ans
	De 45 à 54 ans
	De 55 à 64 ans
	65 ans ou plus
<b>Sexe du répondant.</b>	
	Homme
	Femme
<b>Langue d'entrevue</b>	
	Français
	Anglais
<b>Lieu de résidence.</b>	
	Au Québec
	À l'extérieur du Québec



**MARGES D'ERREUR** Dans un sondage par interception sur site Internet, les répondants ne sont pas sélectionnés de façon aléatoire, ce qui ne permet pas les calculs de l'erreur d'échantillonnage et de la marge d'erreur d'un sondage.

Si l'on suppose que les répondants constituent un sous-groupe aléatoire de l'ensemble des visiteurs du site au cours de la période, les marges d'erreur maximales d'erreur d'échantillonnage sont les suivantes (à un niveau de confiance de 95 %) :

### MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Volet		
	Ensemble	Citoyens	Entreprises
NOMBRE D'ENTREVUES	1411	1015	396
EFFET DE PLAN	1,061	0,988	0,993
PROPORTION :			
99 % ou 1 %	±0,5%	±0,6%	±1,0%
95 % ou 5 %	±1,2%	±1,3%	±2,1%
90 % ou 10 %	±1,6%	±1,8%	±2,9%
80 % ou 20 %	±2,2%	±2,4%	±3,9%
70 % ou 30 %	±2,5%	±2,8%	±4,5%
60 % ou 40 %	±2,6%	±3,0%	±4,8%
<b>50 % (MARGE MAXIMALE)</b>	<b>±2,7%</b>	<b>±3,1%</b>	<b>±4,9%</b>

**TESTS** Dans le cadre de la présente étude, les différences significatives ont été déterminées à l'aide de tests de Khi carré et t de Student dans le logiciel MACTAB. Ce logiciel procède notamment à un ajustement automatique des tests du Khi carré en tenant compte de l'effet du plan de sondage et à l'estimation des marges d'erreur par la méthode du Jackknife pour les plans échantillonnaires complexes.

Dans le cadre de l'analyse des résultats, les différences significatives analysées sont avec un niveau de confiance supérieur ou égal à 0,95. Le niveau de confiance est parfois de 0,99, plus précisément dans les tableaux à plusieurs mentions possibles afin de tenir compte de l'absence de test global et de la multiplicité des tests.



## ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRES

## PGS

### Services Québec

#### Questionnaire pour introduction

---

/\*

### Légende

<b>*texte*</b>	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu, qui apparaît à l'interviewer lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
<b>/*texte*/</b>	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'interviewer lors de l'entrevue.
<b>NSP</b>	Choix de réponses : Ne sait pas
<b>NRP</b>	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
<b>NAP</b>	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
<b>-&gt;, -&gt;&gt;</b>	Signifie « Passez à la question »
<b>-&gt;sortie</b>	Valide avec l'interviewer que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
<b>-&gt;fin</b>	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
<b>1=, 1=</b>	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).
<b>1=, 2=, ...</b>	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 »).
<b>Q_Sical, Q_INcal</b>	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.

\*/

Q\_Bi ((F 110% ((G Veuillez patienter.))))

->>1

Q\_1 ((F 110% SOM est mandaté par Services Québec pour réaliser un sondage sur la qualité de Portail Québec.))

((F 110% Ce portail regroupe notamment les sites [[/\]<a href="http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/citoyens/?lang=fr" target="\\_blank">\[\(S \(\(F blue Services Québec – Citoyens\)\)\)\]</a>\[/\] et \[\[/\\]<a href="http://www2.gouv.qc.ca/entreprises/portail/quebec" target="\\\_blank">\\[\\(S \\(\\(F blue Services Québec – Entreprises\\)\\)\\)\\]</a>\\[/\\].\\)\\)\]\(http://www2.gouv.qc.ca/entreprises/portail/quebec\)](http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/citoyens/?lang=fr)

((F 110% Veuillez poursuivre votre navigation sur le site de Services Québec. Cette fenêtre restera ouverte sur votre écran. Lorsque vous aurez terminé votre visite, veuillez répondre à la question suivante et cliquer sur le bouton « Accéder au questionnaire ».))

<<<<((F 110% ((G **Avez-vous visité Portail Québec pour répondre à vos besoins personnels, en tant que citoyen, ou pour une entreprise?**))))

1=((F 110% ((G **En tant que citoyen.**))))

2=((F 110% ((G **Pour une entreprise.**))))>>

[/][/]

((F #78787B ((G **Protection des renseignements personnels :**))))

((F #78787B Ce sondage est effectué dans le respect de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Services Québec vous assure que toutes vos réponses seront anonymes.))

((F #78787B Pour préserver le caractère anonyme de vos réponses, n'y mentionnez pas votre nom ni celui d'autres personnes.))

((F #78787B ((G **Accessibilité :**))))

((F #78787B Ce sondage peut comporter des obstacles à [[/\]<a href="http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/commun/informationsutilites/accessibilite/?lang=fr" target="\\_blank">\[\(S \(\(F blue l'accessibilité\)\)\)\]</a>\[/\].\)\)\(\(E5\)\)\[/\]\[/\]](http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/commun/informationsutilites/accessibilite/?lang=fr)

((F #78787B Enfin, nous vous remercions de votre participation. En répondant à ce sondage, vous contribuerez à l'amélioration de Portail Québec.))

---

#### ***/\*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\*

((F #78787B ((G L'équipe de la qualité de Services Québec et SOM.))))>>

Q\_FIN ((F 110% Merci.))

\*\*\*informations

Projet=SQPGS13MNBK

**/\*À changer en Anglais\*/**Fichier=FSQPGS13MNBK

Reseau=serveur1:P13327MNBK

Pages=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327MNBK:sqpgs13mnbk:

Modeles=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327MNBK:modelesSOM4:

Images=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327MNBK:IMG:

Logogauche=logosom\_fr2011.gif /\*Anglais : logosom\_en2011.gif\*/

Logodroite=/\*ms4\_blanc.gif\*/servqc.jpg

Debut=1

Effacer=oui

**Email=pw13327@web.som.ca**

Espace=5,80

**Noquestion=non**

Progression=oui

BOUTONSTD=OUI

**/\*Sans MP\*/**

TypeSondage=2

DUREE=non

Demarrage=Oui

---

#### **/\*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\*

/\*

## Légende

<b>*texte*</b>	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu, qui apparaît à l'interviewer lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
<b>/*texte*/</b>	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'interviewer lors de l'entrevue.
<b>NSP</b>	Choix de réponses : Ne sait pas
<b>NRP</b>	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
<b>NAP</b>	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
<b>-&gt;, -&gt;&gt;</b>	Signifie « Passez à la question »
<b>-&gt;sortie</b>	Valide avec l'interviewer que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
<b>-&gt;fin</b>	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
<b>1=, 1=</b>	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).
<b>1=, 2=, ...</b>	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 »).
<b>Q_Sical, Q_INcal</b>	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.

\*/

**/\*Note :**                   **Page commune d'accueil\*/**

Q\_Bi                           ((F 110% Bienvenue.))

**/\*Note :**                   **Puis on passe aux versions par projet pour la gestion de la langue d'entrevue. Strate citoyen : questionnaire en français ou en anglais, strate entreprise : uniquement en anglais\*/**

---

**/\*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\*



->>putECH  
Q\_MP

Mot de passe  
\_\_\_\_\_

Q\_inputECH

lorsque strate =1 alors Q#S0.1=1 et lorsque strate = 2 alors Q#S0.1=2

->>rot11M

Q\_S0.1

\*Auto complétée pour PAQ et affichages\*

1=Services Québec - Citoyens

2=Services Québec - Entreprises

## **/\* SECTION 1 : REPÉRAGE DU SITE, QUALITÉ GLOBALE ET SATISFACTION GLOBALE \*/**

Q\_inrot11M

rotation = Q#11M, Q#13M, Q#14, Q#161, Q#163 (apres = Q#144M)

### **/\*0- Facilité à repérer le site\*/**

Q\_11M

((F 110% ((G **SECTION 1 : REPÉRAGE DU SITE, QUALITÉ GLOBALE ET SATISFACTION GLOBALE**))))

((F 110% Les questions suivantes portent sur les sites Portail Québec et <S0.1>. Répondez-y en ayant en tête la visite de l'un ou l'autre de ces sites que vous avez récemment faite.))

((F 110% Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 signifie « Tout à fait d'accord », à quel point diriez-vous que vous êtes d'accord avec les énoncés suivants?))\*uniforme=100,34,oui

J'ai trouvé le site facilement.\*format matriciel

0=Tout((E1))à((E1))fait((/))en((E1))désaccord((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Tout((E1))à((E1))fait((/))d'accord((/))10

98=Je((E1))ne((/))sais((E1))pas

Q\_13M

Ce site Internet est facile d'accès.\*format matriciel

Q\_14

Je n'ai pas perdu de temps à trouver le site.\*format matriciel

### **/\*9- Qualité globale du site\*/**

Q\_161

Ce site est d'une grande qualité.\*format matriciel

Q\_163

Dans l'ensemble, la qualité de ce site le place parmi les meilleurs.\*format matriciel

---

### **/\*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\*

**/\*Satisfaction et satisfaction globale : mesure de la satisfaction à l'égard du service\*/**

Q\_144M ((F 110% Dans l'ensemble, à quel point avez-vous été satisfait de ce site?))\*format linéaire

0=Tout à fait insatisfait(/)0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Tout à fait satisfait(/)10  
98=Je ne sais pas

Q\_inrot141M  
Q\_141M

rotation = Q#141M, Q#143M, Q#1N (apres = Q#2N)  
((F 110% Toujours sur 10, à quel point diriez-vous que vous êtes d'accord avec les énoncés suivants ?)) \*uniforme=100,34,oui

Dans l'ensemble, ce site a répondu à mes besoins.\*format matriciel

0=Tout((E1))à((E1))fait(/)en((E1))désaccord(/)0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Tout((E1))à((E1))fait(/)d'accord(/)10  
98=Je((E1))ne(/)sais((E1))pas

Q\_143M Dans l'ensemble, j'ai trouvé ce site agréable à consulter.\*format matriciel

**/\*Section 2 : LES RÉSULTATS\*/**

**/\*Résultat : perception de l'usager à l'égard du résultat de l'expérience de service\*/**

Q\_1N En bout de ligne, j'ai obtenu tout ce que je voulais. \*format matriciel

Q\_2N ((F 110% Quel pourcentage de l'information que vous cherchiez avez-vous obtenu?))\*Exclusif=2N,2Na

<< \_\_\_ \*bornes=0,100\*suf a %  
999=Je ne sais pas.>>

---

**/\*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\_3N ((F 110% Dans l'ensemble, diriez-vous que l'information obtenue vous a été utile?))\*format linéaire

0=Tout à fait inutile(/)0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Extrêmement utile(/)10  
98=Je ne sais pas

**/\*SECTION 3 : LES RAISONS DE SE RENDRE SUR LE SITE\*/**

**/\*Sous-population : Citoyens\*/**

Q\_sical3 si Q#S0.1=1->31  
->>32

Q\_31 ((F 110% ((G SECTION 3 : LES RAISONS DE SE RENDRE SUR LE SITE))))

((F 110% Quelle est la principale raison de votre visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens?))

1=Consulter un guide électronique présentant une vue d'ensemble sur les programmes et services gouvernementaux liés à ma situation.  
2=Trouver un service en ligne.  
3=Trouver de l'information sur un programme gouvernemental.  
4=Trouver un registre (ex. : registre des entreprises, Registre foncier du Québec, registre de l'état civil du Québec).  
5=M'inscrire ou accéder à Mon dossier citoyen.  
6=Créer ou utiliser un parcours personnalisé afin de savoir quelles démarches entreprendre.  
90=Autre. Précisez : <précisez>  
98=Je ne me souviens pas.

**/\*Continuer à la section 4\*/**

->>cal4

**/\*Sous-population : Entreprises\*/**

Q\_32 ((F 110% ((G SECTION 3 : LES RAISONS DE SE RENDRE SUR LE SITE))))

((F 110% Quelle est la principale raison de votre visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprises?))

<<1=Obtenir de l'information générale sur le démarrage d'une entreprise.

---

**/\*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\*

- 2=Obtenir des renseignements liés à la gestion de mon entreprise (ressources humaines, finance, comptabilité, marketing, exportation, innovation, etc.).
- 3=Aviser des ministères et organismes gouvernementaux d'un changement d'adresse de mon entreprise.
- 4=Connaître les procédures à suivre lors de la cessation des activités d'une entreprise.
- 5=Obtenir des renseignements sur les lois, permis, règlements et obligations qui touchent mon entreprise.
- 6=Remplir des formalités administratives à l'aide des formulaires disponibles sur le site (permis, aides financières, etc.).
- 7=Connaître les programmes d'aide financière offerts par les ministères et organismes gouvernementaux.
- 8=Consulter les guides, conseils et autres sources de renseignements disponibles sur le site.
- 9=Lire les actualités gouvernementales ou le bulletin d'information destiné aux entrepreneurs.
- 10=M'inscrire ou accéder à Mon dossier entreprise.
- 11=Remplir un questionnaire thématique lié à ma situation (acquitter des obligations périodiques, créer une entreprise, embaucher un employé, etc.) afin d'obtenir la liste des formalités que je dois remplir et des programmes qui me concernent.
- 90=Autre. Précisez : <précisez>
- 98=Je ne me souviens pas.>>

---

#### ***/\*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\*

**/\* SECTION 4 : PARCOURS PERSONNALISÉS, QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES ET ClicSÉQR \*/**

**/\*Sous-population : Citoyens\*/**

Q\_sical4 si Q#S0.1=1->41a  
->>45

**/\*Parcours personnalisés\*/**

Q\_41a ((F 110% ((G SECTION 4 : PARCOURS PERSONNALISÉS ET ClicSÉQR))))

((F 110% Lors de votre visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Citoyens, avez-vous consulté l'information liée à l'un des événements de vie suivants?))

((F 110% Cochez tout ce qui s'applique.))\*Choix multiples\*ChoixMinMax=1,7\*Selectif=8,9

- 1=Que faire lors d'un décès.
- 2=Devenir parent.
- 3=S'installer au Québec./\*(uniquement en français)\*/
- 4=Déménager.
- 5=Perdre son autonomie./\*(uniquement en français, aucune traduction prévue pour le moment 2013/05/09)\*/
- 6=Prendre sa retraite./\*(aucun parcours)\*/
- 7=Quand un couple se sépare./\*(aucun parcours)\*/
- 8=Non, je n'ai pas consulté l'information sur ces événements de vie.
- 9=Je ne me souviens pas.

**/\*Si S4.1 = (1,2,3,4,5)\*/**

Q\_sical42 si Q#41a=1,2,3,4,5->42  
->>44

Q\_42 ((F 110% Avez-vous créé ou utilisé un parcours personnalisé afin d'obtenir une liste de démarches liées à votre situation?))

- 1=Oui.
- 2=Non.->44
- 98=Je ne me souviens pas.->44

**/\*Si S4.2=1\*/**

Q\_43 ((F 110% À quel point avez-vous été satisfait des parcours personnalisés?))  
\*format linéaire

- 0=Tout à fait insatisfait((/))0
- 1=1
- 2=2
- 3=3
- 4=4
- 5=5
- 6=6
- 7=7
- 8=8

---

**/\*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\*/

9=9  
10=Tout à fait satisfait((/))10  
98=Je ne sais pas

Q\_44 ((F 110% Lors de votre visite, avez-vous créé un compte clicSÉQR?))

1=Oui.  
2=Non.  
98=Je ne me souviens pas.

->>cal5

**/\*Sous-population : Entreprises\*/**

**/\*Questionnaires thématiques\*/**

Q\_45 ((F 110% ((G SECTION 4 : QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES))))

((F 110% Lors de votre visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprises, avez-vous créé ou utilisé un questionnaire afin d’obtenir une liste de formalités liées à des phases de gestion d’une entreprise?))

1=Oui.  
2=Non.->cal5  
98=Je ne me souviens pas.->cal5

Q\_46a ((F 110% Quels questionnaires avez-vous créés ou utilisés?))

((F 110% Cochez tout ce qui s’applique.))\*Choix multiples\*ChoixMinMax=1,9\*Selectif=99

<<1=Créer son entreprise.  
2=Acquitter ses obligations périodiques.  
3=Changer l’adresse de son entreprise.  
4=Embaucher un employé.  
5=Gérer le départ temporaire ou définitif d’un employé.  
6=Exporter de la marchandise.  
7=Commercialiser un produit.  
8=Exploiter un véhicule routier.  
9=Transformer son entreprise.  
99=Je ne me souviens pas.>>

Q\_47 ((F 110% À quel point avez-vous été satisfait des questionnaires?)) \*format linéaire

0=Tout à fait insatisfait((/))0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5

---

**/\*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\*

6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Tout à fait satisfait((/))10  
98=Je ne sais pas

---

**/\*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\*/

**/\*Seulement pour ceux qui auront une satisfaction faible ou moyenne (au moins une note inférieure à 8 à l'un des questions suivantes : 144M, 141M, 143M de la section 1).\*/**

**/\*Rotation des énoncés à l'intérieur de chaque matrice de la section 5\*/**

Q\_sical5 si Q#144M<8 ou Q#141M<8 ou Q#143M<8->rot211  
->>61

Q\_inrot211 rotation = Q#211, Q#221, Q#223, Q#312M, Q#315, Q#322M (apres = Q#rot333)

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 1- Esthétisme : beauté du site\*/**

Q\_211 ((F 110% ((G SECTION 5 : QUALITÉ PERÇUE DE LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICES))))

((F 110% Voici quelques énoncés à propos des sites Portail Québec et <S0.1>..))

((F 110% Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 signifie « Tout à fait d'accord », à quel point diriez-vous que vous êtes d'accord avec les énoncés suivants?)) \*uniforme=100,34,oui

La disposition des textes et des images rend ce site attrayant.\*format matriciel

0=Tout((E1))à((E1))fait((/))en((E1))désaccord((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Tout((E1))à((E1))fait((/))d'accord((/))10

98=Je((E1))ne((/))sais((E1))pas

Q\_221 Ce site est visuellement attrayant.\*format matriciel

Q\_223 Dans l'ensemble, je trouve que ce site est beau.\*format matriciel

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 2- Facilité à naviguer sur le site \*/**

Q\_312M Les textes sont faciles à lire sur ce site.\*format matriciel

Q\_315 L'information est organisée de façon logique sur ce site.\*format matriciel

Q\_322M La navigation est facile sur ce site.\*format matriciel

---

**/\*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\*



**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 3A- Facilité à accomplir les tâches (démarches informationnelles)\*/**

Q\_inrot333 rotation = Q#333, Q#334, Q#338M, Q#339N (apres = Q#rot340N)

Q\_333 ((F 110% Toujours sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 signifie « Tout à fait d'accord », à quel point diriez-vous que vous êtes d'accord avec les énoncés suivants?)) \*uniforme=100,34,oui

L'impression des documents est facile sur ce site.\*format matriciel

0=Tout((E1))à((E1))fait((/))en((E1))désaccord((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Tout((E1))à((E1))fait((/))d'accord((/))10

97=Non((/))applicable

98=Je((E1))ne((/))sais((E1))pas

Q\_334 Le téléchargement des documents est facile sur ce site.\*format matriciel

Q\_338M Le formulaire est facile à remplir.\*format matriciel

Q\_339N Les outils de recherche de ce site facilitent la recherche d'information.\*format matriciel

Q\_inrot340N rotation = Q#340N, Q#41M, Q#42M, Q#45M, Q#50N, Q#51N, Q#52N, Q#53M, Q#54, Q#57M, Q#66M (apres = Q#rot67M)

Q\_340N ((F 110% Toujours sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 signifie « Tout à fait d'accord », à quel point diriez-vous que vous êtes d'accord avec les énoncés suivants?)) \*uniforme=100,34,oui

L'information sur ce site est facile à rassembler.\*format matriciel

0=Tout((E1))à((E1))fait((/))en((E1))désaccord((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Tout((E1))à((E1))fait((/))d'accord((/))10

---

**/\*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\*/

98=Je((E1))ne((/))sais((E1))pas

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 4- Fiabilité du site : capacité du site à fonctionner sans incidents\*/**

Q\_41M Les pages du site s'affichent sans problèmes.\*format matriciel

Q\_42M Toutes les fonctions du site dont j'ai eu besoin étaient disponibles.\*format matriciel

Q\_45M Les liens vers les autres pages du site fonctionnent bien.\*format matriciel

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 5- Qualité de l'information sur le site\*/**

Q\_50N L'information sur ce site est facile à comprendre.\*format matriciel

Q\_51N L'information sur ce site est fiable.\*format matriciel

Q\_52N L'information sur ce site est à jour.\*format matriciel

Q\_53M L'information sur ce site est complète.\*format matriciel

Q\_54 Ce site est une bonne source d'information.\*format matriciel

Q\_57M L'information que j'ai trouvée sur ce site est précise.\*format matriciel

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 6- Sécurité, confidentialité\*/**

Q\_66M Dans l'ensemble, je crois que ce site est sécuritaire.\*format matriciel

Q\_inrot67M

rotation = Q#67M, Q#68, Q#72, Q#74, Q#83 (apres = Q#rot73)

Q\_67M ((F 110% Toujours sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 signifie « Tout à fait d'accord », à quel point diriez-vous que vous êtes d'accord avec les énoncés suivants?)) \*uniforme=100,34,oui

Je fais confiance aux responsables de ce site pour ne pas faire un mauvais usage de mes renseignements personnels.\*format matriciel

0=Tout((E1))à((E1))fait((/))en((E1))désaccord((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Tout((E1))à((E1))fait((/))d'accord((/))10

97=Non((/))applicable

98=Je((E1))ne((/))sais((E1))pas

---

**/\*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\_68 Je pense que ma vie privée est protégée sur ce site.\*format matriciel

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 7- Interactivité, personnalisation du site : capacité du site à offrir des fonctions interactives et à personnaliser la navigation\*/**

Q\_72 Ce site est personnalisé pour répondre à mes besoins.\*format matriciel

/\*Note : Proposition de poser Q\_74 avant la Q\_73 pour économiser un écran, en raison de l'utilisation d'une échelle de mesure différente (modalité « NA »)\*/

Q\_74 Ce site m'offre des services ou de l'information basés sur mes préférences.\*format matriciel

Q\_83 J'ai constaté que les fonctions d'aide sur ce site sont efficaces.\*format matriciel

Q\_inrot73 rotation = Q#73, Q#81M, Q#82M (apres = Q#61)

Q\_73 ((F 110% Toujours sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « Tout à fait en désaccord » et 10 signifie « Tout à fait d'accord », à quel point diriez-vous que vous êtes d'accord avec les énoncés suivants?)) \*uniforme=100,34,oui

Ce site a des fonctions interactives qui m'aident à bien y naviguer.\*format matriciel

0=Tout((E1))à((E1))fait((/))en((E1))désaccord((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Tout((E1))à((E1))fait((/))d'accord((/))10

98=Je((E1))ne((/))sais((E1))pas

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 8- Assistance : capacité du site à offrir une aide en cas de difficultés de nature technique lors de la navigation\*/**

Q\_81M J'ai la possibilité d'obtenir de l'aide en ligne sur ce site.\*format matriciel

Q\_82M En cas de problème, j'ai la possibilité de parler à une personne.\*format matriciel

---

**/\*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\*/

**/\* SECTION 6 : LES CONSÉQUENCES DE LA VISITE DU SITE \*/**

**/\*(retour à tous les répondants)\*/**

Q\_61 ((F 110% ((G SECTION 6 : LES CONSÉQUENCES DE LA VISITE DU SITE))))

((F 110% Conseilleriez-vous aux membres de votre famille ou à vos amis d'utiliser les sites Portail Québec ou <S0.1> s'ils étaient dans la même situation que vous?))

1=Oui.

2=Non

98=Je ne sais pas.

Q\_62

((F 110% La prochaine fois que vous aurez besoin d'information sur un programme ou un service du gouvernement du Québec, laquelle des démarches suivantes ferez-vous en premier?))\*rotation

1=Chercher moi-même l'information sur le site Portail Québec.

2=Faire une demande de renseignements par courriel.

3=Communiquer par téléphone pour demander l'information.

4=Me rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information.

90=\*((F #4D4D4F Autre. Précisez : ))<précisez>

98=\*((F #4D4D4F Je ne sais pas.))

---

**/\*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\*

**/\* SECTION 7 : PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICES \*/**

Q\_71a ((F 110% ((G SECTION 7 : PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICES))))

((F 110% Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « Pas du tout habile » et 10 « Très habile », quel est votre niveau d'habileté avec les pratiques suivantes sur Internet?)) \*uniforme=100,34,oui

La recherche d'information en ligne.\*format matriciel

0=Pas((/))du((E1))tout((/))habile((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Très((/))habile((/))10

97=Non((/))applicable

98=Je((E1))ne((/))sais((E1))pas

Q\_71b Les transactions bancaires en ligne (avec votre institution financière).\*format matriciel

Q\_71c Les autres types de transactions en ligne (ex. : faire un achat sur Internet, effectuer une réservation ou s'inscrire à un programme).\*format matriciel

---

**/\*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\*

**/\* SECTION 8 : LES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES \*/**

Q\_S81 ((F 110% ((G SECTION 8 : LES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES))))

((F 110% Pour terminer, veuillez répondre à quelques questions d'ordre statistique.))

((F 110% Quel énoncé décrit le mieux votre occupation?))

- 1=Je travaille.
- 2=Je suis aux études.->S83
- 3=Je suis à la retraite.->S83
- 4=Je suis à la maison.->S83
- 5=Je suis sans emploi.->S83
- 90=Autre. Précisez : <précisez>->S83
- 99=Je préfère ne pas répondre.

**/\*Si S8.1 = 1\*/**

Q\_S82 ((F 110% Travaillez-vous pour un ministère ou un organisme du gouvernement du Québec?))

- 1=Oui.
- 2=Non.
- 98=Je ne sais pas.
- 99=Je préfère ne pas répondre.

Q\_S83 ((F 110% Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez terminé?))

- 1=Primaire.
- 2=Secondaire (y compris la formation professionnelle).
- 3=Cégep (y compris la formation technique).
- 4=Universitaire (1er cycle).
- 5=Universitaire (2e ou 3e cycle).
- 98=Je ne sais pas.
- 99=Je préfère ne pas répondre.

Q\_S84 ((F 110% Quel est le revenu annuel de votre ménage (avant impôts), c'est-à-dire le revenu de toutes les personnes qui vivent habituellement avec vous?))

- 1=Moins de 20 000 \$.
- 2=De 20 000 \$ à 39 999 \$.
- 3=De 40 000 \$ à 59 999 \$.
- 4=De 60 000 \$ à 79 999 \$.
- 5=De 80 000 \$ à 119 999 \$.
- 6=Plus de 120 000 \$.
- 98=Je ne sais pas.
- 99=Je préfère ne pas répondre.

---

**/\*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\_S85 ((F 110% À quel groupe d'âge appartenez-vous?))

1=18-24 ans.  
2=25-34 ans.  
3=35-44 ans.  
4=45-54 ans.  
5=55-64 ans.  
6=65-74 ans.  
7=75 ans et plus.  
99=Je préfère ne pas répondre.

Q\_S86 ((F 110% Vous êtes))

1=un homme.  
2=une femme.

Q\_S87 ((F 110% Où résidez-vous?))

1=Au Québec.  
2=Au Canada, mais à l'extérieur du Québec.  
3=Ailleurs.  
99=Je préfère ne pas répondre.

---

**/\*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\*/

**/\* SECTION 9 : COMMENTAIRES \*/**

Q\_91 ((F 110% ((G SECTION 9 : COMMENTAIRES))))

((F 110% Avez-vous des commentaires ou des suggestions pour améliorer les sites Portail Québec ou <S0.1>?))

<< \_\_\_\_\_ \*facultatif>>

---

**/\*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\*



**/\*MOT DE REMERCIEMENT\*/**

Q\_FIN                    Nous vous remercions de votre collaboration.

\*\*\*informations

Projet=SQPGS13NBK  
Fichier=FSQPGS13NBK /\*Version anglaise commence par A\*/  
Reseau=serveur1:P13327WNBK:  
Pages=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:sqpgs13nbk:  
/\*MobilePages=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:msqpgs13nbk:\*/  
Modeles=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:modelesSOM4:  
Images=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:IMG:  
Logogauche=logosom\_fr2011.gif /\*Anglais : logosom\_en2011.gif\*/  
Logodroite=/\*ms4\_blanc.gif\*/servqc.jpg  
Debut=putECH  
Precedent=Oui  
Effacer=Oui  
Email=pw13327@web.som.ca  
Espace=5,80  
Noquestion=Non  
Progression=Oui  
Boutonstd=Oui  
TypeSondage=1 /\*Mettre 2 si sondage sans mp\*/  
Motdepasse=mp /\*Commenter si sondage type 2\*/  
Repmult=Non  
Interrompre=Oui  
Duree=non  
Inputcle=Oui  
Repmult=Oui  
Demarrage=Oui  
/\*Noquestion=ms4\_Puce.gif\*/

---

**/\*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\*/

/\*

## Légende

<b>*texte*</b>	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu, qui apparaît à l'interviewer lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
<b>/*texte*/</b>	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'interviewer lors de l'entrevue.
<b>NSP</b>	Choix de réponses : Ne sait pas
<b>NRP</b>	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
<b>NAP</b>	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
<b>-&gt;, -&gt;&gt;</b>	Signifie « Passez à la question »
<b>-&gt;sortie</b>	Valide avec l'interviewer que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
<b>-&gt;fin</b>	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
<b>1=, 1=</b>	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).
<b>1=, 2=, ...</b>	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 »).
<b>Q_Sical, Q_INcal</b>	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.

\*/

Q\_Bi ((F 110% ((G Please wait.))))

->>1

Q\_1 ((F 110% SOM has been mandated by Services Québec to conduct a survey on the quality of the Québec Portal.))

((F 110% This portal includes particularly the websites [<http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/citoyens/?lang=en>] and [<http://www2.gouv.qc.ca/entreprises/portail/quebec>] (S ((F blue Services Québec – Citizens))) and (S ((F blue Services Québec – Businesses))))])

((F 110% Please continue navigating on the Services Québec website. This window will stay open on your screen. When you will be done with your visit, please answer the following question and click on the "To access the survey" button.))

<<<<((F 110% ((G **Did you visit the Québec Portal for personal needs, i.e. as a citizen, or for a business?**))))

1=((F 110% ((G **As a citizen.**))))

2=((F 110% ((G **For a business.**))))>>

[]

((F #78787B ((G **Protection of personal information:**))))

((F #78787B This survey is being conducted in accordance with the Act respecting access to documents held by public bodies and the protection of personal information. Services Québec wishes to assure you that all your answers will be anonymous.))

((F #78787B To ensure that your answers remain anonymous, do not mention your name or those of other people.))

((F #78787B ((G **Accessibility :**))))

((F #78787B This survey may contain barriers to [<http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/commun/informationsutilites/accessibilite/?lang=en>] (S ((F blue accessibility))))]) (E5) [

((F #78787B Thank you for your participation. By answering this survey, you will help improve the Québec Portal.))

((F #78787B ((G **The Services Québec quality team and SOM.**))))>>

---

#### /\*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\_FIN

((F 110% Thank you.))

\*\*\*informations

Projet=SQPGS13MNBK

**/\*À changer en Anglais\*/**Fichier=ASQPGS13MNBK

Reseau=serveur1:P13327MNBK

Pages=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327MNBK:sqpgs13mnbk:

Modeles=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327MNBK:modelesSOM4:

Images=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327MNBK:IMG:

Logogauche=logosom\_en2011.gif **/\*Anglais : logosom\_en2011.gif\*/**

Logodroite=/\*ms4\_blanc.gif\*/servqc.jpg

Debut=1

Effacer=oui

**Email=pw13327@web.som.ca**

Espace=5,80

**Noquestion=non**

Progression=oui

BOUTONSTD=OUI

**/\*Sans MP\*/**

TypeSondage=2

DUREE=non

Demarrage=Oui

---

#### **/\*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\*

/\*

---

---

## Legend

<b>*text</b>	The asterisk is used to signal a question text, a comment or an unread response option seen but not read by the interviewer during the interview.
<b>...</b>	Indicates where in the question text, the responses choices are to be read to the respondent.
<b>/*text*/</b>	Text placed between “/*...*/” is an explanatory note that is not seen by the interviewer during the interview.
<b>DNK</b>	Response option: Does not know
<b>DNA</b>	Response option: Does not answer (Refusal)
<b>NA</b>	Response option: Non applicable
<b>-&gt;,-&gt;&gt;</b>	Means “Go to question number...”
<b>-&gt;sortie</b>	Confirms with the interviewer that the respondent is not eligible, ends the interview and places it in “Non-eligible.”
<b>-&gt;fin</b>	Ends the interview and places it in “Completed.”
<b>1=, 1=</b>	When <u>all</u> response options are preceded by “1=”, it means that it is a question for which multiple responses can be given (each option being yes or no).
<b>1=, 2=, ...</b>	When response options are preceded by “1=., 2=..., etc.”, only one answer is possible, unless otherwise indicated (for example: “3 mentions”).
<b>Q_Slcal, Q_INcal</b>	Questions beginning with “Q_Sl...” or “Q_IN...” are filter questions or technical instructions that give access to data from the sample file, automatically give the answer to certain questions, perform a complex skip pattern, etc. An explanatory note placed before the filter question or technical instruction explains the function it performs.
<b>*/</b>	

**/\*Note :**                   **Page commune d'accueil\*/**

Q\_Bi                           ((F 110% Welcome.))

**/\*Note :**                   **Puis on passe aux versions par projet pour la gestion de la langue d'entrevue. Strate citoyen : questionnaire en français ou en anglais, strate entreprise : uniquement en anglais\*/**

---

**/\*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\*

->>putECH  
Q\_MP

Mot de passe  
\_\_\_\_\_

Q\_inputECH

lorsque strate =1 alors Q#S0.1=1 et lorsque strate = 2 alors Q#S0.1=2

->>rot11M

Q\_S0.1

\*Auto complétée pour PAQ et affichages\*

1=Services Québec - Citizens

2=Services Québec - Businesses

## **/\* SECTION 1 : REPÉRAGE DU SITE, QUALITÉ GLOBALE ET SATISFACTION GLOBALE \*/**

Q\_inrot11M

rotation = Q#11M, Q#13M, Q#14, Q#161, Q#163 (apres = Q#144M)

### **/\*0- Facilité à repérer le site\*/**

Q\_11M

((F 110% ((G **SECTION 1: LOCATING THE WEBSITE, OVERALL SITE QUALITY AND OVERALL SATISFACTION**))))

((F 110% The following questions concern the websites Québec Portal and <S0.1>. Answer them keeping in mind your recent visit to one of those websites.))

((F 110% On a scale of 0 to 10, where 0 means “strongly disagree” and 10 means “strongly agree”, to what extent do you agree with the following statements?))\*uniforme=100,34,oui

I located the site easily.\*format matriciel

0=Strongly((/))disagree((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Strongly((/))agree((/))10

98=I((E1))do((/))not((E1))know

Q\_13M

It is easy to access the website.\*format matriciel

Q\_14

I did not waste any time locating the site.\*format matriciel

### **/\*9- Qualité globale du site\*/**

Q\_161

This is a high-quality site.\*format matriciel

Q\_163

Overall, the quality of this site places it among the best.\*format matriciel

---

### **/\*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\*/

**/\*Satisfaction et satisfaction globale : mesure de la satisfaction à l'égard du service\*/**

Q\_144M ((F 110% Overall, to what extent were you satisfied with the site?))\*format linéaire

0=Completely dissatisfied((/))0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Completely satisfied((/))10  
98=I do not know

Q\_inrot141M

Q\_141M

rotation = Q#141M, Q#143M, Q#1N (apres = Q#2N)

((F 110% Again, on a scale of 0 to 10, where 0 means "strongly disagree" and 10 means "strongly agree", to what extent do you agree with the following statements?)) \*uniforme=100,34,oui

Overall, the site met my needs.\*format matriciel

0=Strongly((/))disagree((/))0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Strongly((/))agree((/))10  
98=I((E1))do((/))not((E1))know

Q\_143M

Overall, I enjoyed visiting the site.\*format matriciel

**/\*Section 2 : LES RÉSULTATS\*/**

**/\*Résultat : perception de l'usager à l'égard du résultat de l'expérience de service\*/**

Q\_1N

Ultimately, I obtained everything I wanted.\*format matriciel

Q\_2N

((F 110% What percentage of the information you were seeking did you find?))\*Exclusif=2N,2Na

<< \_\_\_ \*bornes=0,100\*suf a %  
999=I do not know.>>

---

**/\*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\_3N ((F 110% Overall, would you say the information found was useful?))\*format linéaire

0=Completely useless((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Extremely useful((/))10

98=I do not know

**/\*SECTION 3 : LES RAISONS DE SE RENDRE SUR LE SITE\*/**

**/\*Sous-population : Citoyens\*/**

Q\_sical3

si Q#S0.1=1->31

->>32

Q\_31

((F 110% ((G SECTION 3: REASONS TO GO TO THE SITE))))

((F 110% What was the main reason for your visit to the websites Québec Portal or Services Québec – Citizens?))

1=To consult an electronic guide giving an overview of the government programs and services relevant to my situation.

2=To find an online service.

3=To find information on a government program.

4=To find a register (e.g. the enterprise register, Québec land register, Québec register of civil status).

5=To register for or access My Québec Services Account.

6=To create or use a personalized itinerary to find out which steps to take.

90=Other. Please specify: <specify>

98=I do not remember.

**/\*Continuer à la section 4\*/**

->>cal4

**/\*Sous-population : Entreprises\*/**

Q\_32

((F 110% ((G SECTION 3 : LES RAISONS DE SE RENDRE SUR LE SITE))))

((F 110% Quelle est la principale raison de votre visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprises?))

<<1=Obtenir de l'information générale sur le démarrage d'une entreprise.

---

**/\*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\*

- 2=Obtenir des renseignements liés à la gestion de mon entreprise (ressources humaines, finance, comptabilité, marketing, exportation, innovation, etc.).
- 3=Aviser des ministères et organismes gouvernementaux d'un changement d'adresse de mon entreprise.
- 4=Connaître les procédures à suivre lors de la cessation des activités d'une entreprise.
- 5=Obtenir des renseignements sur les lois, permis, règlements et obligations qui touchent mon entreprise.
- 6=Remplir des formalités administratives à l'aide des formulaires disponibles sur le site (permis, aides financières, etc.).
- 7=Connaître les programmes d'aide financière offerts par les ministères et organismes gouvernementaux.
- 8=Consulter les guides, conseils et autres sources de renseignements disponibles sur le site.
- 9=Lire les actualités gouvernementales ou le bulletin d'information destiné aux entrepreneurs.
- 10=M'inscrire ou accéder à Mon dossier entreprise.
- 11=Remplir un questionnaire thématique lié à ma situation (acquitter des obligations périodiques, créer une entreprise, embaucher un employé, etc.) afin d'obtenir la liste des formalités que je dois remplir et des programmes qui me concernent.
- 90=Autre. Précisez : <précisez>
- 98=Je ne me souviens pas.>>

---

#### ***/\*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\*

**/\* SECTION 4 : PARCOURS PERSONNALISÉS, QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES ET ClicSÉQR \*/**

**/\*Sous-population : Citoyens\*/**

Q\_sical4 si Q#S0.1=1->41a

->>45

**/\*Parcours personnalisés\*/**

Q\_41a ((F 110% ((G SECTION 4: PERSONALIZED ITINERARIES AND ClicSÉQR))))

((F 110% While visiting the websites Québec Portal or Services Québec – Citizens, did you consult information concerning one of the following life events?))

((F 110% Check all that apply.))\*Choix multiples\*ChoixMinMax=1,7\*Selectif=8,9

1=What to Do in the Event of Death.

2=Becoming a Parent.

3=Settling in Québec. (French only)

4=Moving.

5=Coping with a Loss of Independance. (French only)

6=Retirement./\*(aucun parcours)\*/

7=When a Couple Separates./\*(aucun parcours)\*/

8=No, I did not consult any information on these life events.

9=I do not remember.

**/\*Si S4.1 = (1,2,3,4,5)\*/**

Q\_sical42 si Q#41a=1,2,3,4,5->42

->>44

Q\_42 ((F 110% Did you create or use a personalized itinerary to obtain a list of steps relevant to your situation?))

1=Yes.

2=No.->44

98=I do not remember.->44

**/\*Si S4.2=1\*/**

Q\_43 ((F 110% To what extent were you satisfied with the personalized itineraries?)) \*format linéaire

0=Completely dissatisfied((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

---

**/\*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\*/

10=Completely satisfied(//)10  
98=I do not know

Q\_44 ((F 110% During your visit, did you create a clicSÉQUR account?))  
  
1=Yes.  
2=No.  
98=I do not remember.

->>cal5

**/\*Sous-population : Entreprises\*/**  
**/\*Questionnaires thématiques\*/**

Q\_45 ((F 110% ((G SECTION 4 : QUESTIONNAIRES THÉMATIQUES))))

((F 110% Lors de votre visite sur les sites Portail Québec ou Services Québec – Entreprises, avez-vous créé ou utilisé un questionnaire afin d’obtenir une liste de formalités liées à des phases de gestion d’une entreprise?))

1=Oui.  
2=Non.->cal5  
98=Je ne me souviens pas.->cal5

Q\_46a ((F 110% Quels questionnaires avez-vous créés ou utilisés?))

((F 110% Cochez tout ce qui s’applique.))\*Choix multiples\*ChoixMinMax=1,9\*Selectif=99

<<1=Créer son entreprise.  
2=Acquitter ses obligations périodiques.  
3=Changer l’adresse de son entreprise.  
4=Embaucher un employé.  
5=Gérer le départ temporaire ou définitif d’un employé.  
6=Exporter de la marchandise.  
7=Commercialiser un produit.  
8=Exploiter un véhicule routier.  
9=Transformer son entreprise.  
99=Je ne me souviens pas.>>

Q\_47 ((F 110% À quel point avez-vous été satisfait des questionnaires?)) \*format linéaire

0=Tout à fait insatisfait(//)0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6

---

**/\*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\*

7=7  
8=8  
9=9  
10= Tout à fait satisfait((/))10  
98=Je ne sais pas

---

**/\*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\*/

**/\*Seulement pour ceux qui auront une satisfaction faible ou moyenne (au moins une note inférieure à 8 à l'un des questions suivantes : 144M, 141M, 143M de la section 1).\*/**

**/\*Rotation des énoncés à l'intérieur de chaque matrice de la section 5\*/**

Q\_sical5 si Q#144M<8 ou Q#141M<8 ou Q#143M<8->rot211  
->>61

Q\_inrot211 rotation = Q#211, Q#221, Q#223, Q#312M, Q#315, Q#322M (apres = Q#rot333)

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 1- Esthétisme : beauté du site\*/**

Q\_211 ((F 110% ((G SECTION 5: PERCEIVED QUALITY OF ELECTRONIC SERVICE DELIVERY))))

((F 110% Here are a few statements about the websites Québec Portal and <S0.1>..))

((F 110% On a scale of 0 to 10, where 0 means "strongly disagree" and 10 means "strongly agree", to what extent do you agree with the following statements?)) \*uniforme=100,34,oui

The layout of the texts and images makes the site attractive.\*format matriciel

0=Strongly((/))disagree((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Strongly((/))agree((/))10

98=I((E1))do((/))not((E1))know

Q\_221 The site is visually attractive.\*format matriciel

Q\_223 Overall, I consider it an attractive site.\*format matriciel

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 2- Facilité à naviguer sur le site \*/**

Q\_312M Text on the site is easy to read.\*format matriciel

Q\_315 Information on the site is logically organized.\*format matriciel

Q\_322M It is easy to browse the site.\*format matriciel

---

#### **/\*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\*/

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 3A- Facilité à accomplir les tâches (démarches informationnelles)\*/**

Q\_inrot333 rotation = Q#333, Q#334, Q#338M, Q#339N (apres = Q#rot340N)

Q\_333 ((F 110% Again, on a scale of 0 to 10, where 0 means “strongly disagree” and 10 means “strongly agree”, to what extent do you agree with the following statements?)) \*uniforme=100,34,oui

It is easy to print documents from the site.\*format matriciel

0=Strongly(/)disagree(/)0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Strongly(/)agree(/)10  
97=Not(/)Applicable  
98=I((E1))do(/)not((E1))know

Q\_334 It is easy to download documents from the site.\*format matriciel

Q\_338M It is easy to complete the form.\*format matriciel

Q\_339N The site’s search tools facilitate information searching.\*format matriciel

Q\_inrot340N rotation = Q#340N, Q#41M, Q#42M, Q#45M, Q#50N, Q#51N, Q#52N, Q#53M, Q#54, Q#57M, Q#66M (apres = Q#rot67M)

Q\_340N ((F 110% Again, on a scale of 0 to 10, where 0 means “strongly disagree” and 10 means “strongly agree”, to what extent do you agree with the following statements?)) \*uniforme=100,34,oui

Information is easy to collect.\*format matriciel

0=Strongly(/)disagree(/)0  
1=1  
2=2  
3=3  
4=4  
5=5  
6=6  
7=7  
8=8  
9=9  
10=Strongly(/)agree(/)10  
98=I((E1))do(/)not((E1))know

---

**/\*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\*/

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 4- Fiabilité du site : capacité du site à fonctionner sans incidents\*/**

Q\_41M Site pages display without any problems.\*format matriciel

Q\_42M All the site features I needed were available.\*format matriciel

Q\_45M Links to other pages on the site work properly.\*format matriciel

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 5- Qualité de l'information sur le site\*/**

Q\_50N Information on the site is easy to understand.\*format matriciel

Q\_51N Information on the site is trustworthy.\*format matriciel

Q\_52N Information on the site is up-to-date.\*format matriciel

Q\_53M Information on the site is complete.\*format matriciel

Q\_54 The site is a good source of information.\*format matriciel

Q\_57M The information I found on the site is accurate.\*format matriciel

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 6- Sécurité, confidentialité\*/**

Q\_66M Overall, I think the site is secure.\*format matriciel

Q\_inrot67M

rotation = Q#67M, Q#68, Q#72, Q#74, Q#83 (apres = Q#rot73)

Q\_67M

((F 110% Again, on a scale of 0 to 10, where 0 means "strongly disagree" and 10 means "strongly agree", to what extent do you agree with the following statements?)) \*uniforme=100,34,oui

I trust the site authorities not to misuse my personal information.\*format matriciel

0=Strongly((/))disagree((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Strongly((/))agree((/))10

97=Not((/))Applicable

98=I((E1))do((/))not((E1))know

Q\_68 I believe the site protects my privacy.\*format matriciel

---

**/\*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\*/



**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 7- Interactivité, personnalisation du site : capacité du site à offrir des fonctions interactives et à personnaliser la navigation\*/**

Q\_72 The site is personalized to suit my needs.\*format matriciel

/\*Note : Proposition de poser Q\_74 avant la Q\_73 pour économiser un écran, en raison de l'utilisation d'une échelle de mesure différente (modalité « NA »)\*/

Q\_74 The site provides me with services or information based on my preferences.\*format matriciel

Q\_83 I noted that the site's help features are efficient.\*format matriciel

Q\_inrot73

Q\_73

rotation = Q#73, Q#81M, Q#82M (apres = Q#61)

((F 110% Again, on a scale of 0 to 10, where 0 means "strongly disagree" and 10 means "strongly agree", to what extent do you agree with the following statements?)) \*uniforme=100,34,oui

The site has interactive features that enable easy browsing.\*format matriciel

0=Strongly((/))disagree((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Strongly((/))agree((/))10

98=I((E1))do((/))not((E1))know

**/\*Les dimensions de la qualité de la PES : 8- Assistance : capacité du site à offrir une aide en cas de difficultés de nature technique lors de la navigation\*/**

Q\_81M Online site assistance is available.\*format matriciel

Q\_82M I can talk to someone if I have a problem.\*format matriciel

---

**/\*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\*/

**/\* SECTION 6 : LES CONSÉQUENCES DE LA VISITE DU SITE \*/**

**/\*(retour à tous les répondants)\*/**

Q\_61 ((F 110% ((G SECTION 6: OUTCOME OF YOUR SITE VISIT))))

((F 110% Would you recommend that family members or friends use the websites Québec Portal or <S0.1> if they were in the same situation as you?))

1=Yes.

2=No.

98=I do not know.

Q\_62

((F 110% The next time you need information about a gouvernement du Québec program or service, which of the following steps will you take first?))\*rotation

1=Look for the information myself on the Québec Portal site.

2=Send an email requesting information.

3=Ask for information by phone.

4=Go to a government office to ask for information.

90=\*((F #4D4D4F Other. Specify: ))<specify>

98=\*((F #4D4D4F I do not know.))

---

**/\*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\*

**/\* SECTION 7 : PRESTATION ÉLECTRONIQUE DE SERVICES \*/**

Q\_71a ((F 110% ((G SECTION 7: ELECTRONIC SERVICE DELIVERY))))

((F 110% For each of the following Internet practices, indicate your level of skill on a scale of 0 to 10, where 0 means "no skills" and 10 means "strong skills".)) \*uniforme=100,34,oui

Searching for online information.\*format matriciel

0=No(/)skills(/)0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=Strong(/)skills(/)10

97=Not(/)Applicable

98=I((E1))do(/)not((E1))know

Q\_71b Online banking transactions (with your financial institution).\*format matriciel

Q\_71c Other types of online transactions (e.g. Internet purchase, making reservations or registering for a program).\*format matriciel

---

**/\*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\*

**/\* SECTION 8 : LES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES \*/**

Q\_S81 ((F 110% ((G SECTION 8: SOCIO-DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS))))

((F 110% In concluding, please answer a few statistical questions.))

((F 110% Which statement best describes your occupation?))

- 1=I work.
- 2=I am a student. ->S83
- 3=I am retired. ->S83
- 4=I am a homemaker. ->S83
- 5=I am unemployed. ->S83
- 90=Other. Specify: <specify>->S83
- 99=Je préfère ne pas répondre.

**/\*Si S8.1 = 1\*/**

Q\_S82 ((F 110% Do you work for a department or agency of the gouvernement du Québec?))

- 1=Yes.
- 2=No.
- 98=I do not know.
- 99=I prefer not to answer.

Q\_S83 ((F 110% What is the highest level of education you completed?))

- 1=Elementary.
- 2=Secondary (including Vocational Studies).
- 3=Cegep (including Technical Education).
- 4=University (Undergraduate degree).
- 5=University (Graduate degree).
- 98=I do not know.
- 99=I prefer not to answer.

Q\_S84 ((F 110% What is your annual household income (before taxes), i.e. the income of all the members of the household?))

- 1=Less than \$20 000.
- 2=From \$20 000 to \$39 999.
- 3=From \$40 000 to \$59 999.
- 4=From \$60 000 to \$79 999.
- 5=From \$80 000 to \$119 999.
- 6=More than \$120 000.
- 98=I do not know.
- 99=I prefer not to answer.

Q\_S85 ((F 110% What is your age group?))

---

**/\*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\*/

1=18-24 years.  
2=25-34 years.  
3=35-44 years.  
4=45-54 years.  
5=55-64 years.  
6=65-74 years.  
7=75 years and over.  
99=I prefer not to answer.

Q\_S86 ((F 110% You are))

1=a man.  
2=a woman.

Q\_S87 ((F 110% Where do you live?))

1=In Québec.  
2=In Canada, outside Québec.  
3=Elsewhere.  
99=I prefer not to answer.

---

**/\*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\*

**/\* SECTION 9 : COMMENTAIRES \*/**

Q\_91 ((F 110% ((G SECTION 9: COMMENTS))))

((F 110% Do you have any comments or suggestions for improving the websites Québec Portal or <S0.1>?))

<< \_\_\_\_\_ \*facultatif>>

---

**/\*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\*

**/\*MOT DE REMERCIEMENT\*/**

Q\_FIN Thank you for your cooperation.

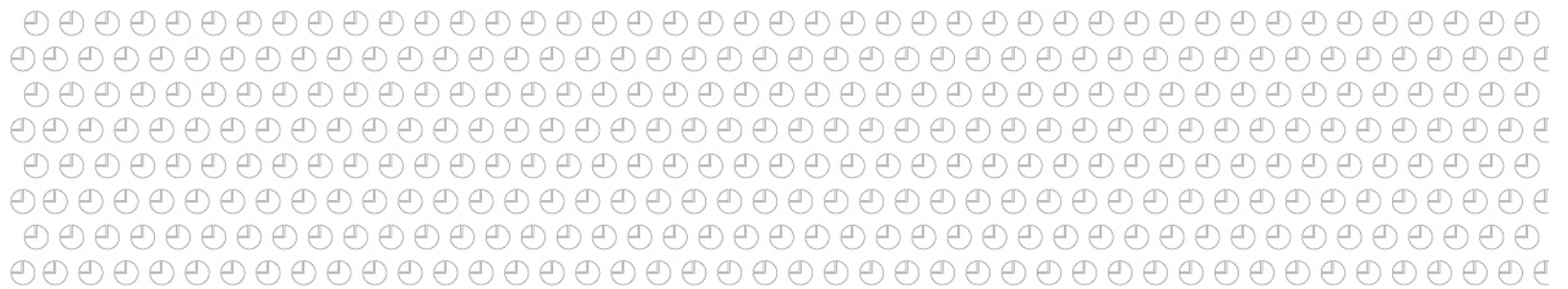
\*\*\*informations

Projet=SQPGS13NBK  
Fichier=ASQPGS13NBK /\*Version anglaise commence par A\*/  
Reseau=serveur1:P13327WNBK:  
Pages=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:sqpgs13nbk:  
/\*MobilePages=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:msqpgs13nbk:\*/  
Modeles=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:modelesSOM4:  
Images=pmvincent:users:vgayraud:documents:PR13327WNBK:IMG:  
Logogauche=logosom\_en2011.gif /\*Anglais : logosom\_en2011.gif\*/  
Logodroite=/\*ms4\_blanc.gif\*/servqc.jpg  
Debut=putECH  
Precedent=Oui  
Effacer=Oui  
Email=pw13327@web.som.ca  
Espace=5,80  
Noquestion=Non  
Progression=Oui  
Boutonstd=Oui  
TypeSondage=1 /\*Mettre 2 si sondage sans mp\*/  
Motdepasse=mp /\*Commenter si sondage type 2\*/  
Repmult=Non  
Interrompre=Oui  
Duree=non  
Inputcle=Oui  
Repmult=Oui  
Demarrage=Oui  
/\*Noquestion=ms4\_Puce.gif\*/

---

**/\*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 3 :**  
**MODÈLES STRUCTURELS ET EXPLICATIFS DE LA SATISFACTION**  
**- RÉSULTATS DES RÉGRESSIONS LINÉAIRES -**

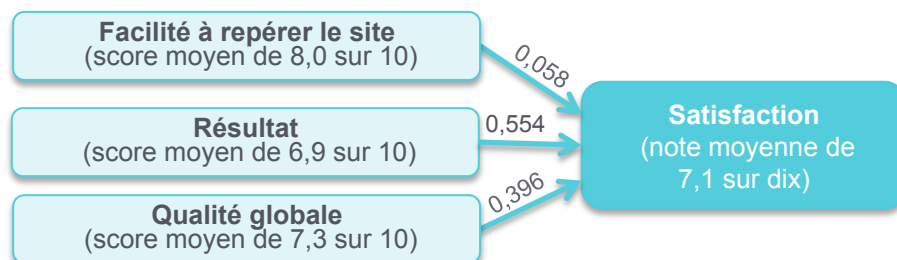


## ANNEXE 3 :

### MODÈLE STRUCTUREL ET EXPLICATIF DE LA SATISFACTION - RÉSULTATS DES RÉGRESSIONS LINÉAIRES

#### MODÈLE OQM-WEB VERSION ALLÉGÉE - RÉSULTATS DE LA RÉGRESSION LINÉAIRE -

(Base : ensemble des répondants, n:1411)



Les variables pour cette analyse de régression linéaire sont les suivantes :

- La variable dépendante correspond à la dimension de satisfaction.
- Les variables explicatives correspondent aux trois dimensions « Facilité à repérer le site », « Qualité globale » et « Résultat » dont l'homogénéité (ou cohérence interne) a préalablement été vérifiée (les coefficients alpha de Cronbach respectifs sont de 0,934, 0,969 et 0,953). Ce modèle ne présente pas de problème de multicollinéarité selon les indices VIF et TOL.

La variance expliquée par le modèle est de  $R^2 = 0,924$ , ce qui est satisfaisant. Cette donnée signifie que 92 % de la variation de la satisfaction est expliquée par le modèle de régression, 8 % de la variance n'étant pas expliqué par ce modèle.

Le modèle de régression obtenu est le suivant :

Satisfaction = 0,058 x Facilité à repérer le site + 0,554 x Résultat + 0,396 x Qualité globale – 0,048

À titre de rappel dans le modèle conceptuel de l'OQM-Web allégé, la satisfaction est un concept large qui s'explique généralement par la facilité à repérer le site, la qualité perçue ainsi que par le résultat découlant de l'expérience de service.

Le modèle de régression linéaire détaillé ci-contre permet de comprendre que deux dimensions du modèle ont une importance relative élevée : tout d'abord le résultat, puis la qualité globale, (avec des coefficients non standardisés respectifs de 0,554 et 0,396).

La facilité à repérer le site revêt une importance moindre (avec un coefficient non standardisé de 0,058).

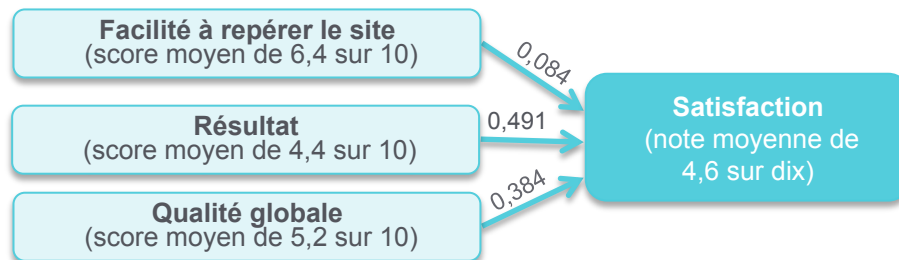
Le type de clientèle, introduit dans l'analyse en tant que variable dichotomique, a été exclu du modèle : il n'explique pas les variations de la satisfaction globale.

## ANNEXE 3 (SUITE) :

MODÈLE STRUCTUREL ET EXPLICATIF DE LA SATISFACTION - RÉSULTATS DES RÉGRESSIONS LINÉAIRES

### MODÈLE OQM-WEB VERSION ALLÉGÉE - RÉSULTATS DE LA RÉGRESSION LINÉAIRE -

(Base : répondants faiblement ou moyennement satisfaits, n:634)



Les variables pour cette analyse de régression linéaire sont les suivantes :

- La variable dépendante correspond à la dimension de satisfaction.
- Les variables explicatives correspondent aux trois dimensions « Facilité à repérer le site », « Qualité globale » et « Résultat » dont l'homogénéité (ou cohérence interne) a préalablement été vérifiée (les coefficients alpha de Cronbach respectifs sont de 0,905, 0,952 et 0,927). Ce modèle ne présente pas de problème de multicollinéarité selon les indices VIF et TOL.

La variance expliquée par le modèle est de  $R^2 = 0,88$ , ce qui est satisfaisant. Cette donnée signifie que 88 % de la variation de la satisfaction est expliquée par le modèle de régression, 12 % de la variance n'étant pas expliqué par ce modèle.

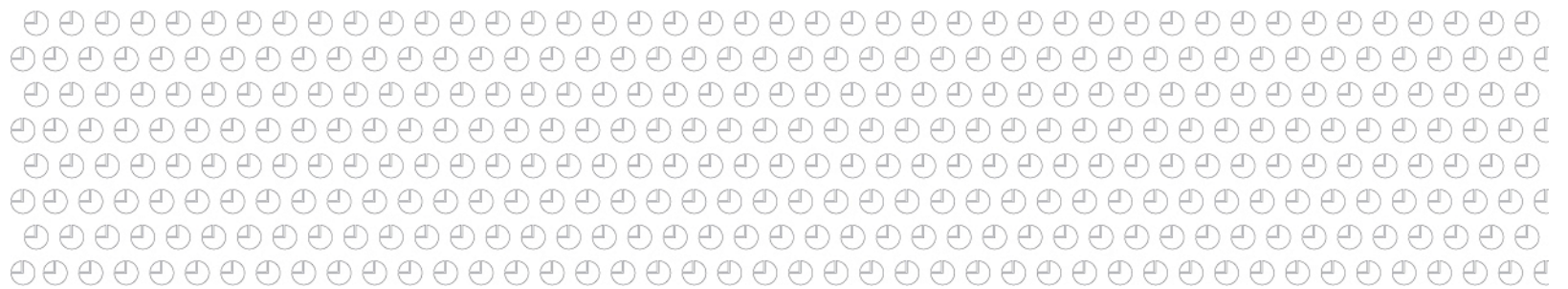
Le modèle de régression obtenu est le suivant :

Satisfaction = 0,084 x Facilité à repérer le site + 0,491 x Résultat + 0,384 x Qualité globale – 0,073

Le modèle de régression linéaire détaillé ci-contre porte sur les répondants faiblement ou moyennement satisfaits. Il confirme les résultats du modèle de régression réalisé sur l'ensemble des répondants : deux dimensions du modèle ont une importance relative élevée, tout d'abord le résultat, puis la qualité globale (avec des coefficients non standardisés respectifs de 0,491 et 0,384).

La facilité à repérer le site a une importance relative faible (avec un coefficient non standardisé de 0,084).

Le type de clientèle, introduit dans l'analyse en tant que variable dichotomique, a également été exclu de ce modèle : il n'explique pas les variations de la satisfaction globale.



**ANNEXE 4 :**  
**DIFFÉRENCES ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS**  
**CONCERNANT LES ÉNONCÉS D'HABILITÉS À UTILISER INTERNET**

**DIFFÉRENCES\* ENTRE LES SOUS-GROUPES DE RÉPONDANTS  
CONCERNANT LES ÉNONCÉS D'HABILITÉS À UTILISER INTERNET**

	Sous-groupes de répondants plus habiles	Sous-groupes de répondants moins habiles
Les transactions bancaires en ligne (avec votre institution financière; note moyenne de 8,6 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (9,4)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les questionnaires thématiques (9,2)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,9)</li> <li>• Les répondants qui travaillent (8,8)</li> <li>• Les femmes (8,7)</li> <li>• Ceux qui résident au Québec (8,7)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (7,4)</li> <li>• Ceux qui sont sans emploi (7,9)</li> <li>• Les répondants ayant une scolarité de niveau primaire (6,6)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (8,5)</li> <li>• Ceux âgés de 65 ans et plus (7,6)</li> <li>• Les hommes (8,4)</li> <li>• Ceux qui résident à l'extérieur du Québec (7,0)</li> </ul>
La recherche d'information en ligne. (note moyenne de 8,4 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (9,2)</li> <li>• PGS-E : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les questionnaires thématiques (9,3)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,8)</li> <li>• Les répondants qui travaillent (8,6)</li> <li>• Ceux dont le plus haut niveau de scolarité est un 1<sup>er</sup> cycle universitaire (8,7)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 34 ans (8,8)</li> <li>• Ceux âgés de 35 à 44 ans (8,9)</li> <li>• Les femmes (8,5)</li> <li>• Ceux qui résident au Québec (8,5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de communiquer par téléphone pour demander l'information (7,7)</li> <li>• Les retraités (8,0)</li> <li>• Les répondants ayant une scolarité de niveau primaire (6,7)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (8,3)</li> <li>• Ceux âgés de 65 ans et plus (6,9)</li> <li>• Les hommes (8,2)</li> </ul>
Les autres types de transactions en ligne (ex. : faire un achat sur Internet, effectuer une réservation ou s'inscrire à un programme; note moyenne de 8,2 sur dix)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui ont un niveau de satisfaction élevé envers les parcours personnalisés (8,8)</li> <li>• PGS-C : ceux qui ont créé un compte clicSÉCUR lors de la visite (8,8)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de chercher l'information sur le site Portail Québec (8,5)</li> <li>• Les répondants qui travaillent (8,5)</li> <li>• Ceux âgés de 25 à 34 ans (8,7)</li> <li>• Ceux qui résident au Québec (8,4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PGS-C : ceux qui n'ont pas créé de compte clicSÉCUR lors de la visite (8,2)</li> <li>• Ceux pour qui la première démarche envisagée la prochaine fois est de se rendre dans un bureau gouvernemental pour demander l'information (7,2)</li> <li>• Les retraités (7,7)</li> <li>• Ceux qui sont sans emploi (7,5)</li> <li>• Les répondants ayant une scolarité de niveau primaire (6,1)</li> <li>• Ceux ayant une scolarité de niveau secondaire (8,0)</li> <li>• Ceux dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 \$ (8,1)</li> <li>• Ceux âgés de 65 ans et plus (6,7)</li> <li>• Ceux qui résident à l'extérieur du Québec (7,2)</li> </ul>

\* Différences significatives à un niveau de confiance de 95 % comparativement au groupe complémentaire de répondants.