

**ÉVALUATION DE LA QUALITÉ
DE LA PRESTATION DE SERVICES
DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE
POINT DE VUE DE LA CLIENTÈLE**

YULIA PRESNUKHINA
DIRECTION DE LA RECHERCHE ET DE L'ÉVALUATION
OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE

OCTOBRE 2015

Dépôt légal – 2015

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISBN Version électronique : 978-2-550-74649-2

©Gouvernement du Québec 2015

FAITS SAILLANTS

Au cours du mois de mai 2015, l'Office québécois de la langue française a effectué auprès de sa clientèle un sondage, auquel 377 personnes ont répondu, afin de connaître son degré de satisfaction à l'égard de sa prestation de services. Le questionnaire utilisé a été élaboré à l'aide de *l'Outil québécois de mesure de la satisfaction de la clientèle*. Plusieurs constats se dégagent des résultats :

- > Les répondants se disent pour la plupart satisfaits du dernier service reçu, lui donnant une note moyenne de 8,2 sur 10.
- > La qualité de la prestation de services est généralement perçue comme élevée. L'évaluation moyenne de l'ensemble des dimensions de cette composante est de 8,7 sur 10.
- > Le respect (9,3 sur 10), la confidentialité (8,9), la justice (8,8) et la fiabilité (8,8) sont les dimensions de la qualité de la prestation de services les mieux cotées. À l'opposé, l'apparence des documents, des dépliants et des affiches (7,9) et la simplicité des démarches (8,4) sont les dimensions où l'évaluation est la plus faible.
- > À la suite de leur expérience, une très faible minorité de répondants ont demandé une révision de la décision prise par l'Office (4 %), ont porté plainte à la commissaire à la qualité des services (0,4 %) ou ont eu envie de se plaindre (8 %).
- > La perception de l'image de l'Office est positive, la moyenne étant de 8,0 sur 10. La confiance en l'organisme pour assurer le respect de la Charte de la langue française est la dimension de l'image organisationnelle qui a reçu l'évaluation la plus élevée (8,2). En comparaison, les dimensions relatives à l'excellence et à l'efficacité de l'Office ont respectivement obtenu les notes de 8,0 et de 6,9 sur 10.
- > Si 42 % des répondants considèrent que l'Office en fait assez pour le respect de la Charte, 18 % pensent qu'il en fait trop et 22 % qu'il n'en fait pas assez. Près d'un répondant sur cinq (18 %) ne s'est pas prononcé.

TABLE DES MATIÈRES

Faits saillants	3
Liste des graphiques	5
Liste des tableaux	6
Liste des figures	6
Introduction.....	7
Méthodologie	9
Résultats	13
1. Service utilisé et démarches effectuées pour l’obtenir	13
2. Qualité perçue de la prestation de services	16
3. Satisfaction globale	23
4. Conséquences.....	25
5. Image organisationnelle	27
6. Niveau de satisfaction de la clientèle des autres ministères et organismes.....	33
7. Transmission de la réponse de l’Office à des plaintes concernant une possible contravention à la Charte de la langue française	34
Conclusion	35
Annexe 1. Caractéristiques individuelles des répondants	36
Annexe 2. Énoncés relatifs à la qualité de la prestation de services	38
Annexe 3. Analyse des réponses selon certaines caractéristiques individuelles des répondants	40

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1. Répartition (en %) des répondants selon le service qu'ils ont utilisé, la fréquence de communication avec l'Office au cours des six derniers mois et le moyen de communication (n = 377)	14
Graphique 2. Répartition (en %) des répondants selon la source d'information où sont obtenues les coordonnées de l'Office (n = 320)	15
Graphique 3. Sources d'information les plus consultées pour obtenir les coordonnées de l'Office selon certains services utilisés	15
Graphique 4. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions de la qualité de la prestation du dernier service reçu	17
Graphique 5. Moyenne globale (sur dix) de l'évaluation de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie	17
Graphique 6. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions fondamentales de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie	18
Graphique 7. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions relationnelles de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie	19
Graphique 8. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions procédurales de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie	20
Graphique 9. Évaluation (moyenne sur dix) de la satisfaction globale des répondants	23
Graphique 10. Évaluation (moyenne sur dix) de la satisfaction globale des répondants selon l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation	23
Graphique 11. Conséquences des démarches des répondants auprès de l'Office	25
Graphique 12. Conséquences des démarches des répondants selon l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation	26
Graphique 13. Évaluation (moyenne sur dix) des différentes dimensions de l'image organisationnelle de l'Office	28
Graphique 14. Moyenne globale de la perception de l'image de l'Office selon l'unité administrative avec laquelle le répondant a été en relation	29
Graphique 15. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » (n = 358)	29
Graphique 16. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » et l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation	30
Graphique 17. Moyenne globale de l'évaluation de la qualité de la prestation de services de l'Office selon la langue la plus souvent parlée à la maison par le répondant	40
Graphique 18. Moyenne globale de l'évaluation de la qualité de la prestation de services de l'Office selon la région de résidence du répondant	40

Graphique 19. Moyenne de la satisfaction globale des répondants selon la langue la plus souvent parlée à la maison par le répondant	41
Graphique 20. Moyenne globale de la perception de l'image de l'Office selon le sexe du répondant	41
Graphique 21. Moyenne globale de la perception de l'image de l'Office selon la langue la plus souvent parlée à la maison par le répondant	41
Graphique 22. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » et selon le sexe	42
Graphique 23. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » et selon le groupe d'âge	42

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. Résultats de la collecte de données	10
Tableau 2. Performance de certains ministères et organismes de la fonction publique québécoise relative au niveau de satisfaction de la clientèle et à la qualité de la prestation de services	33
Tableau 3. Moyens de communication utilisés et préférés pour l'envoi d'une réponse à une plainte.....	34

LISTE DES FIGURES

Figure 1. Services de l'Office visés par l'étude selon l'unité administrative qui les offre	8
Figure 2. Modèle conceptuel d'analyse	12

INTRODUCTION

L'Office québécois de la langue française, soucieux d'améliorer la qualité des services qu'il offre à la population, a entrepris une étude visant à connaître l'opinion de sa clientèle quant à leur expérience sur le plan de l'accueil et des services reçus de la part de l'Office, leur niveau de satisfaction à cet égard et leur perception de l'organisme en général.

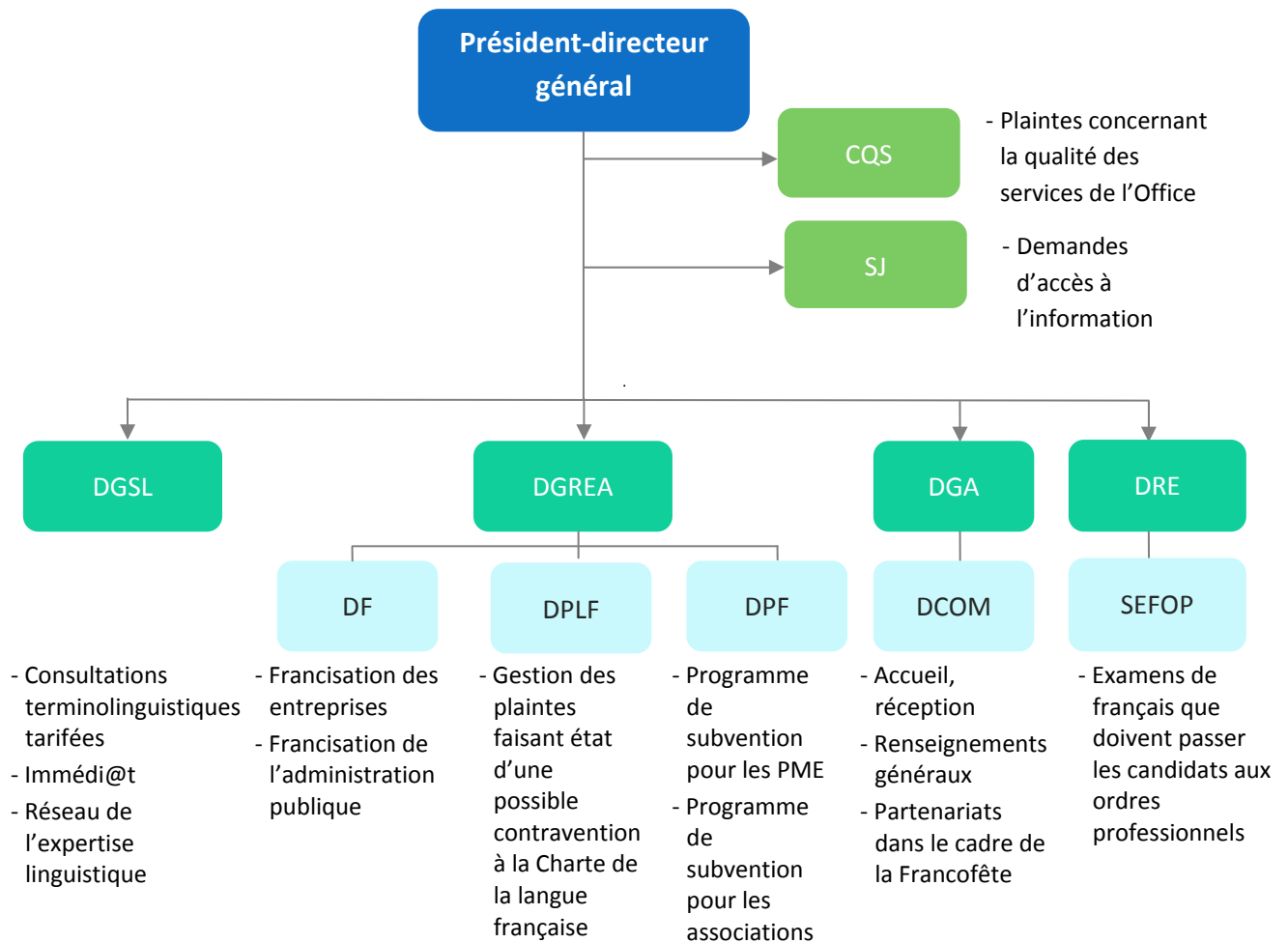
L'étude concernait l'ensemble des services offerts par l'Office, à l'exception du *Grand dictionnaire terminologique* (GDT), de la Banque de dépannage linguistique (BDL), du site Web de l'Office et des lexiques produits par l'organisme. La figure 1 présente les services faisant l'objet de l'étude ainsi que l'unité administrative¹ qui les offre. Ainsi, à la DGSL, ce sont les consultations terminologiques, le service Immédi@t et le Réseau de l'expertise linguistique qui ont été visés. À la DF, il s'agit de la francisation des entreprises et de l'administration publique. À la DPLF, c'est la gestion des plaintes faisant état d'une possible contravention à la Charte de la langue française qui a été évaluée. Les programmes de subvention pour les PME et les associations sont les services ciblés à la DPF. À la DCOM, il s'agit des services suivants : l'accueil et la réception, les renseignements généraux et les partenariats dans le cadre de la Francofête. Au SEFOP, ce sont les examens de français que doivent passer les candidats aux ordres professionnels qui ont fait l'objet de l'étude. Quant à la CQS et aux SJ, il s'agit respectivement des plaintes concernant la qualité des services de l'Office et des demandes d'accès à l'information.

Le présent rapport rend compte des résultats de l'étude. Après avoir décrit la méthodologie utilisée pour organiser et mener le sondage, nous présenterons les résultats relatifs aux différentes sections du sondage, c'est-à-dire le service utilisé et les démarches effectuées pour l'obtenir, la qualité perçue de la prestation de services, le niveau de satisfaction globale, les conséquences des démarches auprès de l'Office, la perception de l'image organisationnelle de l'Office et la transmission des réponses aux plaintes concernant une possible contravention à la Charte de la langue française.

1. Les sigles utilisés dans le texte sont les suivants :

DGSL	Direction générale des services linguistiques
DGREA	Direction générale des relations avec les entreprises et l'Administration
DF	Direction de la francisation
DPLF	Direction de la protection de la langue française
DPF	Direction des partenariats en francisation
DGA	Direction générale de l'administration
DCOM	Direction des communications
DRE	Direction de la recherche et de l'évaluation
SEFOP	Service de l'évaluation du français pour les ordres professionnels
CQS	Commissaire à la qualité des services
SJ	Services juridiques

Figure 1. Services de l'Office visés par l'étude selon l'unité administrative qui les offre



MÉTHODOLOGIE

Pour évaluer la satisfaction de la clientèle à l'égard de sa prestation de services, l'Office a effectué un sondage en ligne. Le questionnaire préparé par l'Office était basé sur l'*Outil québécois de mesure de la satisfaction de la clientèle*². Il était composé des sections suivantes :

1. Identification du service utilisé;
2. Démarches pour obtenir le service;
3. Qualité de la prestation de services;
4. Satisfaction globale;
5. Conséquences;
6. Image organisationnelle.

La firme Écho Sondage a été mandatée pour informatiser le questionnaire et effectuer la collecte de données, qui s'est déroulée du 14 avril au 31 mai 2015. Un lien vers le questionnaire et un message invitant à y répondre se trouvaient sur la page d'accueil du site Web de l'Office. L'organisme a pris plusieurs mesures pour informer sa clientèle de la tenue du sondage et pour l'encourager à y participer.

D'abord, les entreprises inscrites à l'Office, les mandataires de l'administration publique ainsi que plusieurs partenaires de l'Office ont été sollicités par courriel à deux reprises, soit au début et au milieu de la période pendant laquelle s'est déroulée la collecte de données. Les préposées aux renseignements, les professionnels du service des consultations téléphoniques et le personnel du SEFOP ont également invité les personnes ayant communiqué avec l'Office pendant la période de la collecte à participer au sondage. De plus, un feuillet d'information sur le sondage a été envoyé au SEFOP et à la DGREA, qui l'ont distribué à la clientèle. Finalement, le grand public a été informé au moyen de la page Twitter (trois micromessages) et de la page Facebook (un message) de l'Office.

Le sondage visait toute personne morale ou physique ayant utilisé l'un des services de l'Office au cours des six mois précédant la collecte de données. Le GDT, la BDL, le site Web ou les lexiques de l'Office ne figuraient pas parmi les services considérés. Les usagers des services de l'Office devaient se rendre sur le site Web de l'organisme pour répondre au sondage. Il importe de mentionner que, l'échantillon ainsi obtenu n'étant pas probabiliste, il ne peut pas être considéré comme représentatif de l'ensemble de la clientèle.

Le tableau 1 présente les résultats de la collecte de données. Nous constatons que, des 2 756 personnes ayant ouvert le questionnaire, un quart, soit 692 personnes, ne l'ont pas terminé. Elles n'ont répondu qu'aux premières questions. Ces questionnaires ont été exclus des analyses. De plus, 1 587 personnes ont également été éliminées, car elles n'avaient pas utilisé un service de l'Office au cours des six derniers mois.

Ce nombre peut sembler élevé étant donné les mesures prises pour encourager plusieurs clientèles de l'Office à répondre au sondage. Deux facteurs pourraient expliquer cette situation. D'abord, pour une partie des répondants, le service pourrait avoir été reçu plus de six mois avant la collecte de données. Par exemple, l'Office ne communique avec certaines clientèles, notamment les entreprises ayant reçu leur

2. Pour en savoir plus sur l'outil, consulter le document disponible à l'adresse suivante : www.tresor.gouv.qc.ca/cadredegestion/fileadmin/documents/publications/sct/satisfaction_clientelle.pdf.

certificat de francisation, que tous les trois ans. Ensuite, les interactions de l'Office avec sa clientèle pourraient ne pas avoir été perçues dans certains cas comme des services reçus. Par exemple, les entreprises obligées de s'inscrire auprès de l'Office pour obtenir un certificat de francisation considèrent-elles leur relation avec l'organisme comme un service? Il nous est malheureusement impossible de répondre à cette question.

Le tableau 1 montre que 358 personnes ont rempli le questionnaire, c'est-à-dire qu'elles ont répondu à toutes les questions auxquelles elles étaient admissibles. Les analyses présentées dans ce rapport porteront essentiellement sur ces réponses. De plus, 19 autres personnes ont répondu au questionnaire de façon partielle. En effet, elles ont répondu aux questions des trois premières sections au moins, mais ont abandonné par la suite. Leurs réponses ont été intégrées aux analyses dans la mesure du possible. Pour connaître la répartition des répondants selon leurs caractéristiques individuelles, notamment l'âge, le sexe, la langue parlée à la maison et la région de résidence, consulter l'annexe 1.

Tableau 1. Résultats de la collecte de données

Caractéristiques	Nombre	Questionnaire
Nombre total de personnes ayant ouvert le questionnaire	2 756	
De ce nombre, les répondants suivants ont dû être exclus :		
personnes n'ayant répondu à aucune question	533	incomplet
personnes n'ayant pas terminé le questionnaire (ayant abandonné à la section relative à la qualité de la prestation de services ou avant celle-ci)	159	incomplet
personnes n'ayant pas utilisé de services de l'Office au cours des six derniers mois (question éliminatoire)	1 587	non admissible
personnes ayant utilisé seulement un service non visé par le sondage (consultation du GDT, de la BDL, du site Web ou des lexiques de l'Office)	99	non admissible
personne ayant répondu par des insultes à l'endroit de l'Office	1	non admissible
Nombre de personnes ayant répondu au questionnaire	377	
personnes ayant répondu à l'ensemble des questions	358	complet
personnes ayant répondu de façon partielle (ayant abandonné après la section relative à la qualité de la prestation de services)	19	partiel

Puisque le questionnaire a été conçu à l'aide de l'*Outil québécois de mesure de la satisfaction de la clientèle*, l'analyse des données repose sur le modèle conceptuel proposé dans cet outil (voir Figure 2).

Au centre du modèle se trouve la qualité perçue du service. Il s'agit de l'évaluation faite par le répondant de différentes dimensions de la qualité du service sur la base de sa dernière expérience (dernier service reçu). Les dimensions mesurées sont le respect, la justice et la confidentialité (dimensions fondamentales); l'apparence, la fiabilité, l'empathie et l'empressement (dimensions relationnelles); ainsi que la simplicité, la clarté et l'accessibilité (dimensions procédurales). Selon l'*Outil québécois de mesure de la satisfaction de la clientèle*, la qualité perçue du service est une variable explicative de la satisfaction de la clientèle qui est liée à la perception de l'image organisationnelle et des conséquences de la prestation du service.

La qualité perçue du service tout comme la satisfaction des répondants et leur perception de l'image organisationnelle sont mesurées au moyen de plusieurs énoncés à propos desquels les répondants doivent indiquer dans quelle mesure ils sont ou non d'accord. Chaque énoncé est évalué à l'aide d'une échelle de Likert allant de zéro à dix (zéro correspondant au désaccord complet et dix à l'accord complet). Les conséquences, quant à elles, sont évaluées à partir de plusieurs questions dichotomiques, dont « oui » et « non » sont les réponses possibles. Pour chaque dimension du modèle d'analyse, nous avons calculé une moyenne globale en incluant tous les énoncés la concernant.

Figure 2. Modèle conceptuel d'analyse



RÉSULTATS

1. SERVICE UTILISÉ ET DÉMARCHES EFFECTUÉES POUR L'OBTENIR

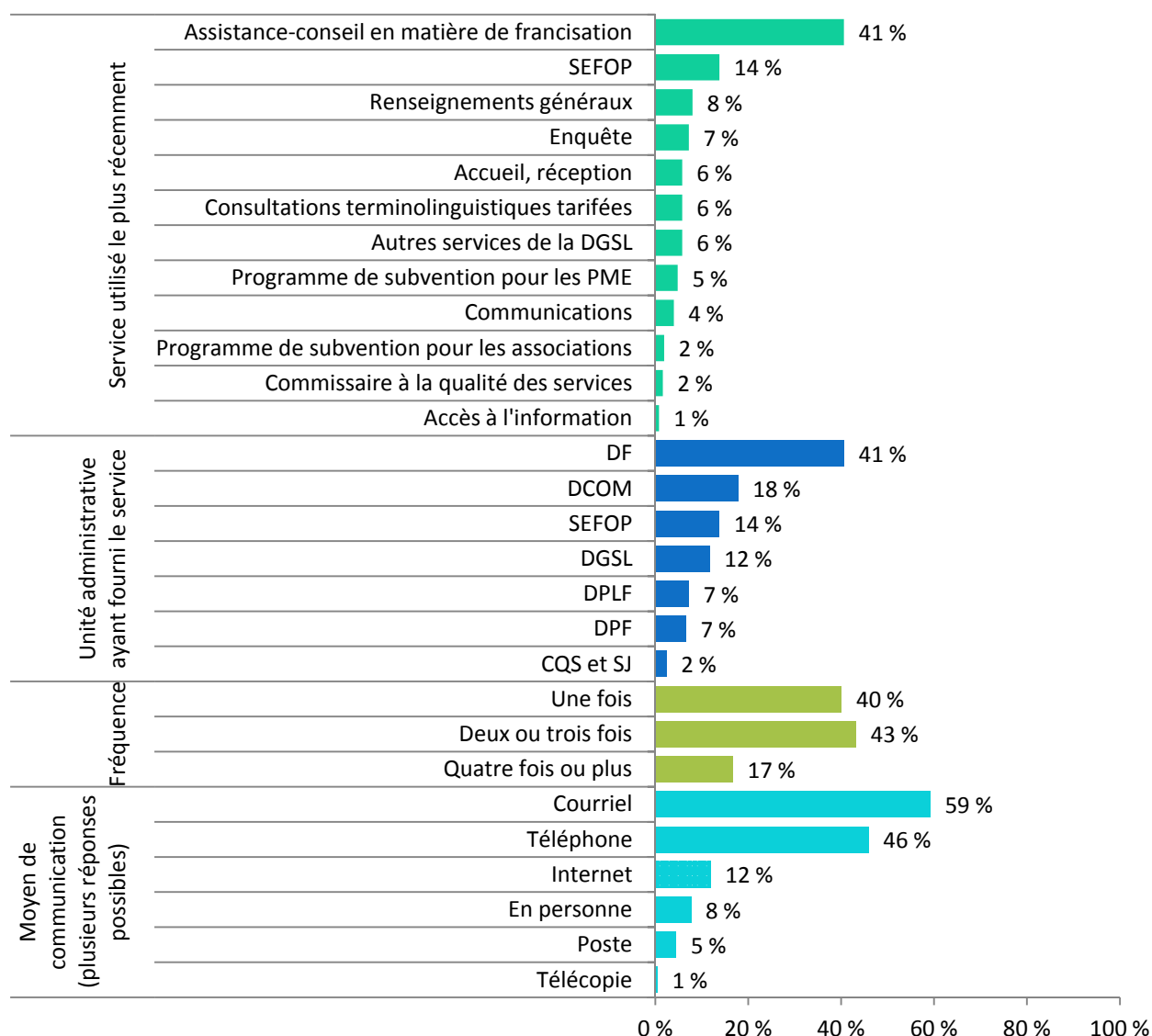
Un peu plus de deux répondants sur cinq (41 %) ont utilisé le service d'assistance-conseil en matière de francisation de l'Office, 14 % ont eu recours au Service d'évaluation du français pour les ordres professionnels, 8 % ont communiqué avec l'Office pour avoir des renseignements généraux et 7 % ont joint l'Office en raison d'une plainte concernant une possible contravention à la Charte (voir le graphique 1). Quand nous groupons les services utilisés selon l'unité administrative qui les a fournis, nous constatons que près de deux répondants sur cinq (41 %) ont communiqué avec la DF, 18 % avec la DCOM, 14 % avec le SEFOP, 12 % avec la DGSL, 7 % avec la DPLF, 7 % avec la DPF et 2 % avec la CQS ou les SJ³.

Les répondants ont aussi indiqué la fréquence à laquelle ils avaient été en relation avec l'Office au cours des six derniers mois. Si 40 % d'entre eux n'ont communiqué avec l'Office qu'une fois, 60 % l'ont fait au moins deux fois.

Les moyens de communication les plus utilisés pour demander un service sont le courriel (59 %) et le téléphone (46 %).

3. Étant donné que peu de répondants ont eu recours à la commissaire à la qualité des services ou aux Services juridiques, cette catégorie ne sera pas présentée dans le rapport. Elle fera toutefois partie des résultats globaux.

Graphique 1. Répartition (en %) des répondants selon le service qu'ils ont utilisé, la fréquence de communication avec l'Office au cours des six derniers mois et le moyen de communication (n = 377)



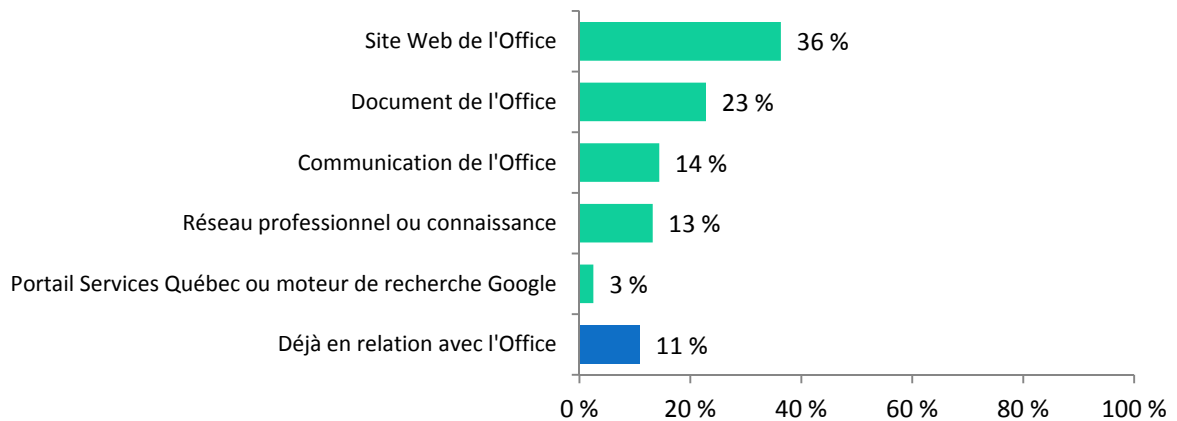
Après avoir répondu aux premières questions concernant le service utilisé, les répondants devaient préciser si leur demande était toujours en cours de traitement au moment du sondage. Les 57 personnes se trouvant dans cette situation n'avaient pas à répondre aux questions relatives à la qualité de la prestation de services. Ainsi, les prochains résultats portent sur les 320 répondants qui ont obtenu une réponse à leur demande.

Nous avons demandé aux répondants où ils avaient trouvé les coordonnées pour communiquer avec l'Office. Comme le montre le graphique 2, les sources d'information sont variées, mais celles qui sont les plus mentionnées sont le site Web (36 %) et les documents de l'Office (23 %).

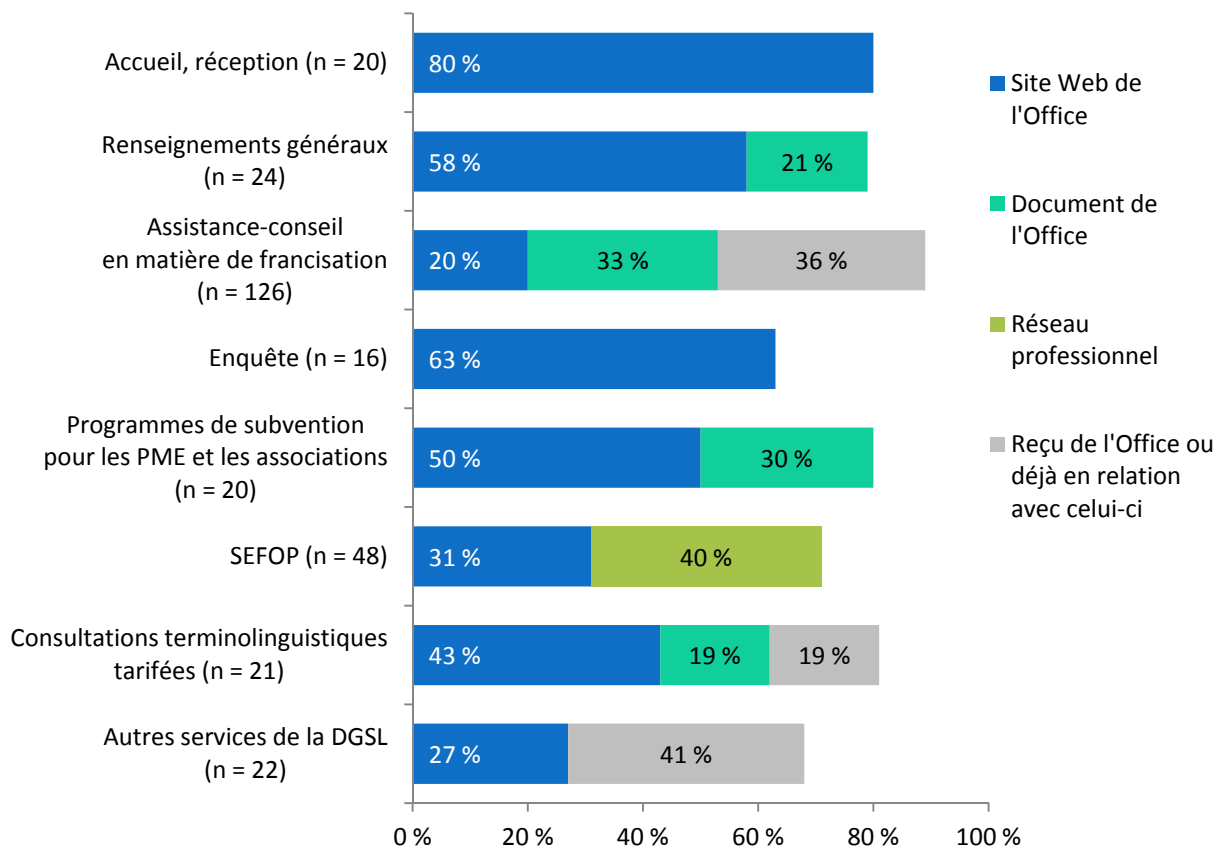
Il est à noter que la source d'information où sont trouvées les coordonnées de l'Office varie selon le type de service utilisé (voir le graphique 3). Le site Web de l'Office est la source principale des personnes qui veulent appeler à l'accueil de l'Office (80 %), de celles qui communiquent avec l'Office pour avoir des renseignements généraux (58 %), de celles qui veulent déposer une plainte concernant une possible

contravention à la Charte (63 %) et de celles qui souhaitent obtenir une consultation terminologique tarifée (43 %). Chez les personnes qui recourent aux services du SEFOP, le réseau professionnel est une source fréquemment nommée (40 %).

Graphique 2. Répartition (en %) des répondants selon la source d'information où sont obtenues les coordonnées de l'Office (n = 320)



Graphique 3. Sources d'information les plus consultées pour obtenir les coordonnées de l'Office selon certains services utilisés



2. QUALITÉ PERÇUE DE LA PRESTATION DE SERVICES

La qualité de la prestation de services a été évaluée selon dix dimensions, qui peuvent être groupées en trois catégories. La première réunit les dimensions fondamentales, à savoir le respect, la confidentialité et la justice. La deuxième regroupe les dimensions relationnelles, soit la fiabilité, l'empathie, l'empressement et l'apparence. Enfin, la troisième comprend les dimensions procédurales, c'est-à-dire l'accessibilité, la clarté du langage et la simplicité des démarches.

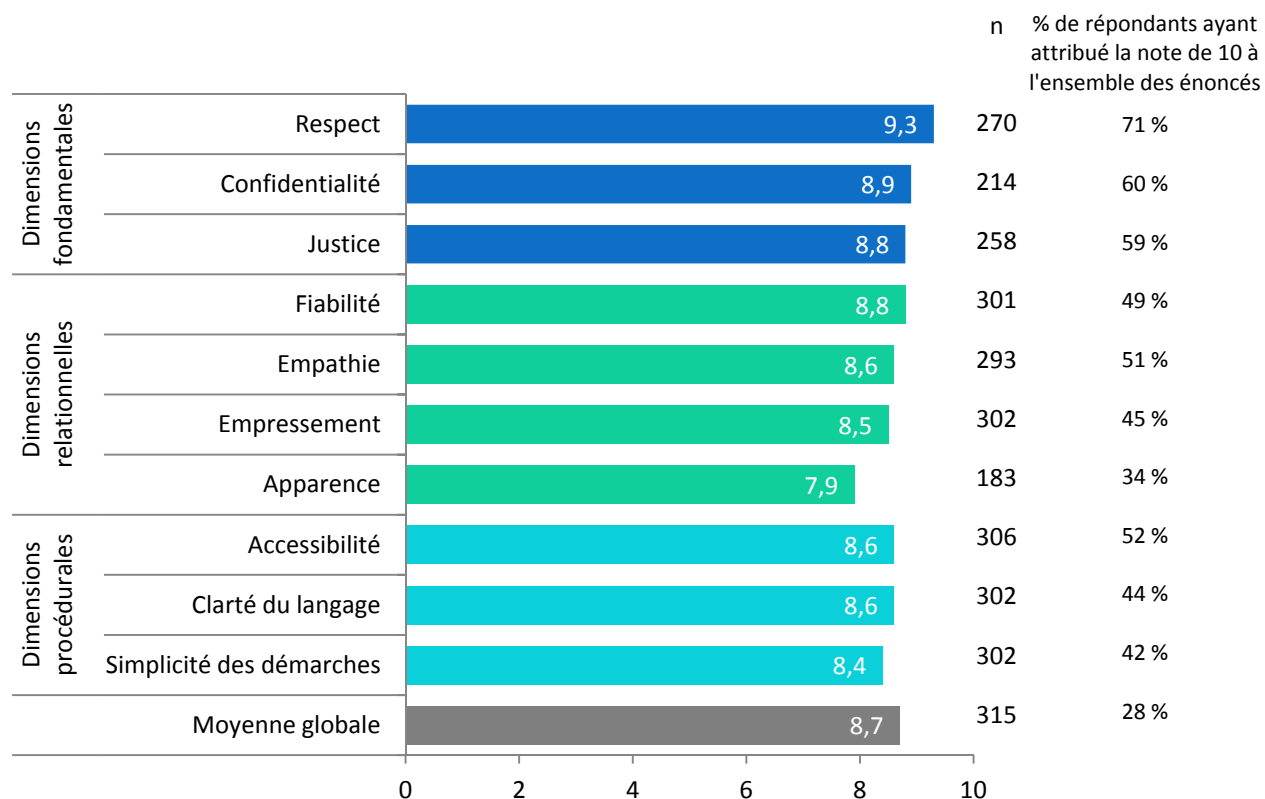
Chaque dimension est évaluée au moyen d'énoncés que les répondants devaient noter à partir d'une échelle de zéro à dix (zéro signifie que la personne est tout à fait en désaccord avec l'énoncé, alors que dix indique qu'elle est tout à fait en accord avec l'énoncé). Les énoncés sont présentés à l'annexe 2.

L'évaluation moyenne de chaque dimension est présentée dans le graphique 4. Il importe de souligner que les évaluations sont élevées. Elles varient de 7,9 à 9,3 sur 10 selon la dimension, et la moyenne globale est de 8,7.

Parmi les aspects de la qualité de la prestation de services évalués, le respect (9,3), la confidentialité (8,9) et la justice (8,8), des dimensions fondamentales, ainsi que la fiabilité (8,8), une dimension relationnelle, sont les plus appréciés. La moitié des répondants ou plus ont donné la note la plus élevée, soit 10, à l'ensemble des énoncés composant chacune de ces dimensions (voir la colonne de pourcentages du graphique 4). Par exemple, dans le cas de la dimension relative au respect, 71 % des répondants ont donné 10 à chacun des énoncés de la dimension.

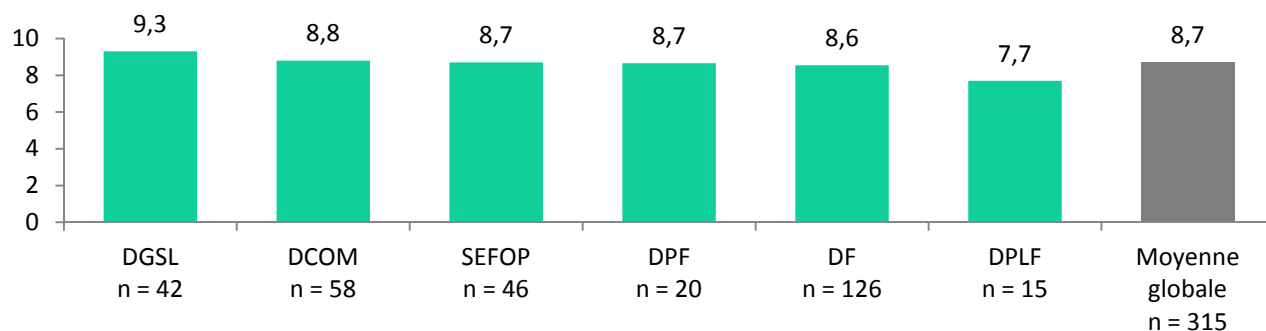
L'apparence des documents, des dépliants et des affiches (7,9) et la simplicité des démarches (8,4) ont été les dimensions les moins bien cotées. Toutefois, il faut remarquer que l'écart entre les évaluations les plus élevées et les moins élevées est faible.

Graphique 4. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions de la qualité de la prestation du dernier service reçu



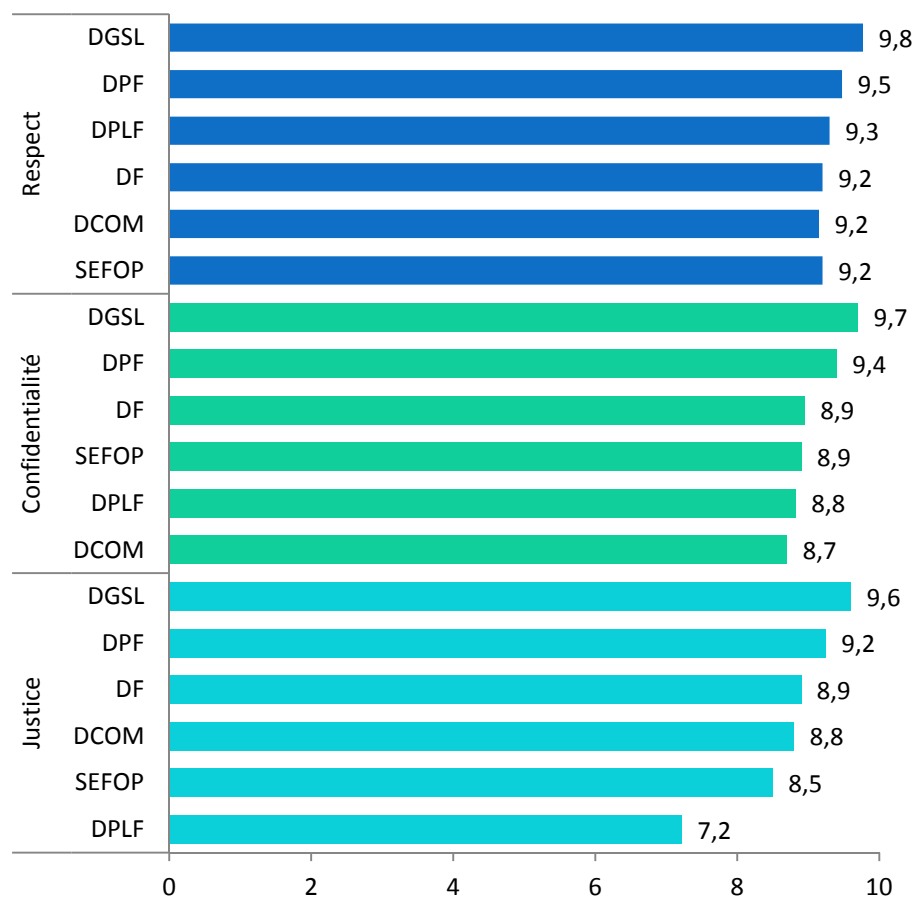
L'évaluation de la qualité de la prestation de services varie légèrement selon l'unité administrative qui la fournit (voir le graphique 5). La DGSL obtient la cote la plus élevée, soit 9,3 sur 10 pour l'ensemble des dimensions. La DCOM, le SEFOP, la DPF et la DF suivent avec des cotes qui varient entre 8,8 et 8,6 respectivement. La DPLF, quant à elle, a obtenu la cote de 7,7. Comme mentionné ci-dessus, les résultats pour la CQS et les SJ ne sont pas présentés en raison du peu de répondants ayant utilisé leurs services.

Graphique 5. Moyenne globale (sur dix) de l'évaluation de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie

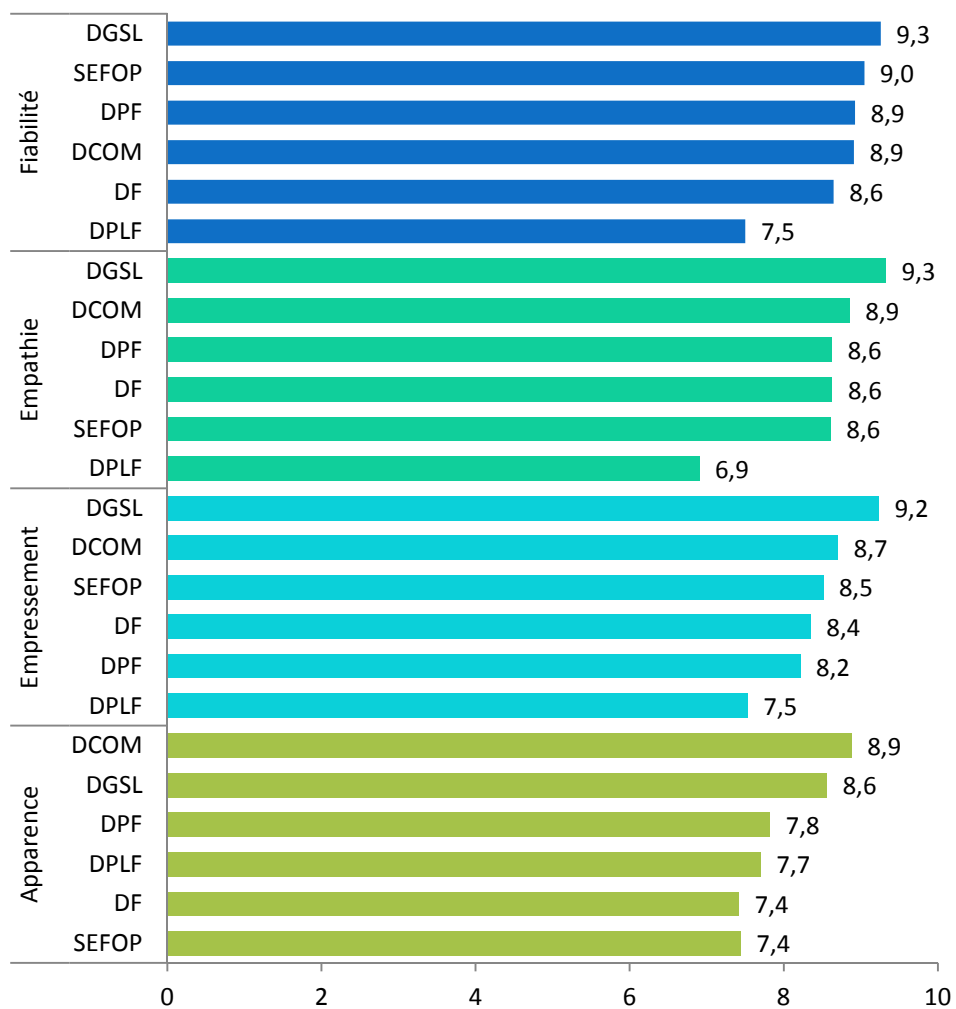


Les graphiques 6, 7 et 8 présentent les évaluations des trois catégories de dimensions de la qualité de la prestation de services (fondamentales, relationnelles et procédurales) selon la direction ou le service l'ayant fournie.

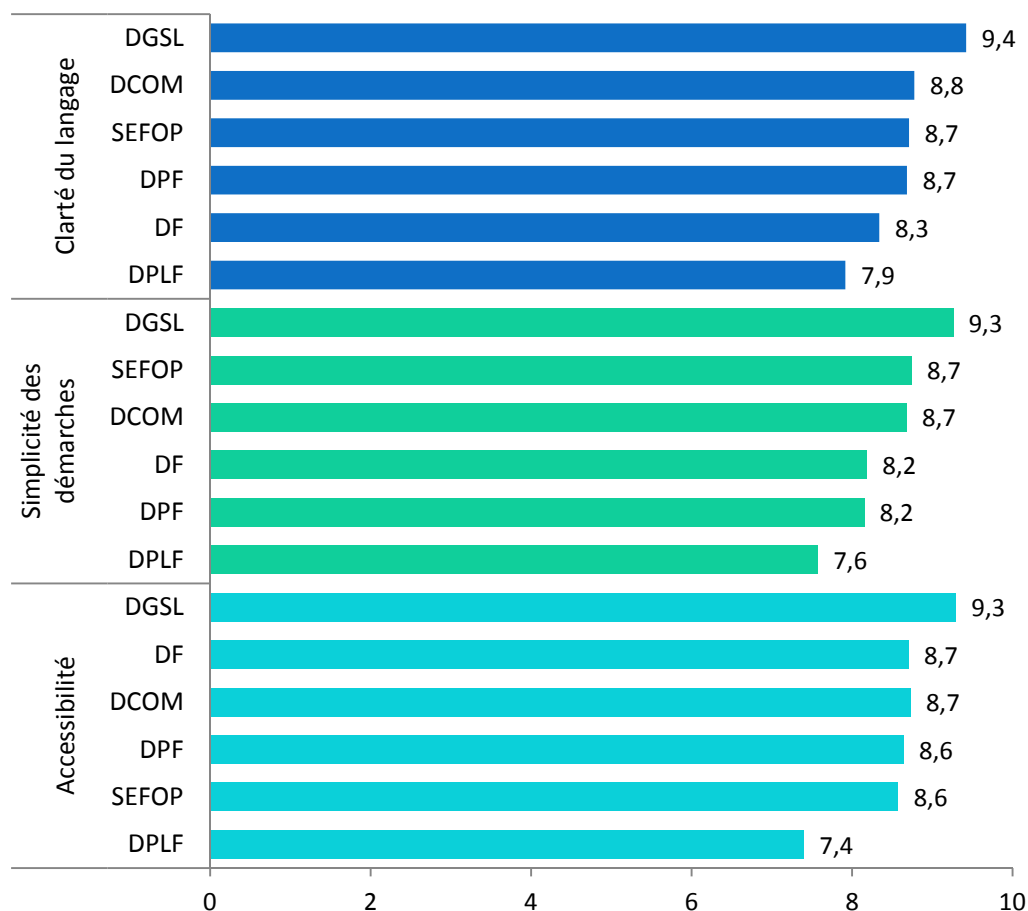
Graphique 6. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions fondamentales de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie



Graphique 7. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions relationnelles de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie



Graphique 8. Évaluation (moyenne sur dix) des dimensions procédurales de la qualité de la prestation de services de l'Office selon l'unité administrative l'ayant fournie



Les répondants étaient également invités à faire des commentaires à l'égard de la qualité de la prestation de services de l'Office. Plusieurs répondants soulignent leur satisfaction à ce sujet :

« La qualité d'écoute et de service du personnel est excellente. »

« Je n'ai que de bons commentaires à cet égard. J'ai eu plus d'information que j'en avais demandé. Je suis plus que satisfaite. Merci pour ce service. »

« J'obtiens toujours l'aide et l'information dont j'ai besoin, et toujours avec célérité. »

Ils font ressortir le professionnalisme, la courtoisie, l'écoute et l'efficacité des employés de l'Office avec qui ils ont été en relation :

« Chaque fois que j'ai eu à communiquer avec l'Office québécois de la langue française, j'ai obtenu un excellent service. On m'a toujours répondu avec courtoisie et j'ai été reçu par des personnes expertes dans leur domaine. »

« Je tiens à mentionner que toutes les fois où j'ai eu besoin des services de l'Office, j'ai eu des réponses rapides et très claires. Je ne peux qu'en remercier l'Office! »

Plusieurs répondants mettent aussi l'accent sur l'utilité, l'importance et le caractère essentiel des services offerts par la DGSL, notamment le service Immédi@t et le Réseau de l'expertise linguistique :

« J'utilise plusieurs fois par jour les outils mis à la disposition des internautes. La Banque de dépannage linguistique est un bijou et le service d'aide aux médias est indispensable pour améliorer la qualité rédactionnelle. [...] »

« Je travaille pour un magazine et les consultations linguistiques sont gratuites pour nous. C'est très apprécié et efficace. Merci! Il ne faudrait pas que ça change! On ne pourrait se payer des consultations tarifées. »

« Les consultations terminologiques sont un service essentiel pour les entreprises qui veulent s'assurer d'utiliser un français impeccable et obtenir une réponse qui leur permet de trancher quand les opinions divergent. En tant que réviseure, je ne saurais me passer de ce service. »

D'autres répondants ont des critiques et des suggestions à formuler quant à la prestation de services de l'Office. Tant les procédures que l'attitude des employés, les façons de faire et les règlements en général sont l'objet de critiques dans ces commentaires. Du côté des procédures, les répondants dénoncent tantôt l'absence de suivi après le dépôt d'une plainte concernant une possible contravention à la Charte, tantôt le peu de détails fournis sur les résultats des examens de français que passent les candidats aux ordres professionnels, tantôt la lenteur et la lourdeur administratives :

« La lourdeur administrative de l'Office nuit à la qualité du service et entraîne des délais de réponse inadéquats. Cela dit, le professionnalisme des conseillers n'est pas remis en cause dans ce commentaire. Ce problème ne leur est pas attribuable. »

Certains répondants soutiennent que la démarche à suivre pour obtenir un certificat de francisation est basée sur des critères « insignifiants » et qu'elle ne tient pas toujours compte de la réalité des entreprises. L'exigence de franciser les boutons « On/Off » sur des appareils est critiquée par plusieurs d'entre eux.

Par ailleurs, deux personnes soulignent l'importance d'avoir de la documentation sur la francisation des entreprises en anglais pour que la direction se trouvant à l'extérieur du Québec puisse la lire. Une autre personne aimerait avoir accès à un service en anglais au SEFOP. Certaines personnes suggèrent de publiciser davantage le service Immédi@t, de rendre le service de consultations terminolinguistiques gratuit, d'enrichir le contenu du GDT et d'approfondir le contenu des fiches. Un répondant aimerait également avoir l'option de recevoir les réponses à ses demandes au Réseau de l'expertise linguistique par courriel. Une personne déplore l'absence des coordonnées du président-directeur général de l'Office et de la ministre responsable de l'organisme sur le site Web.

Un répondant travaillant pour un ordre professionnel, pour sa part, suggère d'améliorer l'offre de services en ligne de l'Office. Il propose notamment que les candidats aux ordres professionnels puissent s'inscrire à leur examen ou à une reprise d'examen, consulter leurs résultats d'examen et faire une demande de renouvellement de permis temporaire en ligne. De plus, il souhaite recevoir les résultats d'examen des candidats par voie électronique (documents Word ou Excel) afin que soit facilitée l'importation de données dans le système informatique de son ordre. Un autre répondant aimerait pouvoir passer l'examen de français à Gatineau.

En ce qui a trait à l'attitude des employés de l'Office, certains répondants dénoncent l'approche axée sur l'inspection plutôt que sur la collaboration, ainsi qu'une attitude qu'ils qualifient de « zélée » chez leurs conseillers en francisation :

« Il y a un esprit de suspicion et "d'enquête" dans la relation. J'ai l'impression qu'il nous faut toujours nous défendre plutôt que de travailler dans la collaboration. Nous sommes jugés coupables avant même le traitement du dossier. »

« "Seigneur et maître" semble être la devise et la philosophie de l'OQLF. Aucun débat possible. C'est LEUR décision qui est LA référence, sans justification. »

Deux répondants rapportent avoir été traités de façon condescendante et négligente par un employé de l'Office. Certaines personnes sont insatisfaites, car elles n'ont pas reçu de réponse de l'Office ou que la réponse qui leur a été fournie était incomplète. Dans le cas des usagers des services de la DGSL, certains répondants, tout en soulignant l'excellence du service reçu, remarquent que l'Office n'était pas en mesure de répondre de façon satisfaisante à leur demande. Selon eux, cela est dû soit à la complexité de la question, qui demandait beaucoup de recherches alors que les ressources nécessaires pour les effectuer n'étaient peut-être pas disponibles, soit à la méconnaissance de la réalité des utilisateurs du service.

Par ailleurs, quelques personnes critiquent ce qu'elles qualifient d'inaction de l'Office, qu'elles expliquent par l'absence de volonté politique. Elles considèrent que l'organisme pourrait et devrait agir pour corriger les situations qui sont portées à sa connaissance par les plaintes des citoyens :

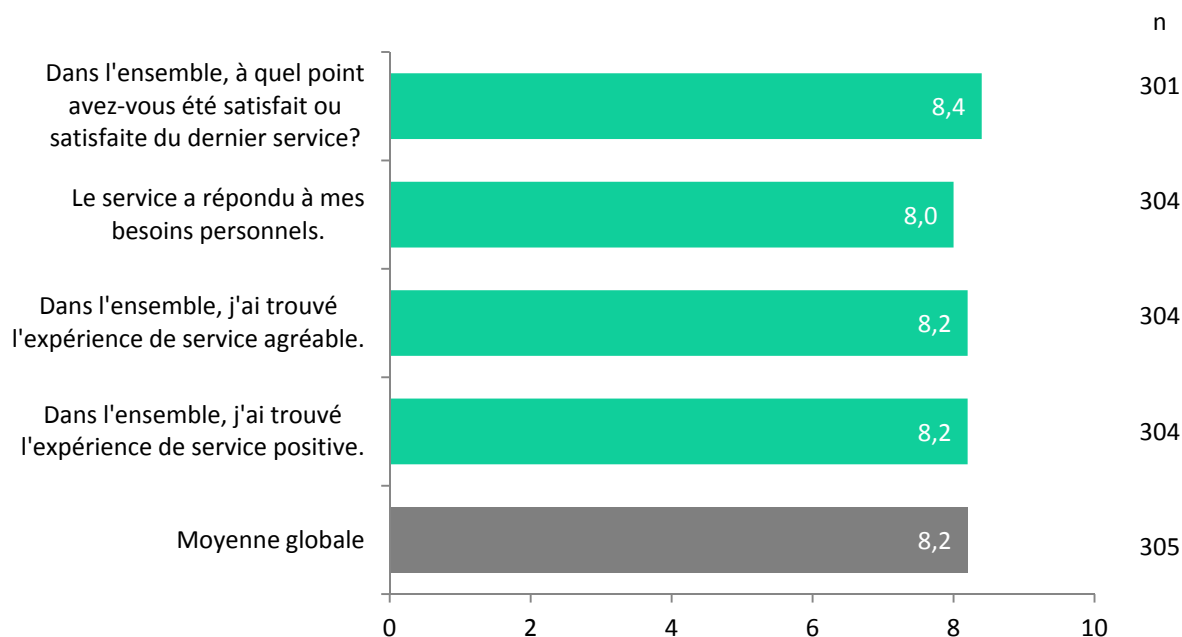
« J'estime que depuis l'événement du Buonanotte, l'Office québécois de la langue française a changé au point de chercher à éviter d'appliquer la loi, par peur de créer de la discorde. Ce n'est pas à son honneur du tout. Je comprends qu'il ne doive pas y avoir d'exagération, mais une contravention demeure une contravention et lorsqu'il y en a, il doit y avoir une correction. »

« L'OQLF doit redorer son blason parce que, depuis de nombreuses années, il a fait preuve d'une indifférence totale à l'égard de son mandat. Pis, il a trouvé le moyen de dépasser les échéances, de façon à pouvoir nous dire que la plainte était caduque, faute de temps. De quoi en froisser plus d'un. De fait, on sentait la mainmise politique qui a mené jusqu'à la nomination partisane des juges, comme on le sait maintenant. »

3. SATISFACTION GLOBALE

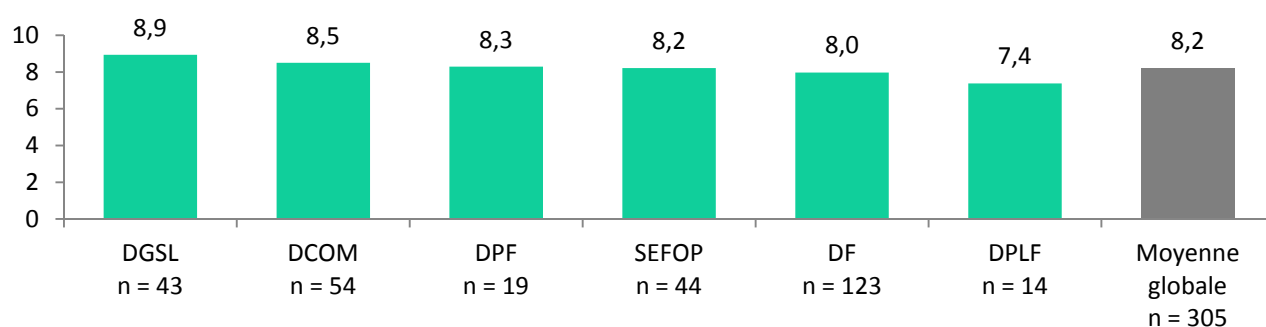
Après avoir évalué les différentes dimensions de la qualité de la prestation de services, les répondants ont indiqué leur degré de satisfaction globale à l'égard du dernier service reçu. Comme en témoigne le graphique 9, dans l'ensemble, la plupart des répondants se disent satisfaits, la moyenne globale de la satisfaction, calculée à partir d'une question et de trois énoncés, étant de 8,2 sur 10.

Graphique 9. Évaluation (moyenne sur dix) de la satisfaction globale des répondants



Le graphique 10 présente le niveau de satisfaction des répondants selon l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation. Les usagers des services de la DGSL sont les plus satisfaits (8,9), alors que ceux de la DPLF sont ceux qui le sont le moins (7,4). Toutefois, il faut noter que le nombre de répondants ayant utilisé les services de la DPLF est faible.

Graphique 10. Évaluation (moyenne sur dix) de la satisfaction globale des répondants selon l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation



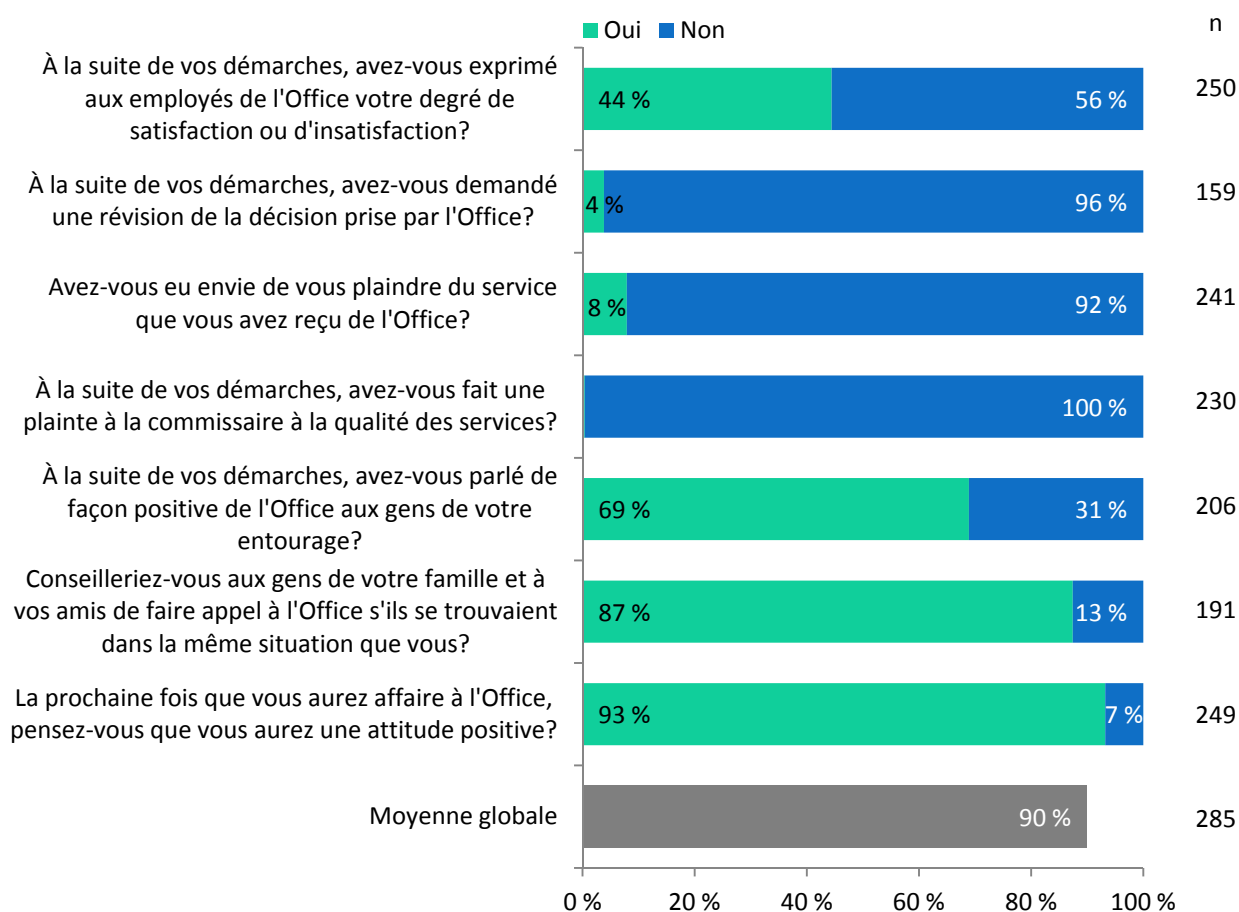
Par ailleurs, comme en témoigne la valeur élevée du coefficient de corrélation de Pearson⁴ ($r = 0,79$, $p = 0,000$), la satisfaction globale des répondants est fortement corrélée avec l'évaluation de la qualité de la prestation de services. Autrement dit, l'appréciation de l'expérience du répondant est directement liée à sa satisfaction globale par rapport au service reçu.

4. Ce coefficient permet de vérifier le niveau d'association entre deux variables. Il peut prendre des valeurs allant de -1 à +1. Plus sa valeur s'approche de -1 ou de +1, plus l'association entre deux variables est forte. Au contraire, la valeur proche de zéro signifie l'absence de lien entre les variables.

4. CONSÉQUENCES

Le questionnaire proposé aux répondants comportait une série de questions sur les conséquences de leurs démarches auprès de l'Office. Le graphique 11 rend compte des réponses aux questions et de la moyenne globale⁵ des résultats. Nous constatons que seulement une faible minorité de répondants ont demandé une révision de la décision prise par l'Office (4 %), ont eu envie de se plaindre du service reçu (8 %) ou ont fait une plainte à la commissaire à la qualité des services (0,4 %). La plupart des répondants ont parlé de façon positive de l'Office après leur expérience (69 %). Près de neuf répondants sur dix disent qu'ils conseilleraient aux gens de leur entourage de faire appel à l'Office s'ils se trouvaient dans la même situation qu'eux (87 %) et qu'ils auraient une attitude positive lors de la prochaine prise de contact avec l'Office (93 %).

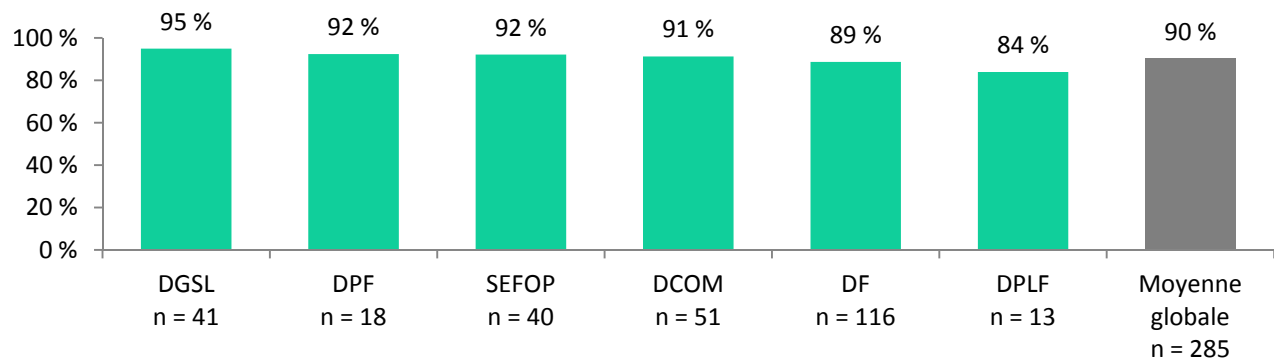
Graphique 11. Conséquences des démarches des répondants auprès de l'Office



5. La moyenne globale est basée sur l'ensemble des questions de cette section, à l'exception de la première, pour laquelle il n'est pas possible d'établir s'il s'agit d'une conséquence positive ou négative. La moyenne par répondant peut aller de zéro à cent. Zéro signifie que la personne a répondu affirmativement aux questions concernant la révision de la décision, l'envie de porter plainte et le dépôt d'une plainte auprès de la commissaire à la qualité des services, et qu'elle a répondu négativement aux trois autres questions, qui concernent le fait de parler de façon positive de l'Office, de conseiller aux autres de faire appel à l'Office et d'avoir une attitude positive lors de la prochaine prise de contact. Une moyenne égale à zéro témoigne donc d'une expérience dont les conséquences ont été négatives. À l'opposé, une moyenne égale à cent signifie que le répondant a réagi de façon positive à son expérience avec l'Office.

Le graphique 12 présente l'évaluation moyenne globale des répondants au sujet des conséquences de leurs démarches, selon l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation. Nous constatons que, dans le cas de la DGSL (95 %), de la DPF (92 %), du SEFOP (92 %) et de la DCOM (91 %), les répondants ont rapporté moins de conséquences négatives que dans le cas de la DF (89 %) et de la DPLF (84 %).

Graphique 12. Conséquences des démarches des répondants selon l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation



Normalement, une mauvaise appréciation de la qualité de la prestation de services, donc une insatisfaction ou une faible satisfaction à la suite de l'expérience, peut se traduire par des conséquences négatives, telles qu'une plainte faite à la commissaire à la qualité des services, une demande de révision de la décision rendue ou encore une mauvaise opinion sur l'organisation. Dans le cas de notre étude, la valeur relativement élevée du coefficient de corrélation de Pearson ($r = 0,64$, $p = 0,000$) entre l'évaluation moyenne de la satisfaction globale des répondants et l'évaluation moyenne des conséquences montre que ces variables sont effectivement corrélées. Ainsi, compte tenu de la satisfaction élevée des répondants, il n'est pas étonnant de constater que leur expérience auprès de l'Office a entraîné peu de conséquences négatives.

5. IMAGE ORGANISATIONNELLE

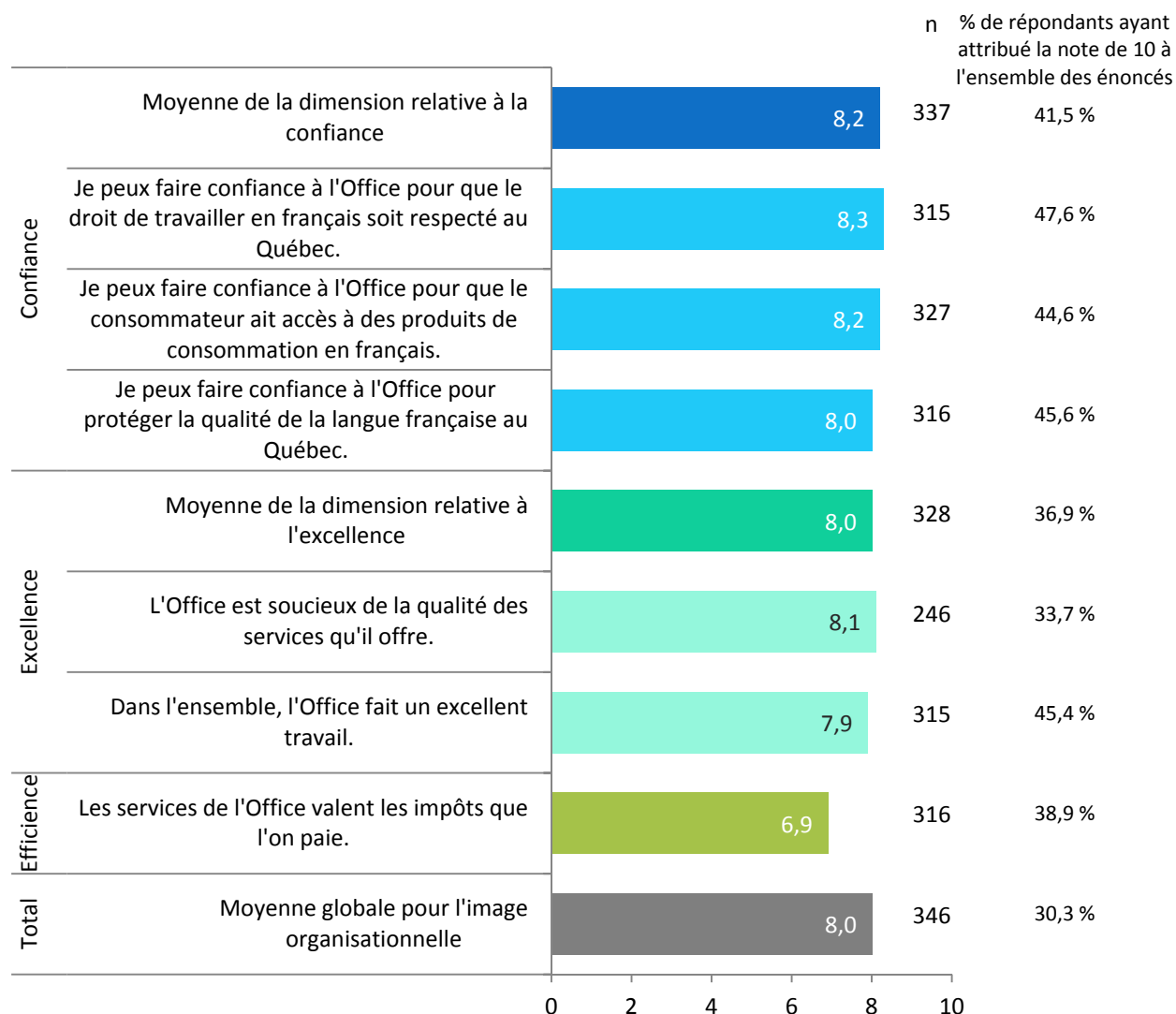
À la fin du questionnaire, les répondants étaient invités à indiquer dans quelle mesure ils étaient d'accord ou non à l'égard d'une série d'énoncés relatifs à l'image de l'Office. La confiance en l'organisme ainsi que la perception de son efficacité et de son excellence sont des dimensions qui ont alors été mesurées.

Le graphique 13 rend compte des résultats. La perception de l'image de l'Office est plutôt positive, la moyenne globale étant de 8,0 sur 10. La dimension relative à la confiance en l'organisme est celle qui est la mieux notée (8,2). Les répondants font confiance à l'Office pour que le droit de travailler en français soit respecté (8,3), que le consommateur ait accès à des produits en français (8,2) et que la langue française soit protégée au Québec (8,0). L'excellence du travail de l'Office est, elle aussi, reconnue par les répondants (8,0). En ce qui a trait à l'efficacité de l'Office, mesurée à l'aide de l'énoncé « Les services de l'Office valent les impôts que l'on paie », les répondants donnent une note moyenne de 6,9.

Il est à noter qu'environ 11 % des répondants ont indiqué ne pas avoir d'opinion quant à la confiance qu'ils ont envers l'Office et quant à l'excellence de son travail. Pour ce qui est de son efficacité, cette proportion était d'environ 30 %.

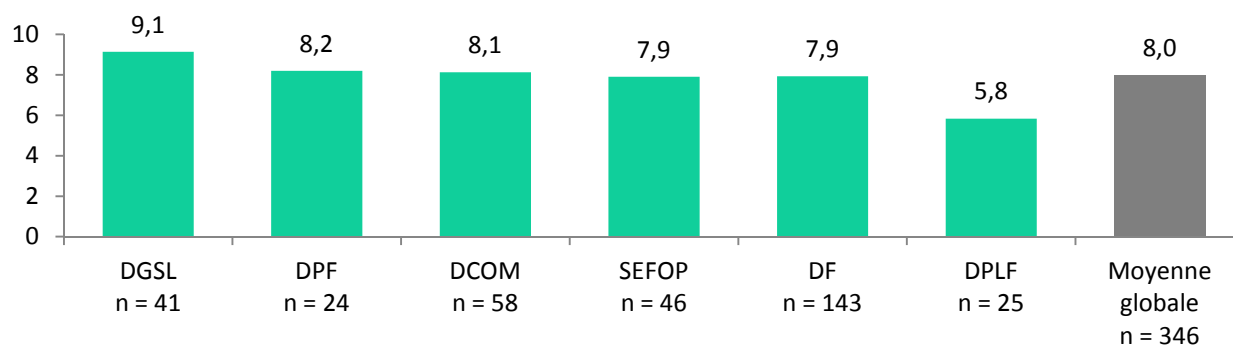
Comme en témoigne le coefficient de corrélation de Pearson élevé ($r = 0,73$, $p = 0,000$), le niveau de satisfaction globale des répondants est lié à leur opinion relative à l'image de l'Office. Plus leur niveau de satisfaction est élevé, plus ils ont une perception positive de l'Office et de son travail.

Graphique 13. Évaluation (moyenne sur dix) des différentes dimensions de l'image organisationnelle de l'Office



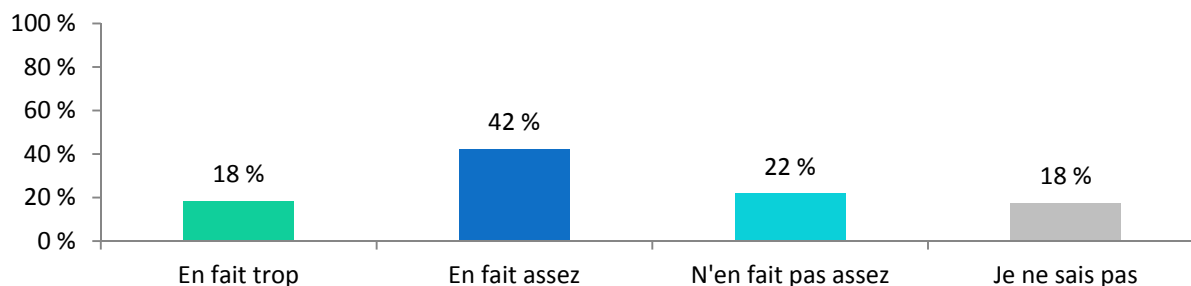
Par ailleurs, la perception de l'image de l'Office varie en fonction de l'unité administrative avec laquelle la personne a été en relation (voir le graphique 14). Ainsi, les usagers des services de la DGSL ont une perception plus positive de l'Office (9,1) que les autres répondants. Cela pourrait être lié à la nature des services offerts : la DGSL fournit aux usagers qui communiquent avec l'Office des réponses à des questions linguistiques. Ainsi, les usagers sont en relation avec l'Office de façon volontaire. À l'opposé, les services offerts par la DF et le SEFOP s'inscrivent, pour la plupart, dans un processus qui est obligatoire pour les usagers et qui n'est pas toujours souhaité par ces derniers. Quant à elle, la DPLF se démarque des autres unités : elle reçoit l'évaluation la plus basse, soit 5,8 sur 10. Il faut toutefois noter que peu de répondants ont été en relation avec cette direction.

Graphique 14. Moyenne globale de la perception de l'image de l'Office selon l'unité administrative avec laquelle le répondant a été en relation

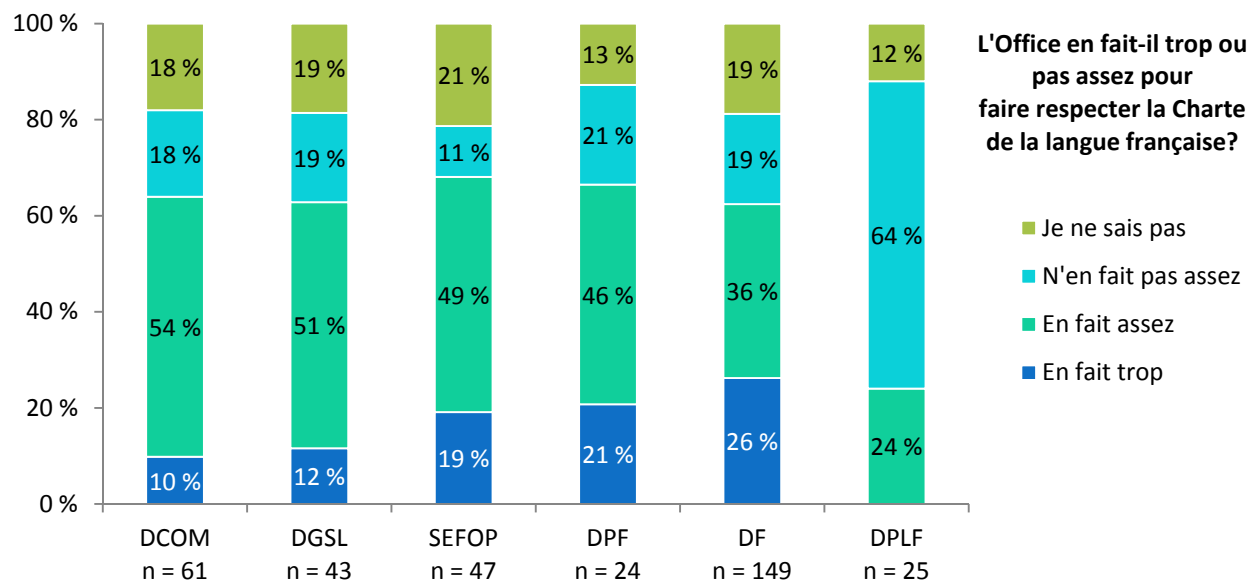


Enfin, les répondants devaient indiquer si l'Office en faisait trop, assez ou pas assez pour faire respecter la Charte. Comme le montre le graphique 15, 42 % des répondants considèrent que l'Office en fait assez, 18 % pensent qu'il en fait trop, 22 % croient qu'il n'en fait pas assez et 18 % ne se sont pas prononcés. L'opinion des répondants varie selon l'unité avec laquelle ils ont été en relation et, donc, selon la nature du service qu'ils ont utilisé. Comme l'illustre le graphique 16, les usagers des services de la DF (26 %), de la DPF (21 %) et du SEFOP (19 %) sont plus enclins à penser que l'Office en fait trop pour le respect de la Charte que les répondants qui ont été en relation avec la DCOM (10 %), la DGSL (12 %) ou la DPLF (0 %). À l'opposé, la majorité des personnes ayant eu recours aux services de la DPLF (64 %) considèrent que l'Office n'en fait pas assez.

Graphique 15. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » (n = 358)



Graphique 16. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » et l'unité administrative avec laquelle ils ont été en relation



Après avoir répondu à cette question, les répondants étaient invités à faire des commentaires. Plusieurs d'entre eux ont ainsi pu nuancer leurs réponses et nous transmettre leur opinion au sujet de l'Office.

Certains répondants ont mentionné que la question n'était pas de savoir si l'Office en faisait trop ou pas assez, mais de savoir comment et où il agissait :

« Concernant la question précédente, l'OQLF en fait-il assez ou pas assez, j'ai répondu "je ne sais pas", car j'aurais coché à la fois "en fait trop" et "n'en fait pas assez"... Je trouve qu'il n'applique pas la loi de façon uniforme et systématique pour les "gros", ou alors qu'il tue une minuscule mouche avec un canon. »

À ce sujet, plusieurs personnes considèrent que l'Office devrait prendre davantage de mesures relatives à l'affichage public et à la place du français dans l'affichage. D'autres personnes suggèrent que l'Office soit proactif tant pour bâtir son image auprès de la population que pour promouvoir le français. Elles pensent que la francisation de l'affichage ne permet pas de protéger la langue française et qu'il faut plutôt se concentrer sur l'étiquetage des produits, la langue de service dans les commerces, la qualité de la langue dans la presse et dans les publicités, l'éducation des jeunes, notamment en leur donnant l'envie de lire et d'être fiers de leur langue :

« [L'Office] en fait trop, mais mal. Je lis encore dans les journaux des expressions anglaises, noyées dans du texte français dont je ne connais pas le sens. Et des mots français courants sont carrément absents du dictionnaire de l'OQLF. »

« J'aimerais que les efforts et les priorités soient davantage concentrés sur les produits vendus aux consommateurs (étiquettes, ingrédients en bon français) et les services à la clientèle dans les commerces, plutôt que sur les noms et les enseignes d'entreprises... »

Par ailleurs, plusieurs personnes trouvent que l'Office choisit mal ses priorités et ses combats. Ainsi, elles considèrent que le processus de francisation est trop lourd pour les petites entreprises et pour celles qui fonctionnent principalement en français. À leur avis, l'organisme devrait assouplir les exigences à l'égard

de celles-ci pour tenir compte de leur contexte, et concentrer davantage ses efforts auprès des entreprises susceptibles de contrevenir à la Charte :

« L'Office québécois de la langue française en fait trop, selon moi. Nous travaillons dans un environnement de travail où le français est respecté, bien qu'il y ait des bureaux anglophones à l'extérieur du Québec. La démarche pour obtenir le certificat de francisation a été relativement simple, mais certains critères me paraissent vraiment superflus. »

« Dans certains domaines très spécialisés, les services dont nous avons besoin sont rendus par des entreprises qui sont situées un peu partout sur la planète. Exiger de recevoir d'elles des services en français (ou des manuels, des logiciels, etc.) est absurde. C'est pourtant des demandes de ce type que notre entreprise reçoit de l'OQLF. [...] »

Un des répondants pense que l'Office devrait voir plus globalement la situation et ne pas se concentrer sur des détails lorsqu'il s'agit de la francisation des entreprises. Il suggère également que l'Office agisse davantage auprès des fournisseurs et qu'il privilégie une approche basée sur la collaboration avec les entreprises.

De plus, plusieurs personnes croient que l'Office en fait trop pour le respect de la Charte et qu'il nuit ainsi à l'économie du Québec, les contraintes imposées aux entreprises diminuant leur compétitivité :

« Je trouve que l'Office ne rend pas service aux Québécois. Il nuit à l'économie québécoise en général. Le Québec était le centre économique du Canada avant la mise en place de la "loi 101". Le Québec a souffert beaucoup depuis son instauration. »

À l'opposé, d'autres personnes trouvent que l'Office n'en fait pas assez et expliquent cela par l'absence de volonté politique et par le manque de ressources financières. L'organisme est perçu comme pusillanime :

« L'Office québécois de la langue française n'a pas assez de ressources pour protéger les intérêts des Québécois et pour faire valoir sa mission, qui consiste à défendre le français correctement. La volonté politique n'y est pas. »

Plusieurs répondants demandent plus de souplesse et d'ouverture dans l'application des règlements et dans l'attitude du personnel de l'Office :

« L'Office est souvent vu comme une Gestapo de la langue, sans nuance, sans ouverture. Dommage, car ce n'est pas l'image qu'il devrait avoir. Il est vrai, toutefois, que l'on a parfois l'impression que l'Office n'est pas ouvert à l'idée de nuancer les choses (p. ex., en tant que mandataire, je réalise que la mission de mon organisation ne lui permet pas d'être totalement conforme à la politique linguistique). Mais mon organisation a l'impression que si ce point est soulevé, elle n'aura droit qu'à des récriminations et non à une aide. »

« Peut-être que faire preuve d'un peu plus de souplesse et d'humanité serait à l'avantage de l'OQLF et de son image. Une langue vit, bouge, évolue. Et le français est une langue vivante. Expliquer le bon français, en faire la promotion, et en être fier, c'est excellent! Condamner d'autres langues, par contre, c'est ne pas être ouvert à la différence et à toute la richesse qu'on peut en tirer. »

« Bien évidemment, il est parfois difficile d'appliquer la politique de l'Office. Il y a souvent une différence entre la réalité dans laquelle on vit et sa politique. Un peu plus de souplesse dans certains dossiers servirait mieux l'Office. »

Les personnes qui ont porté plainte à l'Office pour signaler une possible contravention à la Charte critiquent l'utilisation de la poste pour envoyer une lettre qui confirme la réception de la plainte, car elles

considèrent ce geste comme irrespectueux de l'environnement. L'envoi d'un courriel serait, selon elles, une meilleure option. De plus, elles dénoncent l'absence de suivi et le peu d'information qui leur est fourni. Cela leur donne l'impression que l'Office n'agit pas à la suite de leur signalement et qu'il ne fait pas son travail :

« On ne pouvait rien me dire sur ma plainte... délais de résolution, avancement du dossier, personne chargée de ma plainte... On m'a seulement dit que si je n'étais pas satisfait, il me fallait faire une demande d'accès à l'information. Quand j'ai demandé quelles informations me seraient fournies si je faisais une demande, la personne ne le savait pas. »

« [...] Que fait l'Office? La plainte qui a fait l'objet de mon rappel avait été déposée par des travailleurs. Cela fait plusieurs mois et il semble qu'on n'y ait pas donné suite. Qu'est-ce que vous faites, exactement? J'aimerais le savoir. Comme j'aimerais sentir que vous vous préoccupez d'être plus que des paravents. Et c'est malheureusement l'impression que j'ai. [...] »

Les répondants qui ont utilisé les services du SEFOP ont également formulé quelques critiques. L'un d'eux estime que les examens sont désuets et qu'ils « ne valident pas les compétences langagières spécialisées pour les professions ». Un autre répondant trouve que l'obligation de passer des examens est une mesure discriminatoire envers les « minorités de notre société ». Un candidat aux ordres professionnels considère par ailleurs que les exigences de l'Office relatives à la connaissance du français sont trop élevées.

Un des commentaires porte sur le GDT. La personne croit qu'il pourrait être plus attrayant visuellement et que son vocabulaire technologique devrait être plus à jour.

La question de la présence de l'Office en région a aussi été abordée. Selon un répondant, l'Office n'est pas connu en région. De ce fait, la population ne le considère pas comme utile, surtout dans un milieu où le français prédomine. Un autre répondant croit que l'Office devrait être plus présent en région pour veiller au respect de la Charte.

Quelques autres commentaires portent sur des cas particuliers d'entreprises en processus de francisation. Une personne dénonce le fait que certaines entreprises parmi ses concurrents déclarent un nombre d'employés erroné pour éviter le processus de francisation. Elle trouve « inquiétant » que l'Office ne puisse pas accéder aux données de Revenu Québec à ce sujet. Un autre répondant dénonce le fait que le traitement du dossier de son entreprise a été interrompu pendant un an, parce que son conseiller en francisation était en congé de maladie. Il aurait préféré qu'un suivi soit effectué par un autre conseiller pendant l'absence du sien. Enfin, une personne critique le travail de son conseiller en francisation. Elle considère que, lors de sa visite, celui-ci n'a pas pris en compte le fait que l'usage de l'anglais était très répandu dans l'entreprise où elle travaillait.

6. NIVEAU DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE DES AUTRES MINISTÈRES ET ORGANISMES

Plusieurs ministères et organismes de la fonction publique québécoise se donnent des objectifs relatifs à la satisfaction de leur clientèle et à la qualité des services qu'ils offrent. Ils rendent généralement compte des résultats dans leur rapport annuel de gestion.

L'indicateur utilisé pour mesurer le niveau de satisfaction de la clientèle peut toutefois varier d'une organisation à l'autre, et la méthodologie employée pour le calcul des résultats n'est pas toujours expliquée dans le rapport annuel de gestion. Ainsi, parmi les résultats que nous avons trouvés, nous présentons uniquement ceux que nous jugeons comparables, du point de vue de la méthodologie, aux nôtres.

Il faut toutefois noter que la comparabilité des résultats peut également être affectée par la taille de l'organisme ou du ministère et la nature des services offerts (les services à proprement parler, comme les consultations terminologiques, ou les services qui découlent d'une obligation liée à la loi, comme l'assistance-conseil en matière de la francisation). Par conséquent, les données sont présentées à titre informatif.

Comme le montre le tableau 2, la performance de l'Office semble comparable à celle des autres ministères et organismes.

Tableau 2. Performance de certains ministères et organismes de la fonction publique québécoise relative au niveau de satisfaction de la clientèle et à la qualité de la prestation de services

Ministère ou organisme	Année	Satisfaction globale de la clientèle	Qualité perçue des services
Régie des rentes du Québec	2014	8,25/10	8,2/10
Société de l'assurance automobile du Québec	2014	8,2/10	-
Régie des alcools, des courses et des jeux	2014	-	8,8/10
Commission de la fonction publique	2013-2014	6,9/10	-
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation	2013-2014	8,5/10	-
Office de la protection du consommateur	2012	8,8/10	9,2/10
	2010	8,2/10	-
Office québécois de la langue française	2015	8,2/10	8,7/10

7. TRANSMISSION DE LA RÉPONSE DE L'OFFICE À DES PLAINTES CONCERNANT UNE POSSIBLE CONTRAVENTION À LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

Nous avons voulu savoir par quel moyen l'Office avait communiqué avec les répondants ayant déposé une plainte relative à une possible contravention à la Charte, et quel était le moyen de communication qu'ils préféreraient. Le tableau 3 montre les résultats. Il faut noter que le nombre de répondants concernés est très faible.

Tableau 3. Moyens de communication utilisés et préférés pour l'envoi d'une réponse à une plainte

Moyen de communication	Par quel moyen l'Office a-t-il communiqué avec vous?	Si vous aviez à recommencer, par quel moyen préféreriez-vous recevoir une communication de l'Office?	
	n	le même moyen	un moyen différent
Poste	11	4	7 (préféreraient le courriel)
Courriel	5	4	1 (préférerait la poste)
Téléphone	1	0	1 (préférerait le courriel)
L'Office n'a pas communiqué avec moi	3	-	-
Nombre total	20	8	9

Dans leurs commentaires, plusieurs répondants expriment le souhait que leur plainte fasse l'objet d'un meilleur suivi. Une personne souligne la rapidité avec laquelle on a traité son dossier, ce qu'elle considère comme une amélioration de la part de l'Office. Un autre répondant soutient que l'Office juge rarement les plaintes fondées, ce qui le fait douter de sa volonté de faire respecter la Charte. Une autre personne croit que l'Office est limité dans son action auprès des contrevenants et s'interroge sur l'utilité de porter plainte.

CONCLUSION

Le sondage effectué auprès de la clientèle de l'Office québécois de la langue française a permis de mesurer la qualité perçue des services offerts, le niveau de satisfaction globale des répondants et leur opinion quant à l'image de l'organisme.

Les résultats révèlent que les répondants sont globalement satisfaits du dernier service reçu, la moyenne attribuée aux énoncés relatifs à la satisfaction étant de 8,2 sur 10 (0 correspond au désaccord complet et 10 à l'accord complet). La qualité de la prestation de services est également appréciée des répondants, les énoncés relatifs à celle-ci ayant reçu la note moyenne de 8,7.

Toutefois, certains aspects de la prestation de services sont moins bien cotés. En effet, malgré une moyenne relativement élevée de 8,4, la dimension relative à l'empressement du personnel pourrait être améliorée, puisque plusieurs aspects de cette dimension ont reçu des notes inférieures à 8. Il s'agit notamment de l'empressement du personnel à aider la clientèle à résoudre un problème lorsqu'elle en a un (7,7) et à la diriger vers des ressources appropriées lorsque sa demande ne relève pas de la compétence de l'Office (7,8). Les répondants sont également moins d'accord avec l'énoncé voulant que les employés de l'Office n'aient pas hésité à faire les premiers pas pour leur venir en aide (7,9).

Par ailleurs, la facilité à remplir les formulaires de l'Office (7,8), l'apparence des documents, des dépliants et des affiches de l'organisme (7,9) ainsi que le soin d'expliquer ce que l'Office fait avec les renseignements personnels de ceux et celles qui utilisent ses services (7,4) devraient aussi faire l'objet d'une attention particulière de la part de l'organisme, puisque ce sont ces aspects de la prestation de services qui sont les moins appréciés des répondants.

En ce qui a trait à l'image de l'Office, la perception des répondants est plutôt positive, la moyenne globale pour cet aspect étant de 8,0 sur 10. La confiance en l'organisme est la dimension de l'image la mieux perçue (8,2). L'efficacité est, quant à elle, moins bien cotée (6,9). Ces résultats pourraient aider l'Office à orienter ses actions futures de façon à améliorer la perception de la clientèle à son égard.

En somme, les résultats du sondage révèlent un degré élevé de satisfaction des répondants relativement aux services de l'Office. Leurs nombreux commentaires et suggestions permettront d'ailleurs à l'organisme de trouver des pistes de solution en vue d'améliorer sa prestation de services.

ANNEXE 1. CARACTÉRISTIQUES INDIVIDUELLES DES RÉPONDANTS

Le tableau ci-dessous présente la répartition des répondants selon certaines de leurs caractéristiques individuelles.

Caractéristiques	Catégories	%	Nombre
Sexe	Féminin	69 %	239
	Masculin	31 %	106
		100 %	345
Groupe d'âge	Moins de 35 ans	16 %	55
	De 35 à 44 ans	25 %	89
	De 45 à 54 ans	31 %	109
	55 ans ou plus	28 %	96
		100 %	349
Sexe et groupe d'âge			
Féminin	Moins de 35 ans	18 %	43
	De 35 à 44 ans	28 %	65
	De 45 à 54 ans	31 %	73
	55 ans ou plus	23 %	54
		100 %	235
Masculin	Moins de 35 ans	10 %	10
	De 35 à 44 ans	19 %	20
	De 45 à 54 ans	33 %	35
	55 ans ou plus	38 %	40
		100 %	105
Langue la plus souvent parlée à la maison	Français	87 %	308
	Anglais	4 %	13
	Autre langue (seule ou avec le français ou l'anglais)	7 %	24
	Français et anglais	2 %	9
		100 %	354
Langues maîtrisées	Français (seul ou avec une langue autre que l'anglais)	31 %	110
	Anglais (seul ou avec une langue autre que le français)	1 %	3
	Français et anglais	52 %	186
	Français, anglais et langue tierce	16 %	58
		100 %	357
Niveau de scolarité	Secondaire	8 %	28
	Cégep	14 %	49
	Université (1 ^{er} cycle)	45 %	159
	Université (2 ^e ou 3 ^e cycle)	33 %	116
		100 %	352
Région de résidence	Abitibi-Témiscamingue	3 %	9
	Bas-Saint-Laurent	1 %	2
	Capitale-Nationale	20 %	71
	Centre-du-Québec	3 %	11

Caractéristiques	Catégories	%	Nombre
	Chaudière-Appalaches	5 %	19
	Côte-Nord	1 %	3
	Estrie	5 %	18
	Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	0 %	1
	Lanaudière	3 %	11
	Laurentides	3 %	11
	Laval	6 %	20
	Mauricie	2 %	7
	Montérégie	14 %	50
	Montréal	31 %	108
	Outaouais	2 %	6
	Saguenay–Lac-Saint-Jean	1 %	4
		100 %	351

ANNEXE 2. ÉNONCÉS RELATIFS À LA QUALITÉ DE LA PRESTATION DE SERVICES

Chaque dimension de la qualité de la prestation de services a été mesurée à partir de plusieurs énoncés. Les notes moyennes pour chaque dimension et chaque énoncé sont présentées ci-dessous.

Dimensions et énoncés y associés	Note moyenne (sur 10)	Nombre de répondants
1. Accessibilité (4 énoncés)	8,6	306
- J'ai trouvé facile de joindre un préposé ou une préposée du service téléphonique.	8,6	112
- J'ai trouvé facile de joindre une personne en mesure de fournir le service dont j'avais besoin.	8,6	261
- Dans l'ensemble, j'ai trouvé que le service était facilement accessible.	8,6	299
- J'ai trouvé que les bureaux de l'Office étaient facilement accessibles.	8,2	10
2. Simplicité des démarches (3 énoncés)	8,4	302
- Les démarches pour obtenir le service étaient faciles à effectuer.	8,6	287
- Les formulaires étaient faciles à remplir.	7,8	169
- Le nombre d'étapes pour obtenir le service était raisonnable.	8,4	253
3. Clarté du langage (3 énoncés)	8,6	302
- Le vocabulaire utilisé dans les formulaires ou la documentation était facile à comprendre.	8,4	153
- L'information reçue était facile à comprendre.	8,6	297
- La décision (ou la réponse) de l'Office au sujet de ma plainte (ou de ma demande) était facile à comprendre.	8,4	180
4. Respect (2 énoncés)	9,3	270
- Les employés ont été polis avec moi.	9,3	269
- Les employés m'ont traité avec respect.	9,3	269
5. Empathie (4 énoncés)	8,6	293
- On m'a accordé une attention personnelle.	8,9	258
- L'Office a compris mes besoins.	8,6	264
- On a pris le temps de m'expliquer la décision prise au sujet de ma demande.	8,3	172
- On m'a permis d'exprimer mon point de vue.	8,4	187
6. Empressement (7 énoncés)	8,5	302
- Les employés étaient disposés à m'aider.	8,8	259
- Les employés n'ont pas hésité à faire les premiers pas pour me venir en aide.	7,9	163
- On m'a rendu un service rapide.	8,4	284
- On m'a fourni les explications dont j'avais besoin.	8,6	282
- Les employés étaient disponibles pour me servir.	8,8	138
- Quand j'ai eu un problème, l'Office a tout fait pour le résoudre.	7,7	159
- Les employés m'ont dirigé vers les ressources appropriées lorsque ma demande ne relevait pas de la compétence de l'Office.	7,8	95
7. Fiabilité (6 énoncés)	8,8	301
- L'information qui m'a été fournie était exacte.	8,8	264
- L'information qui m'a été fournie était complète.	8,7	275
- Le service a été rendu sans erreurs.	8,9	245
- L'Office a respecté ses engagements envers moi.	8,7	229
- Le service m'a été rendu dans les délais convenus.	8,9	250

Dimensions et énoncés y associés	Note moyenne (sur 10)	Nombre de répondants
- J'ai trouvé que les employés avec qui j'ai fait affaire avaient les connaissances requises pour répondre à mes questions.	8,8	277
8. Justice (3 énoncés)	8,8	258
- J'ai été traité ou traitée de manière équitable.	8,9	232
- Je suis persuadé ou persuadée que les décisions rendues étaient fondées sur les lois et les règlements en vigueur.	8,6	175
- J'ai été traité ou traitée sans discrimination.	8,9	207
9. Confidentialité (4 énoncés)	8,9	214
- On a traité ma demande avec discrétion.	9,0	168
- On a pris soin de m'expliquer ce qu'on ferait avec mes renseignements personnels.	7,4	85
- Je suis persuadé ou persuadée que les renseignements personnels que j'ai donnés à l'Office sont traités de manière confidentielle.	9,0	152
- Je suis persuadé ou persuadée que l'Office utilise les renseignements personnels que je lui ai donnés uniquement dans le but prévu.	9,0	147
10. Apparence (1 énoncé)	7,9	183
- Les documents, dépliants ou affiches de l'Office sont attrayants.	7,9	183

Les personnes qui ont dit avoir utilisé le service de consultations terminologiques tarifées devaient évaluer un autre énoncé. Il mesurait leur opinion quant au prix demandé pour ces consultations. Un petit nombre de répondants, soit 10, y ont répondu. La moyenne de leurs réponses, soit 8,6, montre que la plupart des répondants trouvent le prix demandé raisonnable.

ANNEXE 3. ANALYSE DES RÉPONSES SELON CERTAINES CARACTÉRISTIQUES INDIVIDUELLES DES RÉPONDANTS

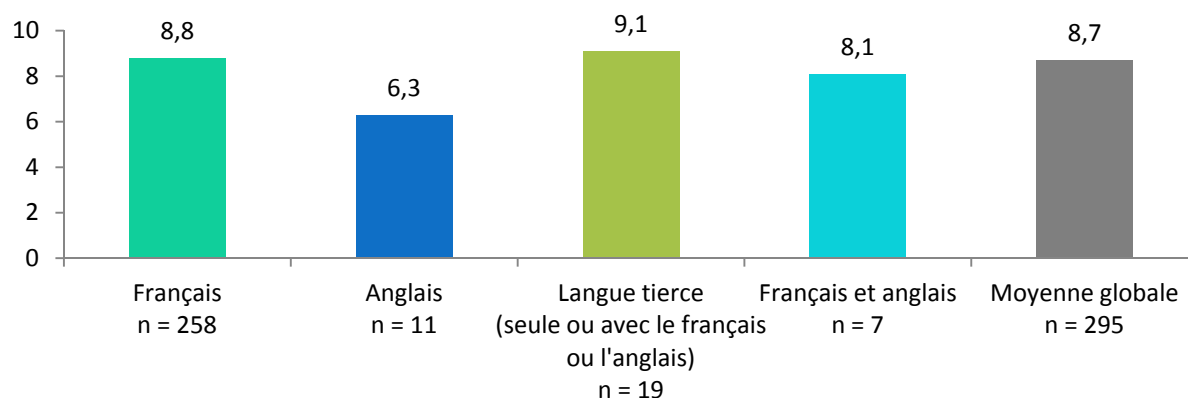
Nous avons analysé les liens entre les caractéristiques individuelles des répondants et leurs réponses relatives à la qualité de la prestation de services, à la satisfaction globale, aux conséquences et à la perception de l'image organisationnelle. Les graphiques 17 à 23 rendent compte des résultats.

MISE EN GARDE

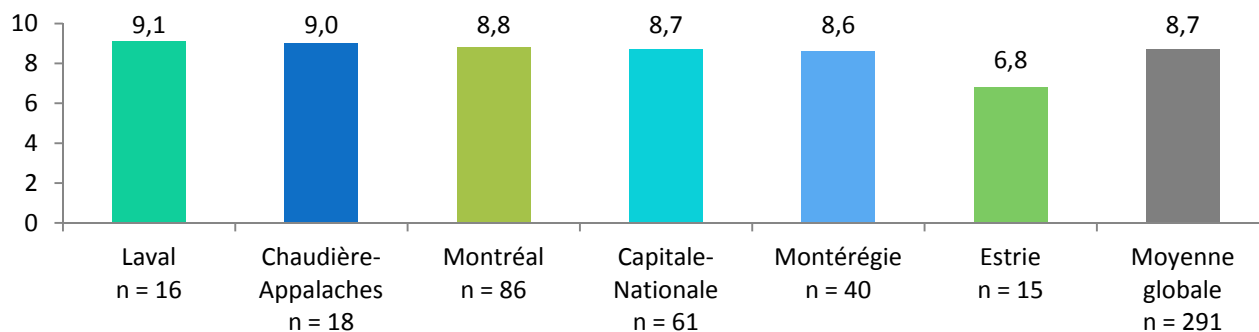
Il est à noter que, en raison d'un faible nombre de répondants dans certaines catégories, les données présentées ci-dessous doivent être considérées avec prudence.

QUALITÉ DE LA PRESTATION DE SERVICES

Graphique 17. Moyenne globale de l'évaluation de la qualité de la prestation de services de l'Office selon la langue la plus souvent parlée à la maison par le répondant



Graphique 18. Moyenne globale de l'évaluation de la qualité de la prestation de services de l'Office selon la région de résidence⁶ du répondant



6. Seules les régions regroupant plus de 15 répondants sont présentées dans le graphique.

SATISFACTION GLOBALE

Graphique 19. Moyenne de la satisfaction globale des répondants selon la langue la plus souvent parlée à la maison par le répondant

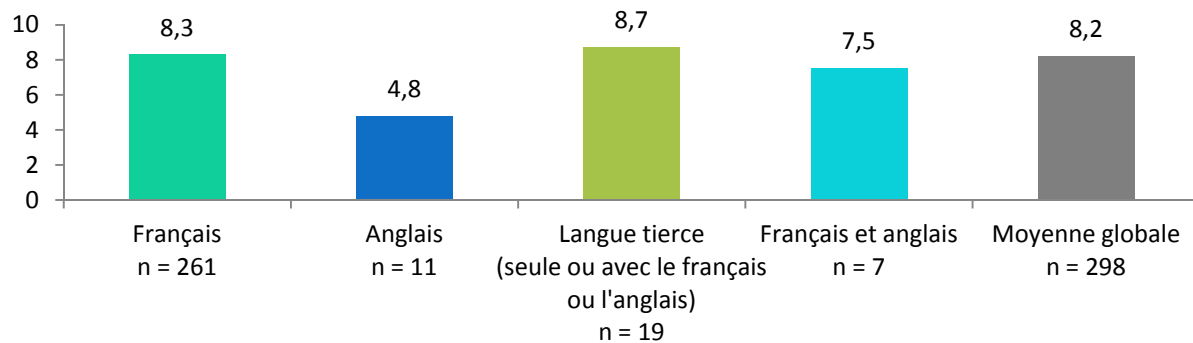
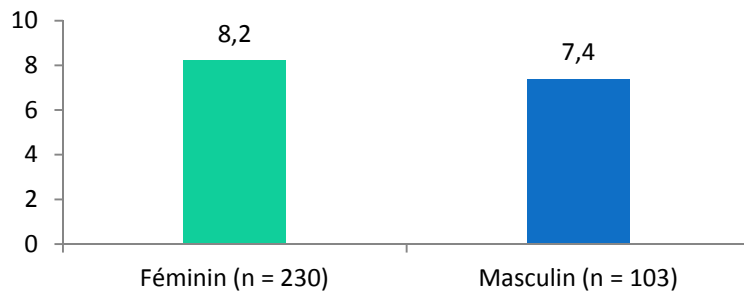
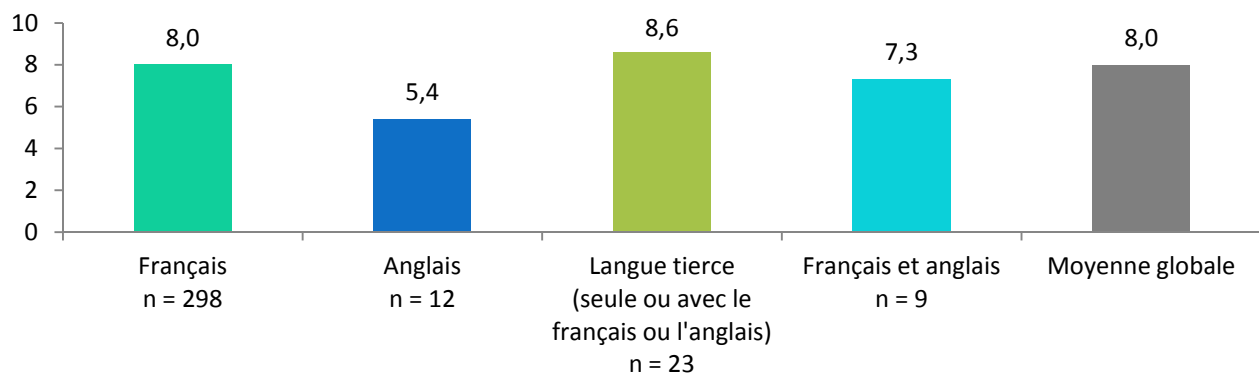


IMAGE ORGANISATIONNELLE

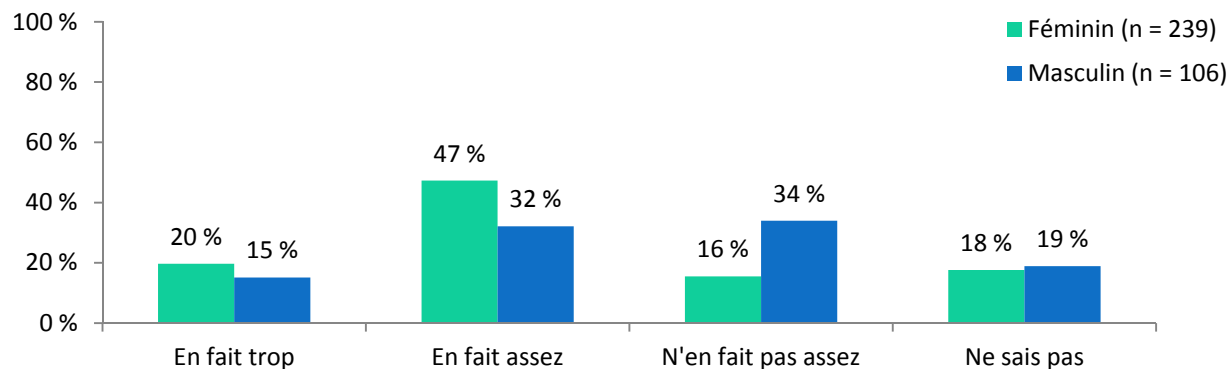
Graphique 20. Moyenne globale de la perception de l'image de l'Office selon le sexe du répondant



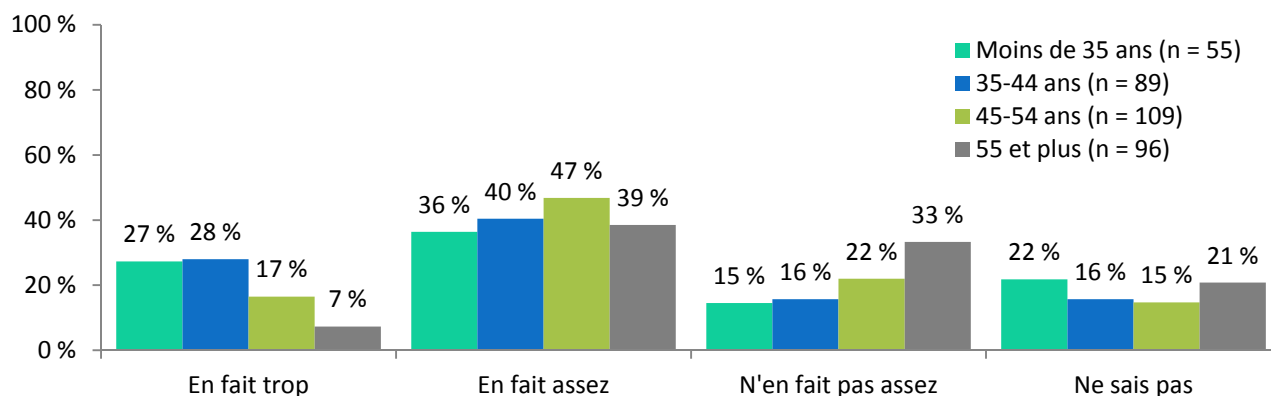
Graphique 21. Moyenne globale de la perception de l'image de l'Office selon la langue la plus souvent parlée à la maison par le répondant



Graphique 22. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » et selon le sexe



Graphique 23. Répartition (en %) des répondants selon leur opinion relative à la question « L'Office en fait-il trop ou pas assez pour faire respecter la Charte de la langue française? » et selon le groupe d'âge⁷



7. Il faut noter que la tendance relative à l'âge des répondants est accentuée par une distribution inégale des répondants selon le sexe et l'âge. En effet, les femmes ayant répondu au sondage sont plus jeunes que les hommes (voir l'annexe 1).

