

Étude sur les besoins et la satisfaction de la clientèle au transport adapté

Direction du transport terrestre
des personnes

Septembre 2005

Contexte

- Depuis 2002, nouveau cadre pour l'aide gouvernementale au transport adapté;
- Pressions sur les services liées au vieillissement de la population;
- Données disponibles sur l'utilisation des services (besoins satisfaits), mais pas sur la part des besoins non satisfaits;
- Occasion de mesurer la satisfaction de la clientèle à l'échelle du Québec.

Objectifs

- Mieux connaître les caractéristiques de la clientèle du transport adapté à l'échelle du Québec;
- Identifier la part des besoins satisfaits et non satisfaits;
- Évaluer le taux de satisfaction à l'égard de la qualité des services et de la sécurité dans les déplacements;

Approche privilégiée

- 1. Enquête postale auprès la clientèle;
- 2. Collecte d'information auprès des principaux partenaires:
 - OTA;
 - RUTA et CUTA;
 - Directions de l'intervention collective régionale de l'OPHQ.

Enquête postale auprès de la clientèle

Mandataire

- Mandat confié par la DTTP à monsieur Louis-François Chabot, stagiaire, dans le cadre de l'obtention de la maîtrise à l'École nationale d'administration publique (ÉNAP).

Outil de collecte de données

- Questionnaire élaboré par le mandataire, avec la collaboration du MTQ, de l'ARUTAQ et de l'OPHQ;
- Pré-test effectué auprès de personnes handicapées;

Méthodologie

- Procédure de sélection aléatoire des répondants transmise à chacun des OTA, qui ont envoyé les questionnaires par la poste (automne 2004);
- Rappel effectué par l'OTA auprès des personnes sélectionnées;
- Pour protéger la confidentialité, les répondants retournaient le questionnaire directement au mandataire;

Strates

- Pour fins d'analyse et de comparaison, les OTA ont été en 4 strates:
 - “petits” OTA (47): 45-299 personnes admises;
 - “moyens” OTA (36): 300-999 personnes admises;
 - “grands” OTA (9): 1 000-4 000 personnes admises;
 - Société de transport de Montréal (STM): 16 184 personnes admises;

Répondants

- Au total, 3 802 individus sélectionnés;
- 1 614 personnes ont retourné le questionnaire complété: taux de réponse de 42,5 %;

Profil de la clientèle

Caractéristiques socio-
économiques et caractéristiques
d'utilisation des services

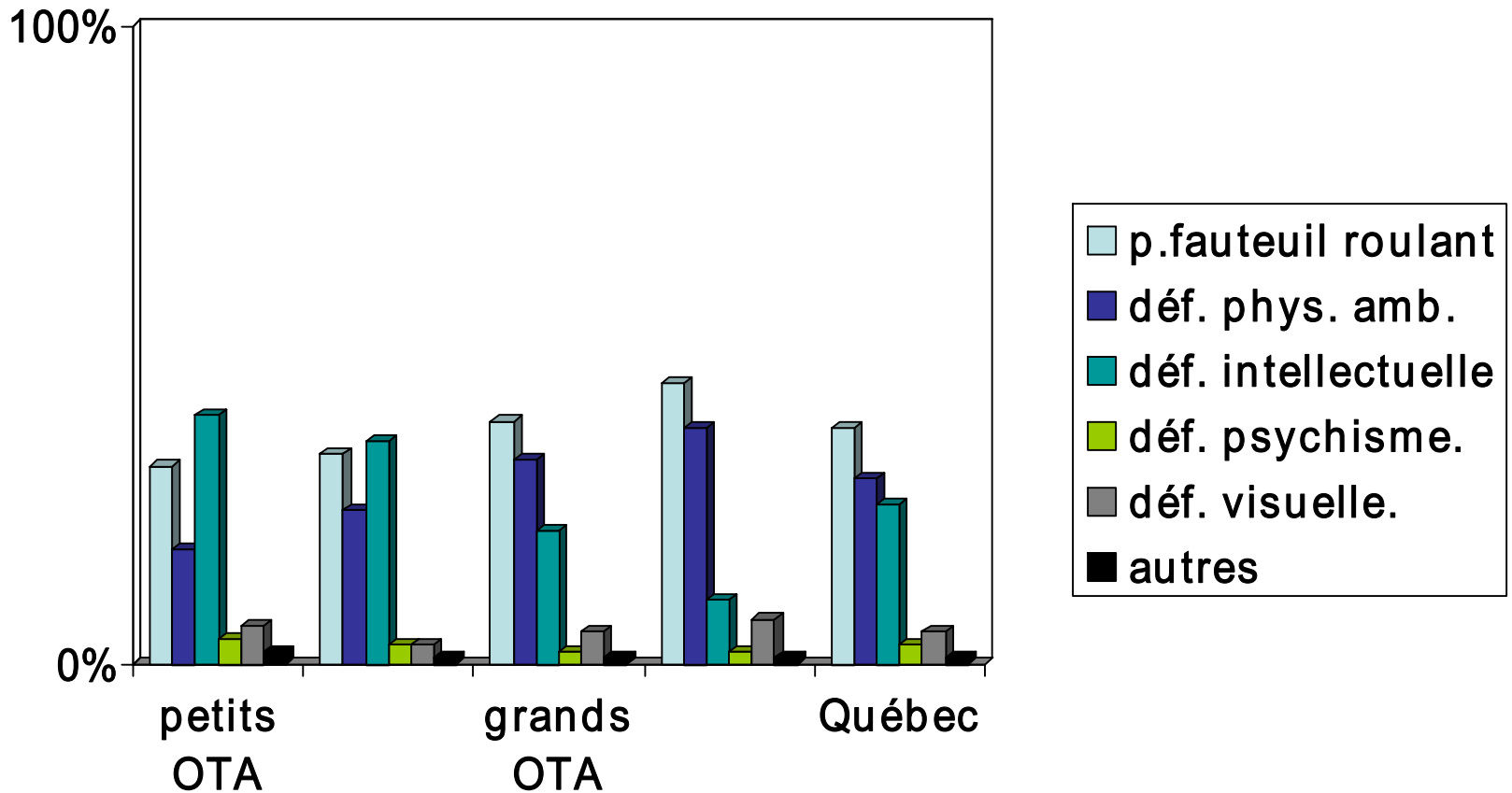
Une clientèle à faibles revenus

- Plus de femmes que d'hommes (60% vs 40%), la majorité (58 %) en résidence de type autonome;
- Revenu annuel moyen (13 391\$) nettement en deçà du revenu moyen par habitant au Québec (28 595\$), près du seuil de la pauvreté au Québec (10 800\$);
- Revenu augmente avec la taille de l'OTA: 10 668 \$ "petits" OTA, 16 452 \$ STM;

Une clientèle qui vieillit

- Les 60 ans et plus représentent 45 % de la clientèle, comparativement à 40 % en 1993 (étude de Y. Bussière);
- Âge moyen de 55 ans, comparativement à 48 ans en 1996 (étude de N. Dubois);
- Âge moyen augmente avec la taille de l'OTA: 51ans "petits" OTA, 63 ans STM.

Type de déficience par strate d'OTA et pour le Québec



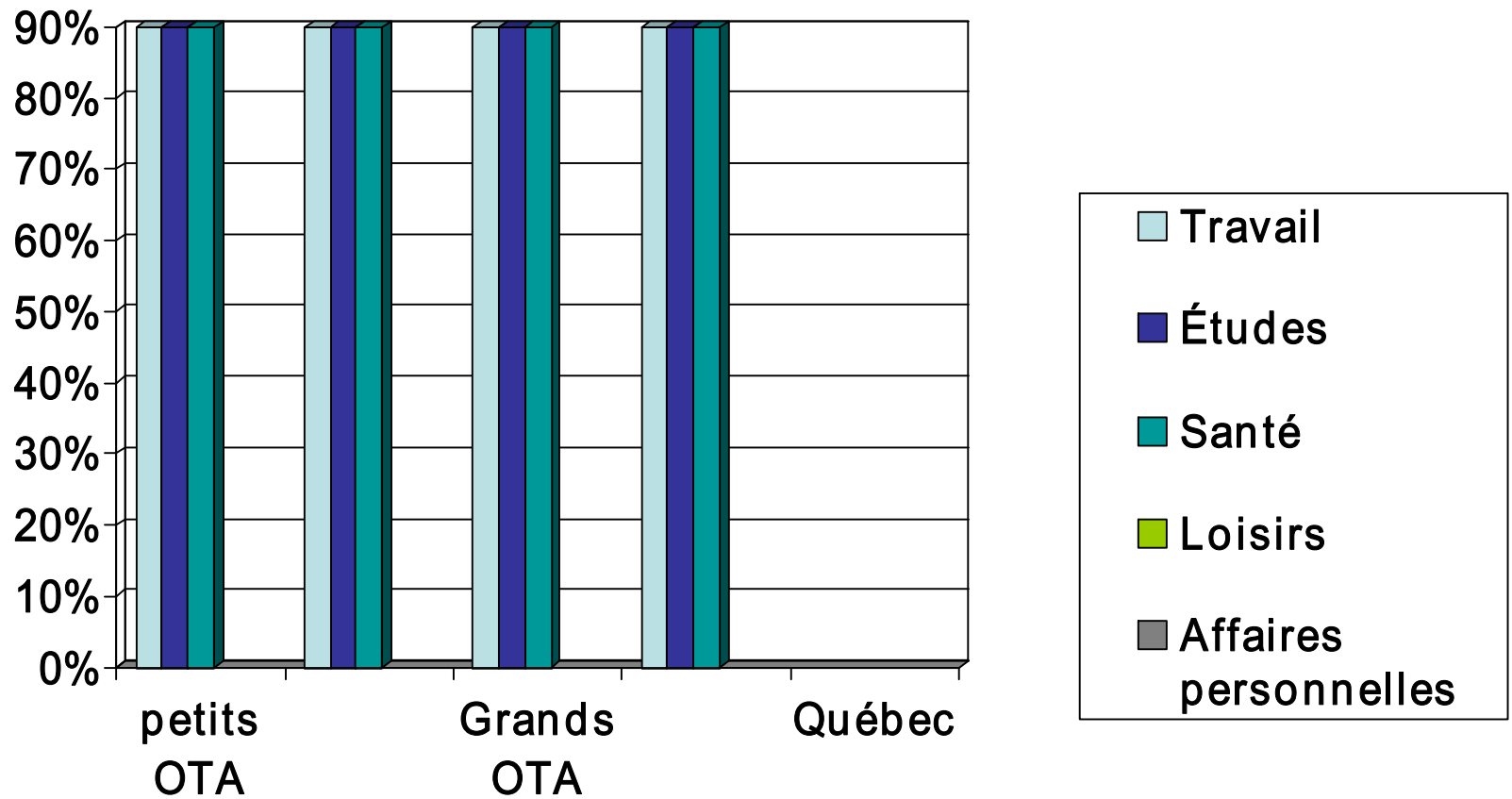
Mobilité

- 45 % de la clientèle est captive, i.e. ne dispose d'aucun autre moyen que le transport adapté pour se déplacer;
- Au cours de 12 derniers mois:
 - 86 % des usagers ont effectué au moins un déplacement en transport adapté;
 - 72 % des usagers ont effectué au moins une demande de déplacement occasionnel;

Déplacements vs type de déficience et âge

- Les personnes ayant une déficience intellectuelle: 25 % de la clientèle, 42 % des déplacements;
- Les personnes en fauteuil roulant: 37 % de la clientèle, 27 % des déplacements;
- Les personnes âgées de 20 à 60 ans: 51 % de la clientèle, 72 % des déplacements;
- Les personnes âgées de plus de 60 ans: 45 % de la clientèle, 25 % des déplacements.

Motif de déplacement



Motif de déplacement et type de déficience

- Près de la moitié (47%) des déplacements sont effectués par:
 - les personnes ayant une déficience intellectuelle pour le motif travail (27%) et le motif loisirs (10%);
 - les personnes en fauteuil roulant pour le motif loisirs (10%)

Temps d'attente pour réserver un déplacement occasionnel

- Temps d'attente moyen de 6,5 minutes au téléphone pour parler à un répartiteur pour réserver. Ce temps d'attente augmente en fonction de la taille de l'OTA:
 - petits OTA, 1,8 minute;
 - moyens OTA, 2,3 minutes;
 - grands OTA, 4,9 minutes;
 - STM, 17 minutes;

Déplacements occasionnels à l'heure souhaitée

- Près des deux tiers (63%) des répondants disent toujours obtenir l'heure souhaitée pour leurs déplacements occasionnels; cette proportion est plus élevée dans les petits et moyens OTA (73%, 70%) et moindre pour les grands OTA et la STM (59%, 54%)
- La majorité (80 %) des répondants qui n'obtiennent pas l'heure souhaitée se font offrir une autre heure qui leur convient presque toujours (dans 94 % des cas);

Déplacements occasionnels: changements à l'horaire convenu

- Une fois le déplacement occasionnel confirmé, 14 % des répondants affirment que l'OTA a modifié l'heure convenue sans les aviser, et ce en moyenne 4 fois au cours de la dernière année;
- Cette proportion est moindre dans les petits et moyens OTA (6%, 10%), et plus élevée dans les gros OTA et à la STM (21%, 17%).

Déplacements occasionnels: clients oubliés

- Une personne sur cinq (20%) dit avoir été oubliée par son OTA, à l'aller ou au retour, et ce en moyenne 2 fois au cours des 12 derniers mois.
- La proportion de clients oubliés est moindre pour les petits et moyens OTA (10%, 14%) et plus élevée pour les grands OTA et la STM (25%, 31%)

Déplacements occasionnels: refus

- Plus des trois quart des répondants (77%) affirment que toutes leurs demandes pour des déplacements occasionnels ont été acceptées au cours des 12 derniers mois;
- Les autres répondants (23%) ont essuyé un refus en moyenne 3 fois au cours de cette période. Dans le cas de la STM, cette proportion de clients touchés par un refus grimpe à 44%.

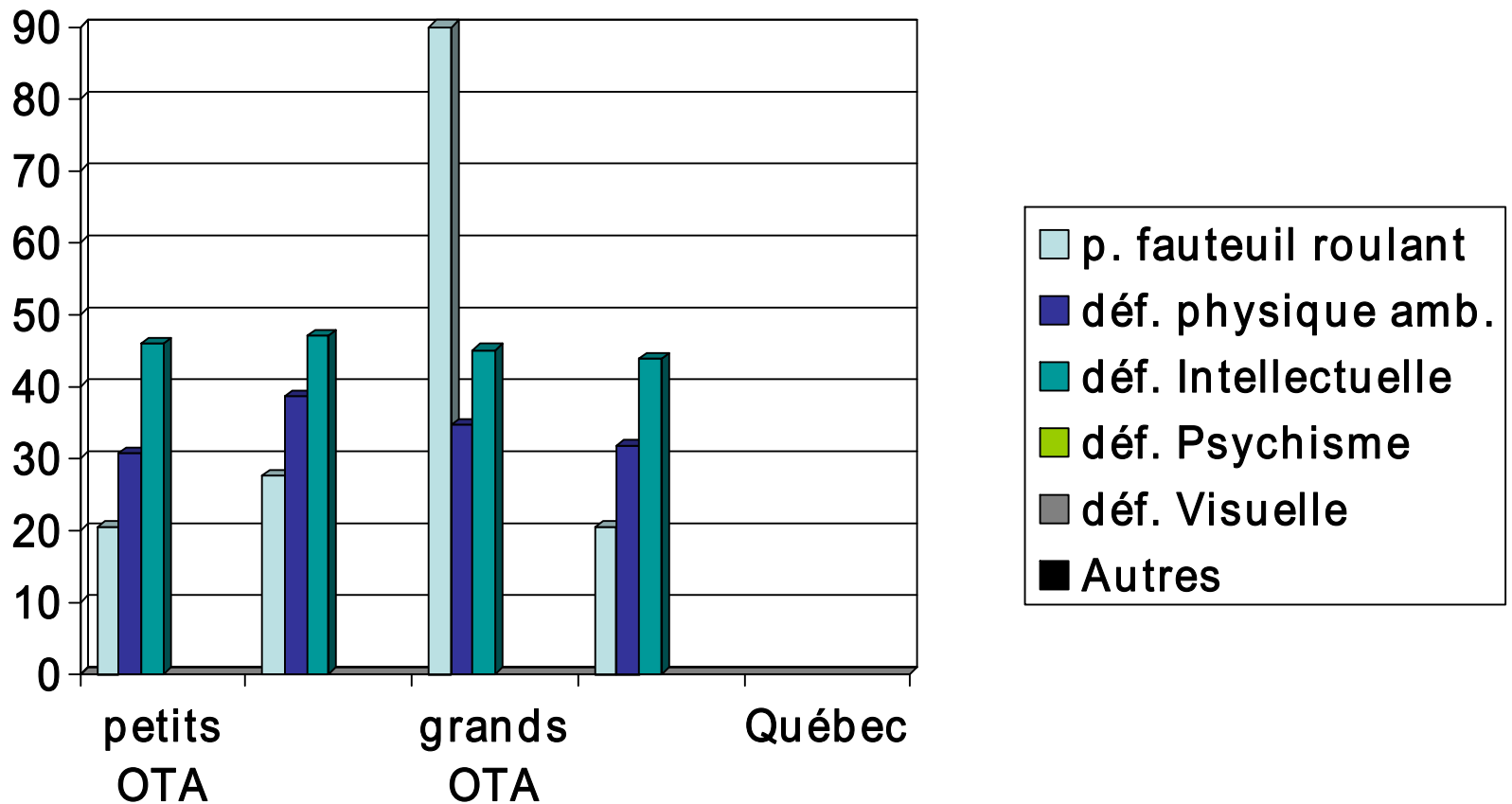
Évaluation des besoins de la clientèle

Part des besoins comblés et non comblés

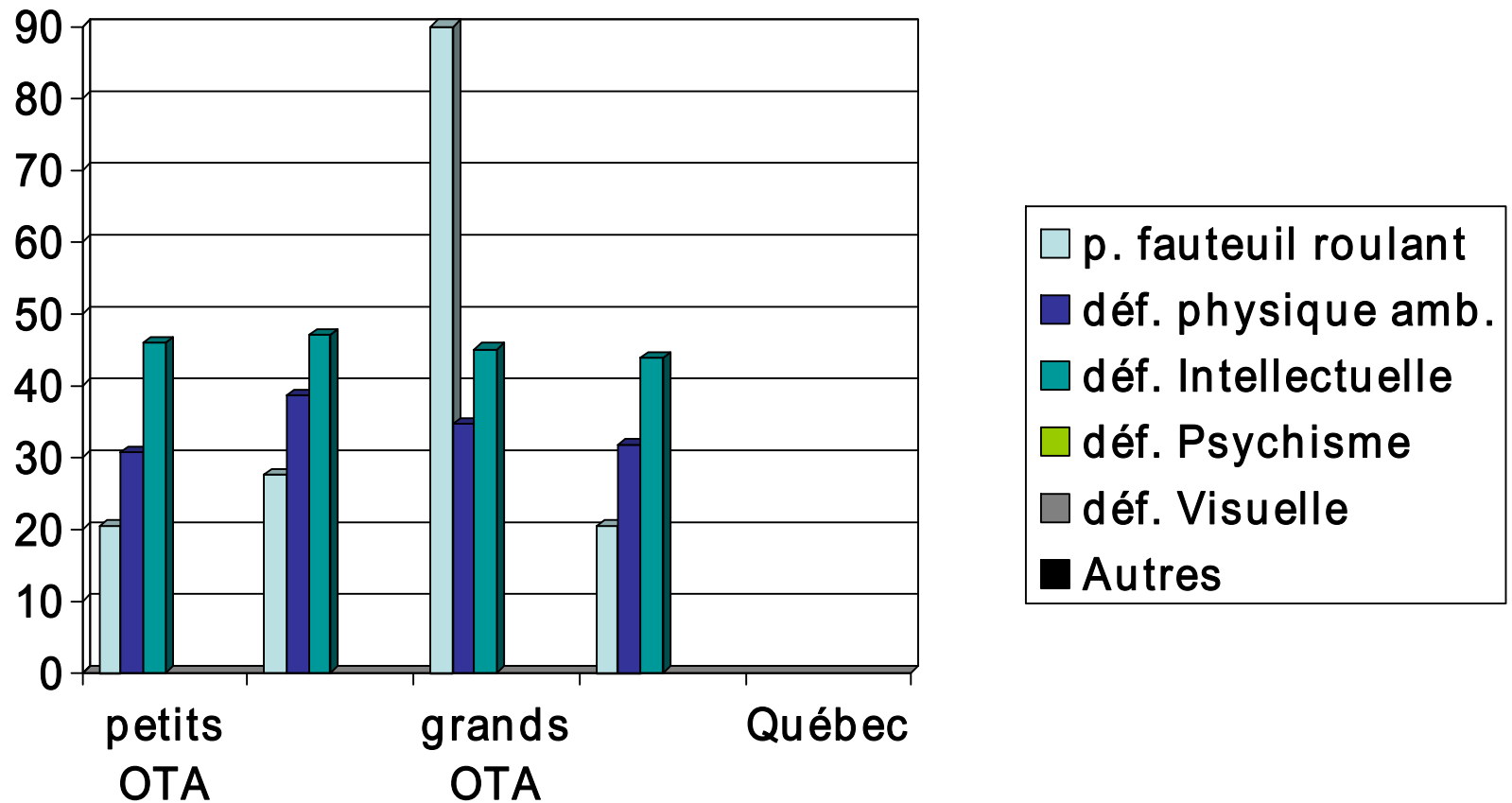
Part des répondants dont les besoins sont comblés

- Pour les deux tiers (66%) des répondants, l'utilisation qu'ils font des services répond entièrement à leurs besoins;
- ce taux d'adéquation est plus élevé dans les petits, moyens et grands OTA (74%, 70%, 75%), et beaucoup plus faible pour la STM (46%);

Niveau d'adéquation de l'offre par strate et par type de déficience



Niveau d'adéquation de l'offre par strate et par motif de déplacement



Part des déplacements réalisés par rapport aux besoins exprimés

- Vu sous l'angle des déplacements réalisés par rapport à l'ensemble des besoins, le taux d'adéquation est un peu plus élevé (69% vs 66% sous l'angle des individus);
- Ce taux est de 73 % pour toutes les strates d'OTA, sauf pour la STM (56%);
- Proportions semblables aux 2 graphiques précédents quant aux besoins comblés par type de déficience et par motif;

Niveau d'adéquation selon le groupe d'âge

- En termes de déplacements réalisés par rapport à l'ensemble des besoins, le taux d'adéquation est plus faible que le taux global de 69%:
 - chez les usagers de 60 à 70 ans: 64 %;
 - chez les usagers de 90 à 100 ans: 63 %.

Degré de satisfaction de la clientèle

-Qualité du service

-Sécurité

Taux de satisfaction quant à la qualité des services offerts

- Taux de satisfaction globale de 82 %:
 - petits OTA: 88%
 - moyens OTA: 87%
 - grands OTA: 79%
 - STM: 75%;

Qualité de service: éléments les plus satisfaisants

- La connaissance des trajets par le chauffeurs;
- L'accueil et l'amabilité du chauffeur: la satisfaction est moins élevée à l'égard des chauffeurs de taxis des grands OTA et de la STM;
- L'accueil et la politesse lors d'ela réservation;

Qualité de service: éléments les moins satisfaisants

- La variété de destinations hors-territoires;
- Les heures de service en soirée et la fin de semaine;
- Le délai exigé pour réserver les déplacements occasionnels;
- La ponctualité du service;
- Le temps d'attente pour réserver les déplacements occasionnels (grands OTA et STM).

Taux de satisfaction quant au sentiment de sécurité

- Taux de satisfaction globale de 88% quant au sentiment de sécurité de la clientèle lors des déplacements:
 - petits OTA: 88%
 - moyens OTA: 87%
 - grands OTA: 86%
 - STM: 85%

Sentiment de sécurité: les éléments les plus satisfaisants

- Presque toutes les composantes de sécurité varient autour du taux de satisfaction globale de 88 %;
- Le sentiment de sécurité ressenti face à l'aide du chauffeur à l'embarquement et du débarquement est aussi élevé, sauf dans les grands OTA et à la STM où il est plus faible;

Sentiment de sécurité: éléments les moins satisfaisants

- Le principal problème: le sentiment de sécurité face au comportement de certains passagers (manifestations d'impatience, gestes agressifs ou menaçants, etc.), en particulier à la STM;

Les points les plus importants à améliorer selon les usagers

- À l'échelle du Québec:
 - la ponctualité;
 - le délai de réservation pour les déplacements occasionnels;
- Pour les petits, moyens et grands OTA:
 - la durée des trajets;
- Pour la STM:
 - le temps d'attente au téléphone pour réserver un déplacement occasionnel;

Conclusion

- À venir...

Quelques idées en attendant:

- dans l'ensemble, les services des OTA répondent aux besoins d'une majorité d'utilisateurs;
- mais il demeure que le tiers des utilisateurs ont des services qui ne répondent pas à tous leurs besoins, ce qui n'est pas négligeable lorsqu'on sait que 50 % de la clientèle est captive;

Conclusion

- Les besoins non comblés, surtout:
 - Pour déplacements occasionnels
 - pour motif affaires personnelles
 - pour les personnes ayant une déficience visuelle
 - à la STM
 - pour personnes âgées

Conclusion

- En général plus la taille de l'OTA est grande plus celui-ci a difficulté à répondre aux attentes de la clientèle:
- -