

Réseau *Circum*

consultation en gestion et en recherche

74, rue du Val-Perché
Gatineau (Québec) J8Z 2A6
819.770.2423, ☎ 819.770.5196
service@circum.com
<http://circum.com>

**Sondage 2005 sur la satisfaction des clients
d'une licence de radio bidirectionnelle**

Rapport final

Préparé pour

Gestion du spectre
Industrie Canada
13401-108e Avenue, pièce 1700
Surry (C.-B.) V3T 5V6

30 avril 2005

(This report is available in English upon request.)

**⌘ La mise en page de ce document est prévue pour une
impression recto-verso.**

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	iii
SOMMAIRE	v
Chapitre 1	
INTRODUCTION	1
Chapitre 2	
MÉTHODOLOGIE	3
2.1 Plan du questionnaire	3
2.2 Stratégie d'échantillonnage	4
2.3 Activités de collecte des données	4
2.4 Pondération des données	5
2.5 Traitement des données	6
2.6 Analyse des données	6
2.7 Limites de la présente recherche	7
Chapitre 3	
LE SERVICE REÇU	9
Chapitre 4	
VALEURS DES CLIENTS	13
4.1 Les valeurs déclarées	13
4.2 Les leviers de satisfaction	15
4.3 Service de base et facteurs de satisfaction cachés	17

SOMMAIRE

Le présent rapport dévoile l'analyse du Sondage 2005 sur la satisfaction des clients d'une licence de radio bidirectionnelle. Cette analyse est fondée sur un vaste sondage téléphonique auprès de la clientèle, comparable à celui de l'étude de base effectuée en 2001 et très semblable au sondage de suivi de 2002. Entre le 25 janvier et le 12 avril 2005, 461 clients ayant demandé une licence de radio bidirectionnelle entre mai 2004 et mars 2005 ont été sondés au téléphone. Le taux de réponse de 60 % s'accompagne d'une précision statistique de $\pm 3,3$ points de pourcentage pour une proportion de 50 % de l'échantillon complet.

Satisfaction à l'égard du service

Dans l'ensemble, 79 % des clients indiquent un certain degré de satisfaction; la réponse de 46 % d'entre eux se situe tout au haut de l'échelle, signe qu'ils sont très heureux du service reçu. En tenant compte de la note moyenne de 7,8 sur une échelle de 10, ces résultats donnent une image positive de la réaction des clients d'une licence de radio bidirectionnelle quant au service qu'ils ont obtenu.

Trois attributs du service viennent nettement en tête de liste en ce qui concerne le rendement du programme. Il s'agit de la courtoisie du personnel, de la compétence du personnel ainsi que de la justice et de l'équité. Ces trois éléments du service sont aussi ceux que les clients jugent les plus importants. Ils concernent tous trois les employés. Le délai d'attente sur les lieux du service les suit de près.

Deux aspects du service n'obtiennent pas de très bonnes notes de satisfaction. Il s'agit de la facilité à trouver de l'information sur la façon de demander une licence et du délai avant qu'une décision ne soit rendue.

La comparaison avec les résultats de 2001 et 2002 est positive. Tandis que le pourcentage des clients satisfaits et que la note moyenne de satisfaction sont demeurés assez constants, la proportion de clients entièrement satisfaits atteint 46 % alors qu'elle se situait à 37 et à 38 % respectivement en 2001 et 2002. En matière de satisfaction, tous les éléments reçoivent des notes plus élevées à l'exception de la compétence du personnel, qui était déjà très bien évaluée.

Deux fois sur trois la demande a été remplie par un tiers — normalement un fournisseur de matériel radio (83 % du temps). Six clients sur dix qui ont recouru à un tiers pour remplir leur demande de licence de radio bidirectionnelle expriment le plus haut degré de satisfaction quant au rendement de l'organisation concernée. Le rendement s'est amélioré entre 2002 et 2005 : la satisfaction moyenne est passée de 8,1 à 8,6 et la proportion de clients ayant donné la note maximum a grimpé de 46 à 61 %.

Priorités en matière d'amélioration du service

Invités à dire quelle serait leur priorité en vue d'améliorer le service, quatre clients sur dix n'ont pu en sélectionner aucune — ce qui laisse entendre que, de l'avis de plusieurs répondants, il n'y a pas d'amélioration évidente à apporter. L'aspect le plus souvent sélectionné comme matière à amélioration est celui de la rapidité ou de l'accélération du service. Du point de vue des clients, les priorités en vue d'améliorer le service n'ont pas changé depuis 2002.

En recoupant la satisfaction générale à l'égard du service avec l'effet de levier que chaque aspect pourrait avoir afin de hausser dans l'ensemble le taux de satisfaction, on peut connaître les éléments peu satisfaisants mais dont l'effet de levier est élevé. Ils représentent des priorités de premier ordre en matière d'amélioration, compte tenu de leur puissant effet de levier sur la satisfaction générale et parce qu'ils se situent en deçà du niveau de satisfaction moyen. En ce qui concerne le Programme de licence de radio bidirectionnelle, il existe trois priorités de cette nature :

- la mesure dans laquelle les clients sont informés de tout ce qu'ils devraient savoir ou faire au cours du processus de demande;
- la facilité à trouver l'information sur le processus de demande pour le type de licence radio souhaité;
- la facilité d'accès au service de délivrance de licences radio d'Industrie Canada.

Les tendances observés entre 2002 et 2005

Il se dégage des trois sondages auprès des clients réalisés au cours de la période en cause les tendances ou changements ci-dessous :

- en 2002, on avait recours dans la même proportion aux services d'Industrie Canada et de tiers pour demander ou faire modifier une demande de licence de radio bidirectionnelle; en 2005, les tiers reçoivent deux fois plus de demandes qu'Industrie Canada;
- par conséquent, la proportion des clients directs d'Industrie Canada a chuté de 50 à 35 % alors que ses clients indirects, qui représentaient 36 % de la clientèle en 2002, en représentent 58 % en 2005;
- les demandes envoyées par la poste ou présentées en personne ont baissé en proportion de l'ensemble des demandes (de 57 à 38 %) tandis que la proportion des demandes faites au téléphone, par télécopieur ou sur Internet s'est accrue (de 37 à 59 %);
- le délai entre la présentation de la demande et la livraison de l'avis que la demande a été acceptée s'est allongé, passant de 5,9 semaines en 2002 à 8,3 semaines en 2005, selon la perception qu'en ont les clients;
- l'importance de tous les aspects du service sauf un a augmenté entre 2002 et 2005; cette évolution indique que les clients d'une licence de radio bidirectionnelle ont maintenant des attentes supérieures vis-à-vis du service.

Chapitre 1

INTRODUCTION

En 2001, dans le cadre de l'initiative générale du gouvernement du Canada visant à améliorer le service au public¹, la Gestion du spectre, au sein d'Industrie Canada, a lancé un programme afin de mesurer la satisfaction de ses clients. Le rapport que voici présente l'analyse du Sondage 2005 sur la satisfaction des clients d'une licence de radio bidirectionnelle. Cette analyse est fondée sur un vaste sondage téléphonique auprès de la clientèle, comparable à celui de l'étude de base effectuée en 2001 et très semblable au sondage de suivi de 2002.

Le mandat

Notre tâche consistait à recueillir auprès des clients des données concernant leur satisfaction et à faire une analyse approfondie de ces données. Le premier volet comportait les étapes suivantes :

- réviser minutieusement le questionnaire utilisé en 2002;

¹ Voir, entre autres documents, *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*, Secrétariat du Conseil du trésor.

- communiquer avec les clients, obtenir leur collaboration, faire les entrevues, effectuer un contrôle rigoureux de la qualité;
- obtenir des fréquences marginales pour s'assurer que les données s'inscrivent dans les étendues prévues; vérifier la distribution des variables de type continu pour identifier les valeurs aberrantes et en établir les effets sur les analyses ultérieures;
- concevoir un jeu complet de spécifications de mise en forme pour imposer la logique du questionnaire à l'ensemble des données; identifier d'éventuels cas de non-synchronisation, de corruption des données ainsi que tout autre symptôme donnant à penser que l'intégrité des données pourrait être compromise;
- construire un ensemble de données complet et entièrement documenté.

Nous avons ensuite effectué notre analyse en fonction des grands thèmes suivants :

- identification de l'ordre des valeurs utilisé par les clients lorsqu'ils traitent avec la Gestion du spectre; description des aspects essentiels du service auxquels s'attendent les clients;
- description des niveaux de satisfaction des clients, dans l'ensemble et selon les caractéristiques du service, saisis au moyen du sondage;
- identification des priorités en matière d'amélioration d'après les priorités telles que déclarées par les clients et les priorités découlant de la matrice importance-satisfaction.

Organisation du rapport

La méthodologie de l'étude est présentée au chapitre 2. Les observations factuelles touchant le service obtenu sont groupées au chapitre 3. Les conclusions sur les valeurs des clients sont exposées au chapitre 4, tandis que le chapitre 5 porte sur la satisfaction des clients. Le chapitre 6 fait état des priorités concernant l'amélioration du service.

Chapitre 2

MÉTHODOLOGIE

La présente recherche repose sur un sondage téléphonique auprès de clients ayant demandé une licence nouvelle ou modifiée de radio bidirectionnelle. Nous traitons ci-dessous des aspects suivants de la méthodologie : plan du questionnaire, stratégie d'échantillonnage, activités de collecte des données, pondération des données, traitement des données, analyse des données et limites de l'étude.

2.1 *Plan du questionnaire*

Le questionnaire initial a été mis au point en 2001 et révisé en 2002. En 2005, seules quelques modifications marginales y ont été apportées afin de garantir la comparabilité des données de 2005 avec celles de 2002. Le questionnaire comportait les sections suivantes :

- confirmation de l'admissibilité du répondant;
- établissement du contexte de la demande;
- évaluation de l'importance de diverses caractéristiques du service;
- évaluation de la satisfaction à l'égard d'Industrie Canada touchant diverses caractéristiques du service;
- évaluation de la satisfaction générale touchant l'intervention de tiers;

- attentes en matière de prestation du service;
- priorités des clients en vue d'une amélioration;
- nature du client ou de l'organisation.

Le questionnaire a fait l'objet d'un pré-test au moyen des 30 premières entrevues. Même s'il a été établi que le questionnaire fonctionnait bien, il semblait ne s'appliquer qu'aux demandes d'une nouvelle licence de radio bidirectionnelle (et non au renouvellement d'une licence). Par conséquent, une question sur le type de demande a été ajoutée vers le début du questionnaire, mais cette situation n'a nécessité aucune autre modification. Le questionnaire définitif est reproduit à l'annexe A.

2.2 Stratégie d'échantillonnage

La population de clients a été définie comme renfermant toute personne ayant présenté une demande de licence de radio bidirectionnelle entre mai 2004 et mars 2005. Pour des raisons opérationnelles, seuls les clients pouvant raisonnablement comprendre le français ou l'anglais ou s'exprimer dans l'une ou l'autre langue étaient admissibles. Vu la petite taille de la population (976 demandeurs), il n'y a pas eu d'échantillon de tiré.

Il était prévu initialement de devoir compléter 400 entrevues afin d'atteindre un niveau de précision compatible avec les décisions à prendre touchant l'amélioration du service. Toutefois, compte tenu du nombre de références reçues, nous avons pu effectuer davantage d'entrevues complètes avec des clients.

2.3 Activités de collecte des données

Les entrevues téléphoniques, confiées à Echo Sondage, une division du Réseau **Circum inc.**, se sont déroulées du 25 janvier au 12 avril 2005. Leur durée a été de huit minutes en moyenne.

Au total, 510 entrevues complètes ont été faites en regard des 976 clients dont Industrie Canada nous avait remis les coordonnées. Cependant, 49

ont eu lieu avec des personnes ayant indiqué qu'elles n'avaient pas communiqué directement avec Industrie Canada ni par le biais d'un fournisseur; ces entrevues ont été exclues des données définitives, de sorte que l'analyse porte sur 461 entrevues.

Le taux de réponse de 60 % dépasse les normes de l'industrie (pièce 2.1). Le taux de refus est faible, soit 6 %. Ces taux sont très satisfaisants. On peut en conclure que les données sont représentatives de la population des clients.

Pièce 2.1
Tableau de répartition de l'échantillon

Répartition	Nombre	Nombre
Numéros provenant de la liste obtenue d'Industrie Canada		976 (a)
Inadmissibles :		
Numéro hors service, en double, résidentiel, télécopieur	71	
Problème linguistique	8	
Rejetés (pas de radio, compagnie a fermé ses portes, etc.)	40	
TOTAL DES CAS INADMISSIBLES	119 (b)	
Admissibles : (a - b)		857 (c)
Refus	51 (d)	
Rappeler, pas de réponse, répondeur	275	
Source ayant quitté	21	
TOTAL, CAS ADMISSIBLES NON COMPLÉTÉS	347 (e)	
Entrevues effectuées (c - e)		510 (f)
Taux de réponse (f / c)		60 %
Taux de refus (d / c)		6 %
Marge d'erreur pour une proportion de 50 % à un niveau de confiance de 95 % tenant compte de l'effet de pondération et de la correction de la population finie		± 3,3 points de pourcentage

2.4 Pondération des données

Les données ont été pondérées *ex post facto* de manière à ce qu'elles correspondent à la répartition des demandes en fonction des régions et des types de demande. Les coefficients varient de 0,7 à 1,2. La variance de

pondération a été fixée à 0,013, produisant un effet du plan d'échantillonnage de 1,013¹. Par conséquent, cet échantillon de 461 répondants se comporte statistiquement comme un simple échantillon aléatoire de 465 individus. Ce facteur a été pris en compte dans le calcul des erreurs d'échantillonnage.

2.5 *Traitement des données*

Les données du sondage ont été traitées à l'aide du logiciel StatXP de VoxCo et du logiciel SPSS. Elles ont été contrôlées pour en assurer la conformité avec les catégories de réponse établies et restreindre la distribution des variables non bornées à des valeurs raisonnables. Des instructions logiques de filtrage ont été élaborées afin de s'assurer que les données fournies respectaient la logique par sauts du questionnaire.

2.6 *Analyse des données*

L'analyse des données s'est surtout effectuée au moyen des tableaux croisés de base, avec colonne de titres et bannière, développés dans StatXP (voir l'annexe B). Les écarts de pourcentage ont été vérifiés sur la base du pourcentage en regard de son complément, au moyen de distributions binomiales bilatérales. Les écarts de moyenne ont été vérifiés à l'aide de test-t bilatéraux.

L'échantillon complet de 461 répondants sur une population de 976 unités produit une erreur d'échantillonnage de $\pm 3,3$ points de pourcentage pour une proportion de 50 %, au niveau de confiance de 95%, compte tenu du léger effet du plan d'échantillonnage produit par le système de pondération. L'erreur d'échantillonnage est plus importante dans le cas des sous-échantillons.

¹ Voir Bruce D. Spencer, "An approximate design effect for unequal weighting when measurements may correlate with selection probabilities", dans *Survey Methodology*, décembre 2000, p.137-138.

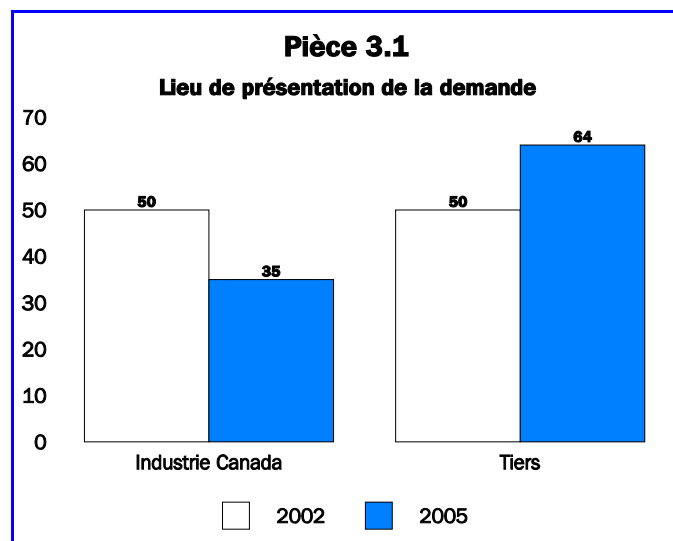
2.7 *Limites de la présente recherche*

Les résultats de la recherche reposent sur un échantillon de 461 personnes ayant demandé une licence de radio bidirectionnelle, lequel s'accompagne d'un taux de réponse de 60 %. Bien qu'il s'agisse d'un taux de réponse très respectable pour un sondage auprès d'une clientèle, le tiers des clients demeurent néanmoins en terrain inconnu. Si les non-répondants présentent, du point de vue de leurs attitudes, le même profil que celui des répondants, ce niveau ne pose aucun inconvénient. Cependant, il n'est pas possible d'établir l'exactitude de la correspondance entre répondants et non-répondants. En l'absence de toute preuve du contraire, nous avons supposé que l'échantillon de répondants ne faisait pas l'objet d'une erreur systématique.

Les clients inscrits sur la liste fournie par Industrie Canada avaient demandé une nouvelle licence de radio bidirectionnelle ou une modification de leur licence. Certains répondants avaient toutefois l'impression d'avoir renouvelé leur licence existante (plutôt que d'avoir obtenu une nouvelle licence ou fait modifier celle qu'ils détenaient). Cela peut signifier que l'enquêteur n'a pas rejoint l'auteur de la demande ou que le client a eu affaire à un tiers et n'a pas perçu correctement le processus de demande.

Chapitre 3

LE SERVICE REÇU



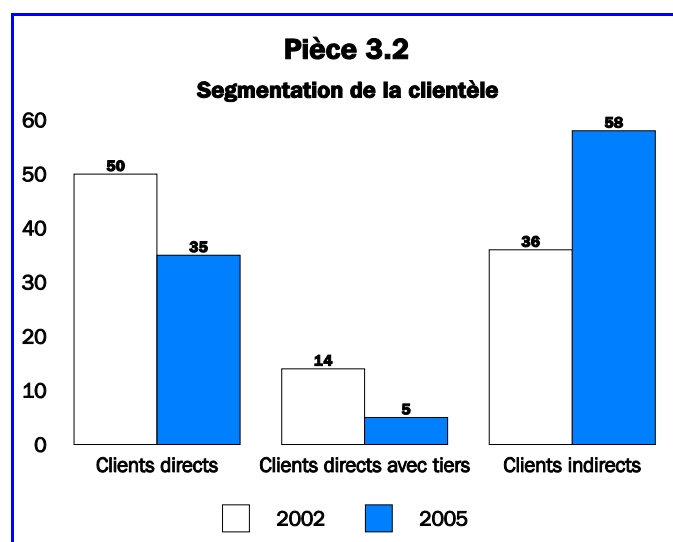
En 2005, le tiers (35 %) des demandes de licence de radio bidirectionnelle ont été envoyées directement à Industrie Canada, alors que les deux tiers (64 %) passaient par un intermédiaire (voir les détails au tableau Q1 de l'annexe B). Industrie Canada a cependant reçu près de la moitié (46 %) des demandes de renouvellement, et les intermédiaires ont reçu 70 % des demandes d'une nouvelle licence.

Dans 83 % des cas, le tiers était un fournisseur de matériel radio (93 % au Québec) (tableau Q2 de l'annexe B); la même proportion a été observée en 2002. Les fournisseurs de matériel radio sont suivis par les consultants en

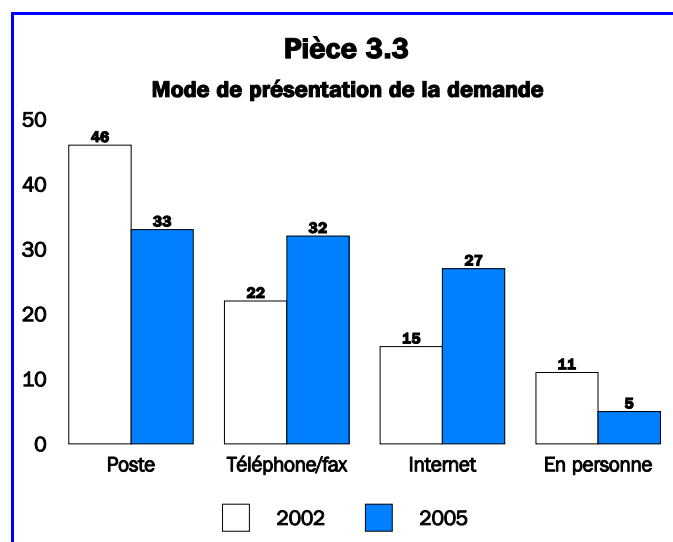
système radio (8 %).

Parmi les personnes ayant passé par le biais d'un tiers, quelque 9 % disent avoir fait affaire avec Industrie Canada à un moment donné au cours du processus de demande d'une licence (tableau Q3 de l'annexe B). Nous avons réparti les clients de la façon suivante, selon les contacts établis au cours du processus de demande :

- **clients directs**, ayant fait affaire uniquement avec Industrie Canada au cours du processus de demande;
- **clients directs par un tiers**, ayant présenté leur demande par le biais d'un tiers mais fait affaire aussi avec Industrie Canada;
- **clients indirects**, ayant fait affaire uniquement avec un tiers, sans aucun contact avec Industrie Canada.



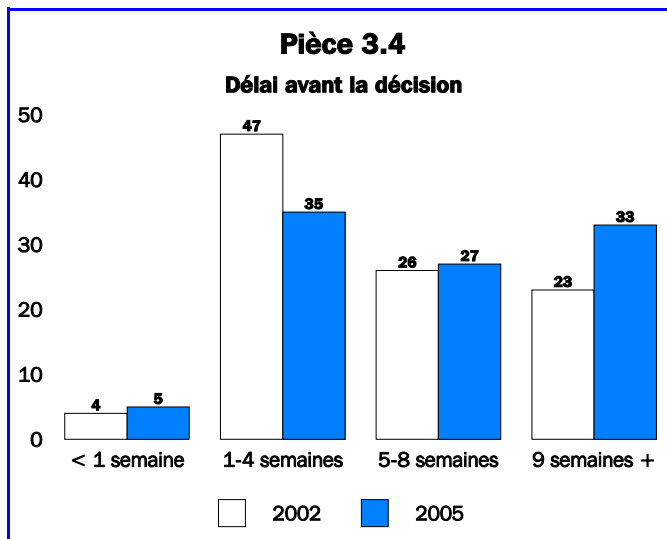
En 2005, plus de la moitié (58 %) de tous les clients appartenait au segment des clients indirects alors que ce dernier renfermait environ le tiers de la population de clients en 2002 (tableau GROUPES de l'annexe B). En parallèle, la proportion de clients directs est passée de 50 % en 2002 à 35 % en 2005. De même, la proportion de clients directs par un tiers a diminué du triple au cours de la période, passant de 14 à 5 %. Ces changements témoignent éloquemment de l'évolution dans la nature du processus de demande qui s'est produite entre 2002 et 2005.



Dans plus de la moitié (56 %) de tous les cas, la demande de licence concernait un système radio entièrement nouveau (tableau Q5 de l'annexe B). Il en était ainsi pour 68 % des demandes d'une nouvelle licence. Le quart (27 %) des demandes portaient sur l'ajout d'une station de base à un système existant. Dans de plus faibles proportions, il s'agissait d'un partage de fréquence (8 %) ou d'une autre raison (5 %). Ce profil ressemble de près à celui de 2002.

Parmi les clients directs, la méthode la plus souvent utilisée pour présenter une demande de licence de radio bidirectionnelle a été la poste (33 %), le téléphone ou le télécopieur (32 %) ou le site Web d'Industrie Canada (27 %); 5 % des demandes ont été faites en

personne dans les bureaux d'Industrie Canada (tableau Q4 de l'annexe B). Le recours au téléphone et au télécopieur a été plus fréquent dans les Prairies, les Territoires du Nord-ouest et au Nunavut (50 %). Les demandes de renouvellement de licence sont plus susceptibles d'avoir été envoyées par la poste (47 %) que les demandes d'une nouvelle licence (23 %). En 2005, les façons de présenter une demande étaient plus diversifiées qu'en 2002, la préférence allant surtout au téléphone et au télécopieur ainsi qu'à Internet. Signalons que l'utilisation d'Internet pour faire une demande n'a été mise en valeur que depuis deux ou trois ans.



En 2005, il a fallu en moyenne 8,3 semaines entre le moment où la demande a été présentée et la réception de l'avis de son acceptation, avec un nombre semblable de clients ayant attendu un mois, deux mois et même plus (tableau Q18 de l'annexe B). Le délai a été sensiblement plus court en Colombie-Britannique, dans les Prairies et dans le Nord (de cinq à six semaines en moyenne) et sensiblement plus long en Ontario et au Québec (12 et 10 semaines en moyenne, respectivement). En comparaison, les délais étaient plus courts en 2002, soit 5,9 semaines en moyenne ou 2,4 semaines de moins qu'en 2005.

Chapitre 4

VALEURS DES CLIENTS

Les clients possèdent des valeurs fondamentales qui leur permettent de porter un jugement sur le service reçu. Il est important d'essayer de bien saisir l'ordre de valeurs auquel se réfèrent les clients pour évaluer le service, étant donné que dans une approche axée sur le client, ce sera l'une des bases servant à établir les priorités en matière d'amélioration.

Dans un premier temps, nous faisons état des valeurs exprimées par les clients eux-mêmes dans leurs réponses au sondage. Nous identifions ensuite les leviers de satisfaction sous-jacents — les éléments du service qui jouent le plus grand rôle comme moteurs de la satisfaction générale des clients —, lesquels peuvent diverger de ce que les clients perçoivent comme étant leurs propres valeurs. Fondée sur ces résultats conjugués, l'analyse décèle les éléments du service que les clients tiennent pour essentiels et les éléments du service qui sont des facteurs cachés de la satisfaction des clients.

4.1 *Les valeurs déclarées*

Sur les 461 répondants du sondage, 186 devaient évaluer l'importance qu'ils attribuent à huit aspects différents du service offert par Industrie

Canada. La pièce 4.1 résume les résultats de cette enquête. L'importance était codée afin que l'échelle varie de zéro à dix¹.

En 2005, de façon très semblable à 2001, les clients ont accordé une importance significative à tous les aspects du service qui étaient examinés. Néanmoins, la **compétence du personnel** figure en tête de liste, tout comme en 2001 et 2002. La **justice** et la **courtoisie** suivent immédiatement. Les trois principales valeurs exprimées par les clients sont donc **associées aux employés**.

Pièce 4.1 • Tableau sommaire des notes accordées à l'importance

Description	Note de l'importance (0 à 10)		
	2002 n = 220	2005 n = 186	Différence 2002-2005
La compétence du personnel de service	8,9	8,9 ¹	→
La mesure avec laquelle le service est offert de manière juste et équitable	8,0	8,8 ²	↗
La courtoisie du personnel de service	8,4	8,7	↗
Le délai pour obtenir l'autorisation d'exploiter selon votre demande	7,4	8,6	↗
La mesure avec laquelle vous êtes informé de tout ce que vous devez savoir ou faire au cours du processus de demande	8,0	8,5 ³	↗
Votre facilité d' accès au service de délivrance de licence radio d'Industrie Canada	7,8	8,5	↗
La mesure avec laquelle l' information sur le processus de demande du type de licence souhaité est facile à trouver	7,4	8,2	↗
Le temps d' attente au point de service ⁴	7,0	7,8	↗

¹ 9,2 pour demandeurs d'une nouvelle licence; 8,4 pour demandeurs d'un renouvellement
² 9,0 pour demandeurs d'une nouvelle licence; 8,3 pour demandeurs d'un renouvellement
³ 8,8 pour demandeurs d'une nouvelle licence; 8,1 pour demandeurs d'un renouvellement
⁴ Posée seulement aux clients directs.
Source : question 6; détails de l'annexe B.

Les trois valeurs qui viennent ensuite sont le **délai** avant que la décision ne soit annoncée, l'**information** à propos du processus et l'**accès** aux

¹ « Pas du tout important » valait 0 et « très important » valait 10. Les échelons intermédiaires étaient codés 2,5, 5 et 7,5.

services d'Industrie Canada — toutes groupées au même niveau d'importance. Soulignons que cette seconde tranche de valeurs est **liée au processus**.

En dernière place dans la liste des valeurs viennent la **facilité à trouver de l'information** et le **temps d'attente au point de service**. Ces deux éléments sont associés à l'aspect de la prestation de service lié à la **facilité à faire des affaires**.

En somme, les clients souhaitent d'abord et avant tout un service compétent, juste et courtois. Ils veulent ensuite que ce service soit rapide et accessible. Enfin, ils préféreraient un service avec lequel il est facile de transiger.

La pièce 4.1 renferme un autre message. L'importance accordée à tous les éléments du service s'est **accrue** entre 2002 et 2005, après une baisse survenue entre 2001 et 2002. Sachant que la méthodologie et les questionnaires sont demeurés strictement semblables entre 2002 et 2005 — et, donc, que les variations dans l'évaluation de l'importance ne peuvent être attribuées à des changements de méthode — cette évolution indique qu'après avoir fait preuve d'une réduction de leurs attentes en 2002, les clients de la Gestion du spectre d'Industrie Canada affichent maintenant une **hausse de leurs attentes relatives au service**.

Il convient de mentionner que les demandeurs d'une nouvelle licence ont attribué sensiblement plus d'importance à trois aspects du service (compétence du personnel, justice et information au sujet du processus) que ceux qui voulaient renouveler leur licence. Industrie Canada devra sans doute accorder plus d'attention à ce groupe.

4.2 **Les leviers de satisfaction**

Chaque aspect du service influe sur la satisfaction générale du client quant à l'expérience qu'il a connue. L'ampleur du lien entre la satisfaction touchant un aspect particulier du service et la satisfaction générale qu'il ressent représente l'effet de levier que cet aspect du service exerce sur la

satisfaction dans son ensemble. **Plus l'effet de levier d'un aspect du service est fort, plus une amélioration de la satisfaction touchant cet aspect aura de l'effet sur les notes de la satisfaction générale.** Étant donné que dans le cadre de ses relations avec sa clientèle, Industrie Canada vise notamment à améliorer l'impression générale de satisfaction qu'en retirent les clients, il importe de connaître les aspects du service qui ont le plus d'incidence sur la satisfaction dans son ensemble.

Le levier de satisfaction d'un aspect du service se mesure par la simple corrélation (d'ordre zéro) entre les notes de satisfaction pour cet aspect et les notes de satisfaction générale. La mesure varie entre zéro, qui indique l'absence de tout effet de levier, et un, qui correspond à un effet de levier parfait¹. Plus le chiffre est élevé, plus l'amélioration de la satisfaction quant à l'aspect du service en cause aura de l'effet sur la satisfaction dans son ensemble.

La pièce 4.2 résume les effets de levier qui sont associés aux huit aspects du service mesurés dans le cadre de la présente étude. Signalons que ces résultats s'appliquent aux clients qui ont transigé avec Industrie Canada.

Les deux grands moteurs de satisfaction sont la **courtoisie du personnel** et l'**information** au sujet du processus de demande. Ces deux éléments du service sont nettement de nature transactionnelle. Viennent ensuite la **facilité** d'accès et la facilité à **trouver** de l'information, associées à la facilité à faire des affaires. Enfin, les deux aspects dans l'ordre du temps (le délai avant d'obtenir une décision et le temps d'attente au point de service) sont les moteurs de satisfaction les moins efficaces.

On peut donc penser qu'Industrie Canada obtiendrait sans doute un plus fort taux de satisfaction générale en mettant l'accent sur la courtoisie de son personnel et en offrant un processus de demande absolument limpide qu'en s'efforçant de réduire les délais.

¹ En théorie, puisque l'indicateur est un coefficient de corrélation, la gamme des valeurs pourrait comprendre des valeurs négatives allant jusqu'à -1. Cependant, les notes de satisfaction particulières à un aspect ou de nature générale montrent rarement des rapports négatifs.

Pièce 4.2 • Tableau sommaire des effets de levier

Description	Note d'amplitude (0 à 1) ¹
	Clients directs ²
La courtoisie du personnel de service	0,62
La mesure avec laquelle vous êtes informé de tout ce que vous devez savoir ou faire au cours du processus de demande	0,62
Votre facilité d' accès au service de délivrance de licence radio d'Industrie Canada	0,58
La mesure avec laquelle l' information sur le processus de demande du type de licence souhaité est facile à trouver	0,57
La compétence du personnel de service	0,53
La mesure avec laquelle le service est offert de manière juste et équitable	0,50
Le délai pour obtenir l'autorisation d'exploiter selon votre demande	0,48
Le temps d' attente au point de service ³	0,48

¹ Corrélation simple (d'ordre zéro) entre les notes de satisfaction pour chaque aspect et les notes de satisfaction générale. Seules les données de 2005 sont présentées parce que l'analyse des facteurs de satisfaction a été faite différemment en 2002.

² n = 186

³ Posée seulement aux clients directs.

4.3 Service de base et facteurs de satisfaction cachés

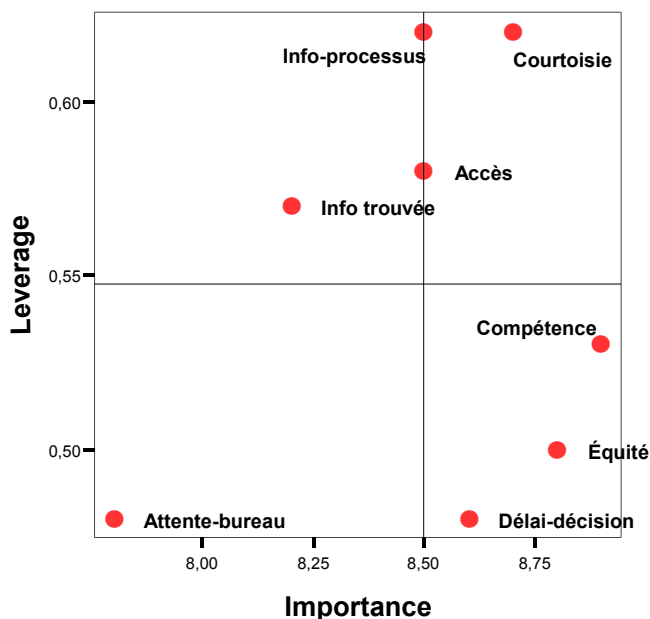
Tandis que l'analyse individuelle des valeurs des clients et des leviers de satisfaction est instructive, leur analyse conjointe révèle deux nouveaux types d'éléments du service : les éléments du service de base et les facteurs de satisfaction cachés.

Les éléments d'un **service de base** sont les aspects du service auxquels les clients attachent beaucoup de valeur mais qui ne sont pas étroitement associés à la satisfaction générale. Dans un contexte commercial et concurrentiel, ces éléments constituent le service de base auxquels les clients s'attendent de la part d'un fournisseur; il s'agit, d'une certaine façon, des caractéristiques absolument essentielles et sans lesquelles un fournisseur n'a aucune chance d'être retenu. Prenons l'exemple d'une chambre d'hôtel. Pour certains clients, sa caractéristique la plus importante

pourrait être celle d'un lit confortable. Par contre, le fait de leur offrir le lit le plus confortable qui soit n'influera peut-être pas systématiquement sur leur satisfaction générale (faible effet de levier). On en déduira que le confort du lit constitue une condition nécessaire mais qui ne suffit pas à entraîner une satisfaction générale.

Pièce 4.3

Matrice importance par effet de levier



En ce qui concerne les clients d'une licence de radio bidirectionnelle, les éléments du service de base se trouvent dans le coin droit inférieur de la pièce 4.3 qui expose l'importance moyenne telle que déclarée et la valeur de levier moyenne pour tous les éléments du service sur lesquels nous possédons des données. Le **délai avant que la décision ne soit rendue** de même qu'un **traitement juste et équitable** (et, dans une moindre mesure, la compétence du personnel) font partie du service de base auquel s'attendent les clients d'une licence de radio bidirectionnelle. Cela signifie que ces clients n'accepteront pas de compromis touchant ces aspects du service mais qu'un bon rendement dans ces domaines n'améliorera pas sensiblement leur satisfaction générale. Dans ce contexte, ces aspects sont pris pour acquis.

Les **facteurs de satisfaction cachés** sont les aspects du service auxquels les clients ne prêtent pas énormément de valeur mais dont le potentiel comme effet de levier est supérieur à la moyenne. Ce sont des facteurs intrinsèques qui demeurent cachés du fait que les clients ne sont pas conscients de l'importance qu'exercent ces éléments du service sur leur satisfaction générale.

Les facteurs de satisfaction cachés ne se décèlent pas facilement chez les clients des licences de radio bidirectionnelle. La facilité à trouver de

l'information sur le processus de demande du type de licence souhaité est le seul élément qui s'apparente à la définition d'un facteur de satisfaction caché. Cela en fait une cible secondaire pour l'amélioration de la satisfaction.

La pièce 4.3 confirme que la courtoisie du personnel représente une valeur cruciale pour les clients des licences de radio bidirectionnelle, compte tenu de sa position élevée sur l'échelle tant de l'importance que de l'effet de levier.

Chapitre 5

SATISFACTION DES CLIENTS

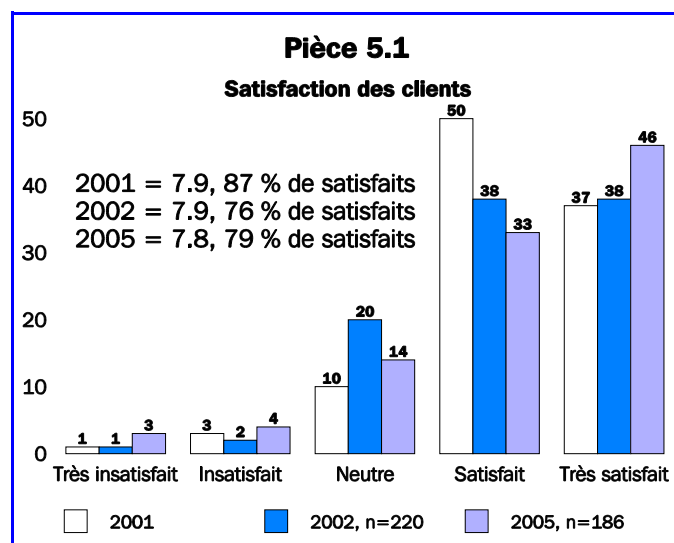
Le sondage auprès de la clientèle mettait surtout l'accent sur la satisfaction des clients. Celle-ci était mesurée dans trois principaux domaines : la satisfaction générale touchant le processus de demande, la satisfaction touchant des aspects particuliers du service et la satisfaction générale à l'égard de tiers ayant participé au processus. Nous nous arrêtons ci-dessous à chacun de ces domaines et mettons en évidence les attentes des clients à ces égards.

5.1 ***La satisfaction générale***

Nous avons posé aux clients un certain nombre de questions sur le service qu'ils ont reçu. Certaines concernaient l'ensemble du processus de demande, d'autres, des aspects particuliers de leur expérience. Cette gamme de questions se terminait par une question de récapitulation portant sur l'expérience du client touchant le processus de délivrance des licences dans son ensemble, dont le libellé était le suivant :

Dans l'ensemble, quel a été votre degré de satisfaction du service que vous avez reçu d'Industrie Canada durant le processus de demande de licence? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie que vous avez été très insatisfait et 5, que vous avez été très satisfait.

Cette question était posée après la série de questions concernant des aspects spécifiques du service. Ainsi, les clients avaient eu la possibilité de se former un jugement d'ensemble sur le rendement du programme.



La pièce 5.1 donne la ventilation des notes de satisfaction accordées par les répondants.

Trois indicateurs de satisfaction sont présentés dont, d'abord, la **satisfaction moyenne** établie selon une échelle de cinq points. Les notes ont été codées de zéro à dix, le point milieu, cinq, correspondant à la catégorie « neutre ». Dans notre étude, l'indifférence est représentée par la note de cinq. Vient ensuite le **pourcentage de clients se disant satisfaits** pour avoir choisi de répondre par « satisfait » ou « très satisfait ». Cette façon d'exprimer la satisfaction est habituelle (mais non prudente). Elle représente la proportion de

clients qui ont été à tout le moins un peu impressionnés par le service rendu. Nous indiquons ensuite le **pourcentage de clients qui ont sélectionné la catégorie de satisfaction la plus élevée**. Cette mesure de satisfaction se rapproche plus de la réalité que le pourcentage précédent de « assez+très » satisfaits. Selon certains auteurs¹, dans un contexte concurrentiel seuls les clients qui choisissent la case supérieure (« très satisfait ») demeurent fidèles au fournisseur; tous les autres peuvent se laisser attirer ailleurs par des promesses alléchantes. Bien entendu, cette éventualité ne pose pas de problème pour le Programme de licence de radio bidirectionnelle. Néanmoins, il vaut mieux, par prudence, analyser

¹ Voir Thomas O. Jones et W. Earl Sasser jr., "Why Satisfied Customers Defect" dans *Harvard Business Review*, novembre-décembre 1995, p. 88-99.

la satisfaction exprimée dans la case supérieure plutôt ou en même temps que la proportion de clients qui se disent simplement satisfaits.

En 2005, dans l'ensemble, **79 % des clients ont indiqué un certain degré de satisfaction**; 46 % ont donné la note maximum, se montrant par là très heureux du service reçu (tableau Q8 de l'annexe B). Conjugés à une note moyenne de 7,8, ces résultats donnent une image positive de la réaction des clients d'une licence de radio bidirectionnelle à l'égard de leur expérience.

La comparaison avec les résultats de 2001 et 2002 a de quoi réjouir. Tandis que le pourcentage des clients satisfaits et la note moyenne en matière de satisfaction sont demeurés assez stables, la proportion des clients entièrement satisfaits a grimpé à 46 % après s'être située à 37 et 38 % respectivement en 2001 et 2002.

Bien que ces données témoignent d'une **importante satisfaction générale**, les gestionnaires du programme doivent aussi en déduire qu'il y a encore **matière à amélioration** : 79 % indiquent une certaine satisfaction — ce qui est un niveau plutôt moyen d'après les nombreuses mesures de satisfaction qu'il nous a été donné de calculer au sein de la fonction publique fédérale. En outre, dans la culture occidentale, se dire « satisfait » n'est pas très exigeant à comparer à ce qu'il faut pour se dire « très satisfait ». Il vaut mieux, par conséquent, mesurer l'excellence à l'aune de la proportion des clients qui ont accordé la note maximum : près de la moitié de tous les clients ont atteint ce degré de satisfaction, mais ils pourraient être plus nombreux.

Autres indicateurs de satisfaction

La pièce 5.2 résume divers autres indicateurs de satisfaction générale. En 2005, 14 % des clients ont répondu que la prestation du service avait dépassé leurs attentes — 91 % ont dit qu'elle avait répondu à leurs attentes ou qu'elle les avait dépassées. Près de 90 % affirment aussi avoir obtenu tout ce dont ils avaient besoin de la part d'Industrie Canada ou ne pas avoir eu de difficulté dans leur transaction avec Industrie Canada. Le chiffre brut des clients qui disent avoir éprouvé des difficultés quelconques est trop faible pour pouvoir rechercher la nature exacte de ces difficultés.

Pièce 5.2 • Autres indicateurs de satisfaction

Indicateurs	2002	2005	Différence 2002-2005
% de ceux disant que le service dépassait leurs attentes ¹	21%	14%	↘
% de ceux disant que le service répondait à leurs attentes ou les dépassait ²	91%	91%	→
% de ceux disant avoir obtenu tout ce dont ils avaient besoin d'Industrie Canada ³	94%	90%	↘
% de ceux disant ne pas avoir eu de difficulté en faisant affaire avec Industrie Canada ⁴	85%	87%	↗

¹ Tableau Q9 de l'annexe B
² Tableau Q9 de l'annexe B
³ Tableau Q10 de l'annexe B
⁴ Tableau Q11 de l'annexe B

5.2 La satisfaction touchant divers aspects du service

Cette section documente la satisfaction des clients à l'égard du service. La pièce 5.3 résume les huit indicateurs de satisfaction qui étaient disponibles.

En 2005, trois attributs du service arrivent nettement en **tête de liste** quant au rendement du programme. Ce sont :

- la courtoisie du personnel;
- la compétence du personnel;
- la justice et l'équité.

Il est frappant de constater que ces trois éléments du service sont justement ceux que les clients qualifient de plus importants. Ils sont tous associés aux employés.

Le temps d'attente au point de service suit de près.

Deux dimensions du service **n'obtiennent pas de très bonnes** notes de satisfaction; les deux se situent à 7,4 sur l'échelle de satisfaction et à

peine 70 % des clients expriment de la satisfaction à leur égard. Il s'agit des suivantes :

- la facilité à trouver de l'information sur le processus de demande;
- le délai avant que la décision ne soit rendue.

Pièce 5.3 • Tableau sommaire de la satisfaction à l'égard du service

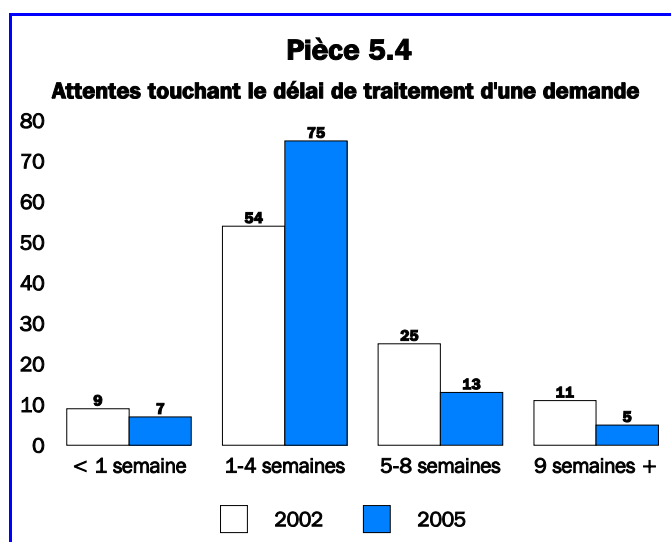
Description	2002 n = 220	2005 n = max 138		
	Moyenne 0 à 10	Moyenne 0 à 10	% de satisfaits ou très satisfaits	% de très satisfaits
La courtoisie du personnel de service	8,6	8,8 ↗	90%	66%
La compétence du personnel de service	8,4	8,4 →	86%	53%
La mesure avec laquelle le service est offert de manière juste et équitable	8,0	8,3 ↗	86%	49%
Le temps d' attente au point de service	7,1	8,1 ↗	76%	54%
La mesure avec laquelle vous êtes informé de tout ce que vous devez savoir ou faire au cours du processus de demande	7,2	7,8 ↗	73%	45%
Votre facilité d' accès au service de délivrance de licence radio d'Industrie Canada	7,4	7,7 ↗	80%	39%
La facilité à trouver de l'information sur le processus de demande du type de licence radio souhaité	6,9	7,4 ↗	72%	40%
Le délai pour obtenir l'autorisation d'exploiter selon votre demande	6,7	7,4 ↗	71%	36%

Source : question 7; détails de l'annexe B.

La comparaison entre 2002 et 2005 fait nettement ressortir une amélioration dans la satisfaction des clients. Tous les éléments reçoivent une plus haute note de satisfaction, à l'exception de la compétence du personnel qui était déjà très bien évaluée.

5.3 Les attentes des clients

Le questionnaire comportait certaines questions relatives aux attentes des clients concernant le service offert par Industrie Canada. Nous en regroupons les résultats ci-dessous.



Le délai

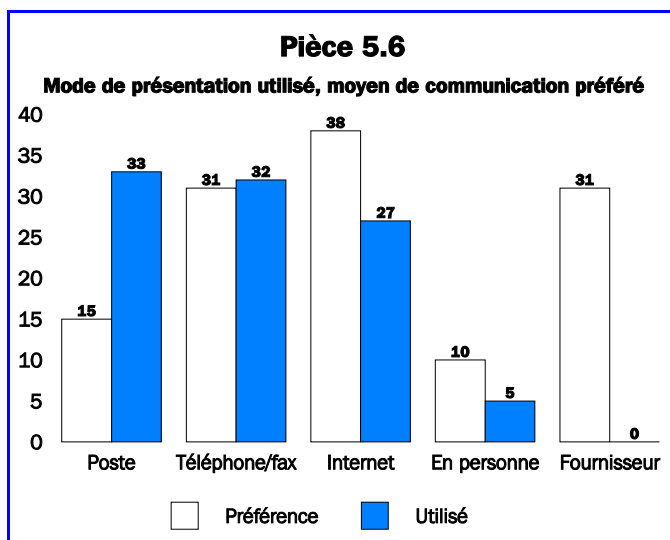
Nous avons demandé aux répondants quel devrait être selon eux le délai de traitement d'une demande de licence. Les pièces 5.4 et 5.5 documentent leurs réponses. En 2005, de l'avis de la vaste majorité (75 %), le processus devrait prendre entre une et quatre semaines. Cette majorité est encore plus prononcée que celle qui a été observée en 2002.

La pièce 5.4 résume les résultats. En 2005, en moyenne, les clients ont attendu 4,3 semaines de plus que prévu; en 2002, le chiffre équivalent était de 2,1 semaines. Entre 2002

et 2005, donc, l'écart entre les attentes et la prestation du service s'est accru de 2,2 semaines (ou 100 %).

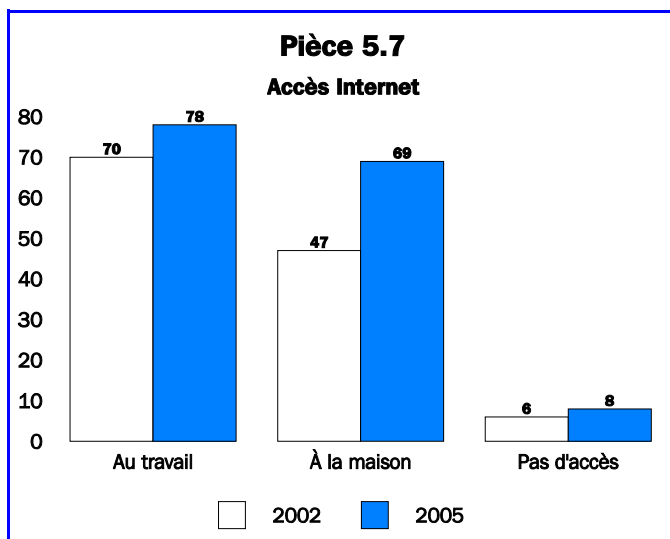
Pièce 5.5 • Délai pour obtenir une décision : réel et souhaité

Description	Délai en nombre de semaines		
	2002	2005	Différence 2002-2005
Délai réel	5,9	8,3	+ 2,4
Délai souhaité	3,8	4,0	+0,2
Écart dans la prestation	2,1	4,3	+2,2



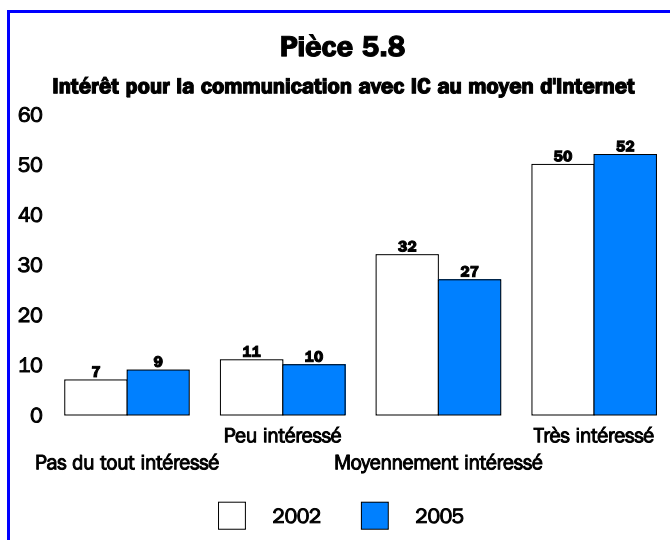
Mode de présentation de la demande

Environ un demandeur sur trois (31 %) affirme qu'en ce qui concerne les autorisations ou les renseignements sur les produits et services d'Industrie Canada, il préférerait à l'avenir procéder par l'intermédiaire d'un fournisseur de matériel radio (tableau Q20 de l'annexe B). Les répondants choisissent, dans des proportions analogues, le téléphone ou le télécopieur (31 %) de même que le courriel ou le site Web d'Industrie Canada (38 %). La poste n'a la préférence que de 15 % des clients.



Utilisation d'Internet

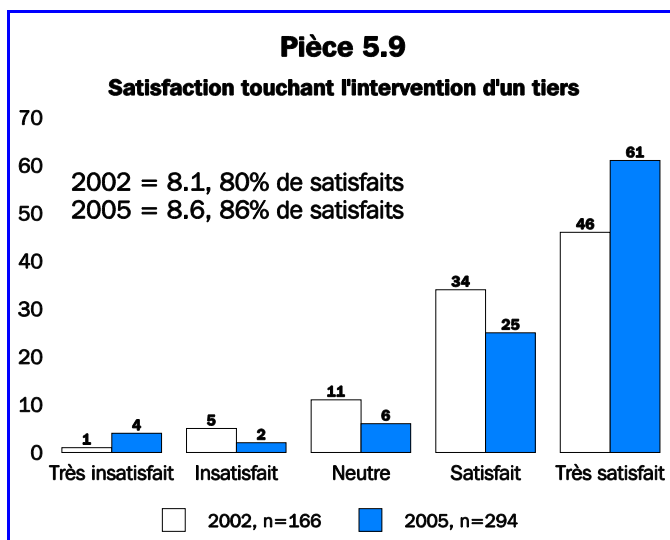
Nous avons en outre demandé aux clients s'ils avaient accès à Internet (tableau Q21 de l'annexe B). Près de huit sur dix (78 %) affirment avoir accès à Internet au bureau. Ils sont presque aussi nombreux à avoir un accès également à la maison. La proportion des clients qui n'ont pas accès à Internet s'établit à moins de 10 %.



Interrogés sur leur intérêt à se servir d'Internet pour communiquer avec Industrie Canada, la moitié des clients (52 %) se disent « très intéressés » (tableau Q22 de l'annexe B). Le quart d'entre eux (27 %) seraient « assez intéressés ». Comme on peut le constater à la pièce 5.8, le niveau d'intérêt n'a pas beaucoup fluctué entre 2002 et 2005.

5.4 L'intervention d'un tiers

Deux demandes sur trois (64 %) ont été remplies par un tiers — normalement un fournisseur de matériel radio (83 % du temps). Nous examinons ci-dessous la satisfaction touchant les services fournis par des tiers.



Six clients sur dix (61 %) qui ont recouru à un tiers pour remplir une demande de licence de radio bidirectionnelle accordent la note de satisfaction maximum au rendement de cette personne (tableau Q13 de l'annexe B).

Le rendement s'est amélioré entre 2002 et 2005 : la note de satisfaction moyenne a grimpé de 8,1 à 8,6 et la proportion des clients très satisfaits est passée de 46 à 61 %.

Sur l'ensemble des clients qui ont fait leur demande par le biais d'un tiers, un sur cinq (20 %) disent que leurs attentes ont été dépassées, et ils sont 93 % à dire que le

service répondait à leurs attentes ou qu'il les dépassait. Plus de 90 % affirment avoir obtenu d'un tiers ce dont ils avaient besoin ou n'avoir eu aucune difficulté en faisant affaire avec un tiers.

Pièce 5.10 • Autres indicateurs de satisfaction à l'égard d'un tiers

Indicateurs	2002	2005	Différence 2002-2005
% de ceux disant que le service dépassait leurs attentes ¹	—	20%	
% de ceux disant que le service répondait à leurs attentes ou les dépassait ²	—	93%	
% de ceux disant avoir obtenu tout ce dont ils avaient besoin de la part d'un tiers ³	—	91%	
% de ceux disant ne pas avoir eu de difficulté en faisant affaire avec un tiers ⁴	93%	94%	→

¹ Tableau Q14 de l'annexe B
² Tableau Q14 de l'annexe B
³ Tableau Q15 de l'annexe B
⁴ Tableau Q16 de l'annexe B

Chapitre 6

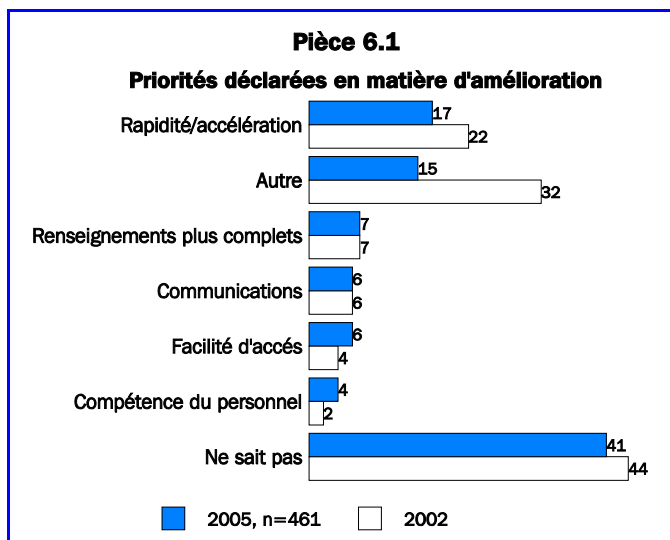
PRIORITÉS EN MATIÈRE D'AMÉLIORATION

Les priorités en matière d'amélioration peuvent être établies de deux façons : en demandant aux clients quelles sont leurs priorités ou en cherchant les aspects du service qui sont importants pour les clients mais dont ils ne sont pas entièrement satisfaits.

6.1 Les priorités déclarées

La première approche pour établir quelles sont les priorités en vue d'améliorer le programme consiste à demander carrément aux clients ce qu'il y aurait lieu d'améliorer dans le programme.

Appelés à choisir, quatre clients sur dix (44 %) n'ont pas pu sélectionner une priorité (voir la pièce 6.1; tableau Q23 de l'annexe B). Cette donnée indique que de l'avis de plus du tiers des répondants, **aucune amélioration évidente ne s'impose.**



L'aspect du service **le plus souvent** sélectionné en vue d'une amélioration est **la rapidité ou l'accélération** de sa prestation (17 %; 22 % en 2002).

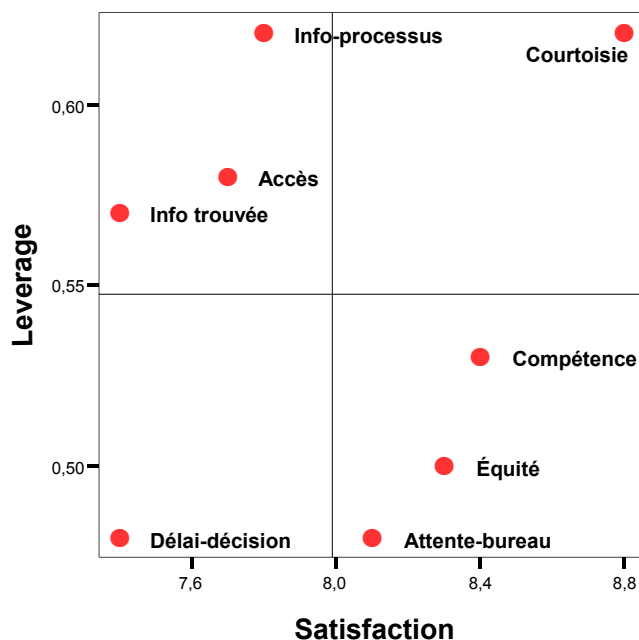
Du point de vue des clients, les priorités en matière d'amélioration du service n'ont pas changé depuis 2002.

6.2 Les priorités modélisées

Tandis que les clients formulent leurs priorités en fonction du service qu'ils ont reçu, il est aussi possible d'extraire ces priorités des autres réponses qu'ils ont données. En procédant par recoupements entre la satisfaction générale à l'égard du service et l'effet de levier potentiel de chaque aspect du service (voir pièce 6.2), on obtient quatre types d'éléments de service.

Pièce 6.2

Satisfaction et effet de levier



- Les éléments peu satisfaisants et ayant un fort effet de levier constituent les **priorités de premier ordre** en matière d'amélioration puisqu'ils constituent des facteurs de satisfaction générale significatifs et se situent sous le niveau de satisfaction moyen. En ce qui concerne le Programme de licence de radio bidirectionnelle, ces priorités sont au nombre de trois :
 - La mesure avec laquelle les clients sont **informés** de tout ce qu'ils ont besoin de savoir ou de faire au cours du processus de demande;
 - La **facilité à trouver l'information** sur le processus de demande du type de licence radio souhaité;
 - La facilité d'**accès** au service de délivrance de licence de radio bidirectionnelle d'Industrie Canada.

- Les éléments jugés très satisfaisants et ayant un fort effet de levier sont **cruciaux** étant donné qu'un bon rendement de la part de l'organisation répond aux besoins des clients — ils doivent être protégés. Un élément du service correspond à ce critère à la pièce 6.2 : la **courtoisie** du personnel de service.
- Les éléments jugés peu satisfaisants mais ayant un faible effet de levier constituent de **faibles priorités** en vue d'améliorer le service. Puisque les clients ne sont pas enthousiastes quant au rendement du programme dans ces domaines, on ne leur associe pas un grand effet de levier. La priorité pouvant être qualifiée de faible pour le

Programme de licence de radio bidirectionnelle réside dans le **décal** pour **obtenir** l'autorisation d'exploiter.

- Les éléments jugés très satisfaisants et ayant un faible effet de levier pourraient constituer des **occasions de désinvestissement**. Ce sont des aspects du service où l'organisation s'investit plus qu'il ne faut. L'interprétation à donner ici est plus délicate que pour les autres types d'éléments du service. En effet, certains de ces éléments peuvent se ranger parmi les aspects du service de base décrits ci-dessus (voir page 17) ou ils peuvent sembler peu importants pour de nombreux clients mais relever d'une politique gouvernementale (p. ex., la disponibilité du service dans la langue officielle de son choix). En ce qui concerne le programme à l'étude, les « occasions de désinvestissement » seraient les suivantes :
 - La **compétence** du personnel de service;
 - La mesure avec laquelle le service est offert de manière **juste et équitable**;
 - Le temps d'**attente** au point de service.

Il est peu probable qu'on veuille réduire le rendement du Programme de licence de radio bidirectionnelle en ce qui a trait à la compétence du personnel ou à la manière juste ou équitable de fournir le service. En fin de compte, s'il était possible d'économiser des sommes importantes en réduisant les normes au point de service, ces sommes pourraient être réinvesties dans les trois priorités de premier ordre que nous avons établies ci-dessus en matière d'amélioration.

ANNEXE A ***Questionnaire***

RADIO STATION LICENSING CLIENT SATISFACTION QUESTIONNAIRE
Industry Canada
for use over the telephone

INTRODUCTION: (Get in touch with the person identified on the list.) Hello, my name is I'm calling on behalf of Industry Canada to conduct a study among individuals and businesses that have recently been granted a two-way radio station license. I work for Echo Sondage, the research firm conducting this study. Participation in the survey is voluntary and your dealings with Industry Canada will not be affected whether or not you choose to participate. However, your feedback would be extremely valuable. All information will remain confidential. The survey will take no longer than 10 minutes to complete. May I begin?

Possible questions	Answers
Who is this survey done for?	The survey is commissioned Industry Canada.
How will my answers be kept confidential?	No individual answers will be reported, only percentages and averages. Also, your name or phone number will not be associated with your answers.
Why would I answer this survey?	The results of this study will be used to improve Industry Canada services. Since only a limited number of people will be involved in the study, your participation is extremely important.
What is this survey about?	The survey explores issues related to the quality of service provided during the two-way radio station license application process.
How can I ensure the legitimacy of this survey?	You can call the Canadian Survey Research Council at (800)554-9996 to confirm that Echo Sondage is a legitimate professional survey research company and that this survey was registered with them. Otherwise, you can call the research director, Benoît Gauthier, at (819)770-2423.
Notes to the interviewer	<ul style="list-style-type: none">• Ensure respondent focuses on service received from Industry Canada or the third party, not on service related to any other parts of the federal or provincial governments that they may have dealt with.• Ensure that the respondent is the person that had hands-on experience with the application process. If necessary, get a referral from the initial contact.• Note that "radio station license" does not mean "radio broadcasting station", but rather "two-way radio station".• The satisfaction scale response categories are repetitive. Adjust repetition frequency to ensure clarity but avoid tedium.

SCREENING

SCR **Your name has been provided to us by Industry Canada as someone who has had a radio station license application accepted during the past year. Is this the case? Note that some applicants received their radio license directly from Industry Canada, while others did so through a third party, such as a radio equipment supplier. (DO NOT READ)**

YES 1
No 2 >> **TERMINATE**
DK/NR 9 >> **TERMINATE**

CONTEXT OF THE TRANSACTION

Q1 **Did you apply for your radio license directly with Industry Canada or did you do this through a third party, such as a radio equipment supplier? (DO NOT READ)**

DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA 1
THROUGH A THIRD-PARTY SERVICE PROVIDER 2
DON'T KNOW / NO RESPONSE 9

(IF Q1 = THROUGH A THIRD-PARTY SERVICE PROVIDER)

Q2 **What type of organization did you deal with to apply for your radio license? Was it a...? (READ)**

RADIO EQUIPMENT SUPPLIER 1
RADIO SYSTEM CONSULTANT 2
OR SOME OTHER ORGANIZATION (WHAT TYPE OF ORGANIZATION WAS IT? _____) 8
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE 9

(IF Q1 = THROUGH A THIRD-PARTY SERVICE PROVIDER)

Q3 **Did you have any direct dealings with Industry Canada staff at any time during the radio license application process? (DO NOT READ)**

YES 1
No 2
DON'T KNOW / NO RESPONSE 9

(IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA)

Q4 **Which one of the following methods did you use to file your radio station application?** (READ)

IN-PERSON AT AN INDUSTRY CANADA OFFICE LOCATION	1
BY TELEPHONE OR FAX DIRECT TO INDUSTRY CANADA	2
BY THE INTERNET USING THE INDUSTRY CANADA WEBSITE	3
MAILING YOUR APPLICATION TO INDUSTRY CANADA	4
OTHER (PLEASE SPECIFY _____)	8
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

Q5 **What type of radio station did you apply for in your application?** (READ)

COMPLETELY NEW RADIO SYSTEM	1
SHARED FREQUENCY WITH ANOTHER COMPANY	2
ADDITIONAL BASE STATION TO EXISTING SYSTEM	3
OR SOMETHING ELSE (PLEASE SPECIFY _____)	8
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

IMPORTANCE

(IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA OR Q3 = YES)

Q6 **I'm now going to ask you some questions about the service you received from Industry Canada during the application process. First, please tell me how important each of the following aspects of service are to you. To do this, please use a scale of 1 to 5, where 1 means you think that that aspect of service is very unimportant, and 5 means you think it is very important. If something does not apply to you, please just say so. How about...?** (RANDOMIZE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS IF NECESSARY; RECORD SEPARATELY "DOES NOT APPLY" AND "DON'T KNOW")

- 6.1 (IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA) The amount of time you have to wait at the service location
- 6.2 The amount of time it takes to receive the authority to operate as you request
- 6.3 The competence of the service staff
- 6.4 The courteousness of the service staff
- 6.5 The extent to which the service is provided in a fair and equitable manner
- 6.6 The extent to which it is easy to find information about how to apply for the radio license authority that you need
- 6.7 The extent to which you are informed about everything that you need to know or do throughout the application process
- 6.8 Your ease of access to service related to Industry Canada radio licensing

SATISFACTION

(IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA OR Q3 = YES)

Q7 Thinking about the service you received from Industry Canada during the radio license application process, I'd like you to tell me how satisfied you were with each of the following aspects of service. Please use a 5-point scale, where 1 is very dissatisfied, and 5 is very satisfied. Once again, if something does not apply to you, please just say so. How about...? (RANDOMIZE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS IF NECESSARY) How satisfied were you with this aspect of the service?

(Same list as with the previous question; ask only the items which were deemed applicable in the previous question.)

(IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA OR Q3 = YES)

Q8 Overall, how satisfied were you with the service you received from Industry Canada during the radio licensing application process? Please use a 5-point scale, where "1" means you were very dissatisfied and "5" means very satisfied.

(IF Q3 = YES, ADD: **Please think about the service you received from Industry Canada, not that provided by a third party.**)

(IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA OR Q3 = YES)

Q9 Would you say that the quality of service you received from Industry Canada exceeded your expectations, met your expectations, or fell short of your expectations? (DO NOT READ)

EXCEEDED EXPECTATIONS	1
MET EXPECTATIONS	2
FELL SHORT OF EXPECTATIONS	3
DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

(IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA OR Q3 = YES)

Q10 In the end, did you get all of what you needed from Industry Canada? (READ)

YES	1
No	2
IN PART	3
(DO NOT READ) I DID NOT NEED INFORMATION/SERVICE	4
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

(IF Q1 = DIRECTLY WITH INDUSTRY CANADA OR Q3 = YES)

Q11 Did you have any problems in your dealings with Industry Canada during the application process? (DO NOT READ)

YES	1
No	2
DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

(IF Q11 = YES)

Q12 What problems did you encounter? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

DID NOT GET TYPE OF RADIO SYSTEM SERVICE PROVIDER PROMISED	1
HAD TO BUY ADDITIONAL EQUIPMENT TO MAKE SYSTEM WORK	2
HAD DIFFICULTY GETTING INFORMATION REQUIRED FOR APPLICATION	3
HAD DIFFICULTY GETTING MY ANTENNA STRUCTURE APPROVED BY MUNICIPALITY	4
APPLICATION FORM WAS TOO CONFUSING/HARD TO FILL OUT	5
RECEIVED CONFLICTING INFORMATION FROM DIFFERENT PEOPLE/SOURCES	6
OTHER (SPECIFY _____)	98
DON'T KNOW / NO RESPONSE	99

(IF Q1 = THROUGH A THIRD-PARTY SERVICE PROVIDER)

Q13 How satisfied were you with the service you received from [INSERT RESPONSE TO Q2] during the radio licensing application process? Please use a 5-point scale, where "1" means you were very dissatisfied and "5" means very satisfied.

(IF Q1 = THROUGH A THIRD-PARTY SERVICE PROVIDER)

Q14 Would you say that the quality of service you received from [INSERT RESPONSE TO Q2] exceeded your expectations, met your expectations, or fell short of your expectations? (DO NOT READ)

EXCEEDED EXPECTATIONS	1
MET EXPECTATIONS	2
FELL SHORT OF EXPECTATIONS	3
DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

(IF Q1 = THROUGH A THIRD-PARTY SERVICE PROVIDER)

Q15 **In the end, did you get all of what you needed from [INSERT RESPONSE TO Q2]?** (READ)

YES	1
No	2
IN PART	3
(DO NOT READ) I DID NOT NEED INFORMATION/SERVICE	4
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

(IF Q1 = THROUGH A THIRD-PARTY SERVICE PROVIDER)

Q16 **Did you have any problems in your dealings with [INSERT RESPONSE TO Q2] during the application process?** (DO NOT READ)

YES	1
No	2
DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

(IF Q16 = YES)

Q17 **What problems did you encounter?** (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

(SAME CATEGORIES AS Q12)

EXPECTATIONS

Q18 **How long did it take between the time you submitted your application and the time you were informed that your application was successful?** (DO NOT READ; RECORD ACCORDING TO THE UNIT OF TIME USED BY THE RESPONDENT)

# OF MONTHS (SPECIFY _____)	1
# OF WEEKS (SPECIFY _____)	2
# OF DAYS (SPECIFY _____)	3
DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

Q19 **How long do you think the radio licensing process should take?** (RECORD ACCORDING TO THE UNIT OF TIME USED BY THE RESPONDENT)

# OF MONTHS (SPECIFY _____)	1
# OF WEEKS (SPECIFY _____)	2
# OF DAYS (SPECIFY _____)	3
DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

Q20 **Which of the following methods would you prefer to use for dealing with future Industry Canada authorizations or information services or products? Anything else?** (READ LIST; ACCEPT UP TO THREE RESPONSES)

SERVICE THROUGH A RADIO EQUIPMENT SUPPLIER	1
IN-PERSON SERVICE AT AN INDUSTRY CANADA OFFICE	2
BY TELEPHONE OR FAX TO AN INDUSTRY CANADA OFFICE	3
BY EMAIL OR USING THE INDUSTRY CANADA WEBSITE	4
BY MAIL OR COURIER SERVICE TO AN INDUSTRY CANADA OFFICE	5
OR IN SOME OTHER WAY (PLEASE SPECIFY _____)	98
(DO NOT READ) NO NEED FOR FUTURE DEALINGS	97
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE	99

Q21 **Industry Canada is trying to improve access to its programs and services through greater use of the Internet. Do you have access to the Internet, either at home, work or from some other location?** (DO NOT READ; SELECT ALL THAT APPLY)

NO, NO ACCESS	1
FROM HOME	2
FROM WORK	3
FROM ELSEWHERE (PLEASE SPECIFY _____)	8
DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

(IF Q21 = ACCESS FROM HOME, WORK OR ELSEWHERE)

Q22 **How interested would you be in using the Internet to deal with Industry Canada for future authorizations, information services or products? Would you be...?** (READ)

VERY INTERESTED	1
MODERATELY INTERESTED	2
NOR VERY INTERESTED	3
NOT AT ALL INTERESTED	4
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE	9

Q23 If you could identify three things to improve the quality of service you received during the radio licensing process, what would that be? Anything else? (DO NOT READ; ACCEPT UP TO THREE RESPONSES)

TIMELINESS/QUICKER TURNAROUND TIME	1
FAIRNESS OF THE PROCESS	2
COMPLETENESS OF INFORMATION	3
MORE COMPETENT/KNOWLEDGEABLE STAFF	4
MORE COURTEOUS STAFF	5
EASE OF ACCESS	6
IMPROVE FAIRNESS OF PROCESS	7
IMPROVE COMMUNICATIONS	8
OTHER (SPECIFY _____)	98
DON'T KNOW / NO RESPONSE	99

BACKGROUND

Q24 In which of the following types of organizations do you work, if any? (READ)

GOVERNMENT (FEDERAL/PROVINCIAL/MUNICIPAL)	1
TELECOM SERVICE PROVIDER/PHONE COMPANY	2
PUBLIC/PRIVATE UTILITY	3
LAW ENFORCEMENT	4
PRIVATE COMPANY	5
FARMING	6
FISHING	7
LOGGING	8
NO ORGANIZATION	97
OTHER (SPECIFY _____)	98
(DO NOT READ) DON'T KNOW / NO RESPONSE	99

(RECORD RESPONDENT'S GENDER)

THANK AND TERMINATE

**QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION DES CLIENTS
DE LICENCES DE RADIO BIDIRECTIONNELLE**
Industrie Canada
pour utilisation au téléphone

INTRODUCTION : (Rejoignez la personne identifiée sur la liste) Bonjour, je m'appelle Je vous appelle au nom d'Industrie Canada pour effectuer une étude auprès des particuliers et des entreprises qui ont obtenu dernièrement une licence de radio bidirectionnelle. Je travaille pour la société de recherche Echo Sondage chargée de mener le sondage pour le compte d'Industrie Canada. Votre participation à ce sondage n'est pas obligatoire et votre décision de participer ou non à l'étude n'aura aucune incidence sur vos relations avec Industrie Canada. Cependant, votre point de vue nous aiderait grandement. Toutes les informations demeureront confidentielles. Cette entrevue ne durera pas plus de 10 minutes. Puis-je commencer?

Questions possibles	Réponses
Pour qui ce sondage est-il réalisé?	Le sondage est commandité par Industrie Canada.
Comment la confidentialité de mes réponses sera-t-elle protégée?	Le rapport ne comportera aucune réponse individuelle, seulement des pourcentages et des moyennes. Vos nom ou numéro de téléphone ne seront pas non plus associés à vos réponses.
Pourquoi devrais-je répondre à ce sondage?	Les résultats de notre étude vont servir à améliorer le service d'Industrie Canada. Puisque l'étude ne repose que sur un petit nombre de personnes, votre participation est extrêmement importante.
En quoi consiste le sondage?	Le questionnaire porte sur la qualité du service offert durant le processus de demande de licence de station radio bidirectionnelle.
Comment puis-je m'assurer que ce sondage est légitime?	Vous pouvez appeler le Conseil canadien de la recherche par sondage au (800)554-9996 pour confirmer que Écho Sondage est une entreprise sérieuse et professionnelle de sondage et que le présent sondage a été enregistré auprès d'eux. Autrement, vous pouvez rejoindre le directeur de recherche, Benoît Gauthier, au numéro (819)770-2423.
Notes à l'interviewer	<ul style="list-style-type: none">• Veillez à ce que les participants se concentrent sur les services reçus d'Industrie Canada ou d'un tiers partenaire, et qu'ils ne dévient pas vers d'autres services gouvernementaux provinciaux ou fédéraux.• Assurez-vous que le répondant est une personne qui a été impliquée directement au processus de demande de licence.• Sachez que <u>station radio</u> ne désigne pas une station de radiodiffusion, mais plutôt une station radio bidirectionnelle.• Les catégories de réponses de l'échelle de satisfaction sont répétitives. Adaptez la fréquence de la répétition pour que les choses soient claires, mais évitez d'être fastidieux.

FILTRAGE

SCR **Industrie Canada nous a fourni votre nom à titre de personne dont la demande de licence de station de radio a été acceptée au cours de l'année dernière. Est-ce bien le cas? Certains demandeurs ont obtenu une licence directement d'Industrie Canada tandis que d'autres l'ont obtenu par l'entremise d'un tiers, d'un fournisseur de matériel radio, par exemple. (NE PAS LIRE)**

OUI 1
NON 2 >> **TERMINER L'ENTREVUE**
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE 9 >> **TERMINER L'ENTREVUE**

CONTEXTE DE LA TRANSACTION

Q1 **Avez-vous présenté une demande de licence de station radio directement à Industrie Canada ou êtes-vous passé par un tiers, un fournisseur de matériel radio, par exemple? (NE PAS LIRE)**

DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA 1
PAR LE BIAIS D'UN TIERS 2
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE 9

(SI Q1 = PAR LE BIAIS D'UN TIERS)

Q2 **Avec quel type d'organisation avez-vous traité pour obtenir votre licence radio? S'agissait-il...? (LIRE)**

D'UN FOURNISSEUR DE MATÉRIEL RADIO 1
D'UN CONSULTANT EN SYSTÈME RADIO 2
OU D'UNE AUTRE ORGANISATION (DE QUEL TYPE D'ORGANISATION S'AGISSAIT-IL? _____) ... 8
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE 9

(SI Q1 = PAR LE BIAIS D'UN TIERS)

Q3 **Avez-vous eu directement affaire avec le personnel d'Industrie Canada à un moment ou à un autre durant le processus de demande de licence radio? (NE PAS LIRE)**

OUI 1
NON 2
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE 9

(SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA)

Q4 **Parmi les méthodes suivantes, laquelle avez-vous utilisée pour présenter votre demande de licence de station radio?** (LIRE)

EN PERSONNE, EN VOUS RENDANT À UN BUREAU D'INDUSTRIE CANADA	1
PAR TÉLÉPHONE OU PAR TÉLÉCOPIEUR, DIRECTEMENT À INDUSTRIE CANADA	2
PAR INTERNET, À L'AIDE DU SITE WEB D'INDUSTRIE CANADA	3
PAR LA POSTE, EN ENVOYANT VOTRE DEMANDE À INDUSTRIE CANADA	4
AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER _____)	8
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

Q5 **Quel type de station radio votre licence visait-elle?** (LIRE)

SYSTÈME RADIO ENTIÈREMENT NOUVEAU	1
FRÉQUENCE PARTAGÉE AVEC UNE AUTRE ENTREPRISE	2
AJOUT D'UNE STATION DE BASE À UN SYSTÈME EXISTANT	3
OU UN AUTRE TYPE DE STATION (VEUILLEZ PRÉCISER _____)	8
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

IMPORTANTANCE

(SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA OU Q3 = OUI)

Q6 **Je vais maintenant vous poser une série de questions sur les services que vous avez reçus d'Industrie Canada durant le processus de demande de licence. Veuillez tout d'abord me dire l'importance de chacun des aspects suivants du service pour vous, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 signifie que vous pensez que cet aspect du service n'est absolument pas important et 5, qu'il est très important. Si une question ne s'applique pas à votre expérience, veuillez me l'indiquer. Qu'en est-il de...? (ORDRE ALÉATOIRE; RÉPÉTEZ LES INSTRUCTIONS AU BESOIN; ENREGISTREZ À PART LES RÉPONSES « NE S'APPLIQUE PAS » ET « NE SAIS PAS »).**

- 6.1 (SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA) Le temps d'attente au point de service
- 6.2 Le délai pour obtenir l'autorisation d'exploiter la station selon votre demande
- 6.3 La compétence du personnel de service
- 6.4 La courtoisie du personnel de service
- 6.5 La mesure dans laquelle le service est offert de manière juste et équitable
- 6.6 La mesure dans laquelle l'information sur le processus de demande du type de licence désiré est facile à trouver
- 6.7 La mesure dans laquelle vous avez été informé de ce que vous deviez savoir ou faire au cours du processus de demande
- 6.8 La facilité d'accès au service de délivrance de licence de station radio d'Industrie Canada

SATISFACTION

(SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA OU Q3 = OUI)

Q7 **Concernant le service que vous avez reçu d'Industrie Canada au cours du processus de demande de licence radio, pourriez-vous me dire dans quelle mesure vous avez été satisfait de chacun des aspects suivants du service. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie que vous avez été très insatisfait et 5, que vous avez été très satisfait. Ici encore, si une question ne s'applique pas à votre expérience, veuillez me l'indiquer. Quel a été votre degré de satisfaction à l'égard des aspects suivants du service?** (ORDRE ALÉATOIRE; RÉPÉTEZ LES INSTRUCTIONS AU BESOIN)

(Même liste que pour la question précédente; ne poser que les questions qui s'appliquaient, selon la question précédente.)

(SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA OU Q3 = OUI)

Q8 **Dans l'ensemble, quel a été votre degré de satisfaction du service que vous avez reçu d'Industrie Canada au cours du processus de demande de licence? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie que vous avez été très insatisfait et 5, que vous avez été très satisfait.**
(SI Q3 = OUI, AJOUTER : **Veuillez ne penser qu'au service fourni par Industrie Canada, à l'exclusion du service fourni par un tiers.**)

(SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA OU Q3 = OUI)

Q9 **Diriez-vous que la qualité du service que vous avez reçu d'Industrie Canada dépassait vos attentes, répondait à vos attentes ou était inférieure à vos attentes?** (NE PAS LIRE)

DÉPASSAIT LES ATTENTES	1
RÉPONDAIT AUX ATTENTES	2
INFÉRIEURE AUX ATTENTES	3
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

(SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA OU Q3 = OUI)

Q10 **Au bout du compte, avez-vous obtenu tout ce dont vous aviez besoin de la part d'Industrie Canada?** (LIRE)

OUI	1
NON	2
EN PARTIE	3
(NE PAS LIRE) PAS BESOIN DE RENSEIGNEMENTS OU DE SERVICES	4
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

(SI Q1 = DIRECTEMENT D'INDUSTRIE CANADA OU Q3 = OUI)

Q11 **Au cours du processus de demande de licence, avez-vous eu des difficultés avec Industrie Canada?** (NE PAS LIRE)

OUI	1
NON	2
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

(SI Q11 = OUI)

Q12 **Quels problèmes avez-vous eus?** (NE PAS LIRE; ACCEPTEZ TOUTES LES RÉPONSES)

N'A PAS REÇU LE TYPE DE SYSTÈME RADIO PROMIS PAR LE FOURNISSEUR DE RADIO	1
À DÛ ACHETER DU MATÉRIEL SUPPLÉMENTAIRE POUR FAIRE FONCTIONNER SON SYSTÈME	2
DIFFICULTÉ À OBTENIR LES RENSEIGNEMENTS NÉCESSAIRES À LA DEMANDE	3
DIFFICULTÉ À OBTENIR L'AUTORISATION DE LA MUNICIPALITÉ POUR SON BÂTI D'ANTENNE	4
LE FORMULAIRE DE DEMANDE ÉTAIT COMPLIQUÉ ET DIFFICILE À REMPLIR	5
À REÇU DES RENSEIGNEMENTS CONTRADICTOIRES DE DIFFÉRENTES SOURCES/PERSONNES	6
AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER _____)	98
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	99

(SI Q1 = PAR LE BIAIS D'UN TIERS)

Q13 **Quel a été votre degré de satisfaction du service que vous avez reçu de [INSÉRER LA RÉPONSE À Q2] au cours du processus de demande de licence? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie que vous avez été très insatisfait et 5, que vous avez été très satisfait.**

(SI Q1 = PAR LE BIAIS D'UN TIERS)

Q14 **Diriez-vous que la qualité du service que vous avez reçu de [INSÉRER LA RÉPONSE À Q2] dépassait vos attentes, répondait à vos attentes ou était inférieure à vos attentes?** (NE PAS LIRE)

DÉPASSAIT LES ATTENTES	1
RÉPONDAIT AUX ATTENTES	2
INFÉRIEURE AUX ATTENTES	3
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

(SI Q1 = PAR LE BIAIS D'UN TIERS)

Q15 **Au bout du compte, avez-vous obtenu tout ce dont vous avez besoin de la part de [INSÉRER LA RÉPONSE À Q2]?** (LIRE)

OUI	1
NON	2
EN PARTIE	3
(NE PAS LIRE) PAS BESOIN DE RENSEIGNEMENTS OU DE SERVICES	4
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

(SI Q1 = PAR LE BIAIS D'UN TIERS)

Q16 **Au cours du processus de demande de licence, avez-vous eu des difficultés avec [INSÉRER LA RÉPONSE À Q2]?** (NE PAS LIRE)

OUI	1
NON	2
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

(SI Q16 = OUI)

Q17 **Quels problèmes avez-vous eus?** (NE PAS LIRE; ACCEPTEZ TOUTES LES RÉPONSES)

(MÊMES CATÉGORIES QUE Q12)

ATTENTES

Q18 **Combien de temps s'est écoulé entre le moment où vous avez présenté votre demande et celui où votre demande a été acceptée?** (NE PAS LIRE; ENREGISTRER SELON L'UNITÉ DE TEMPS UTILISÉE PAR LE PARTICIPANT)

# DE MOIS (PRÉCISER _____)	1
# DE SEMAINES (PRÉCISER _____)	2
# DE JOURS (PRÉCISER _____)	3
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

Q19 **Selon vous, quel devrait être le délai de traitement d'une demande de licence?** (NE PAS LIRE; ENREGISTRER SELON L'UNITÉ DE TEMPS UTILISÉE PAR LE PARTICIPANT)

# DE MOIS (PRÉCISER _____)	1
# DE SEMAINES (PRÉCISER _____)	2
# DE JOURS (PRÉCISER _____)	3
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

Q20 **De quelle manière préféreriez-vous procéder à l'avenir pour obtenir une autorisation ou des renseignements sur les produits et services d'Industrie Canada? Pensez-vous à une autre manière?** (LISEZ LA LISTE; ACCEPTEZ TROIS RÉPONSES)

PAR L'INTERMÉDIAIRE D'UN FOURNISSEUR DE MATÉRIEL RADIO	1
EN PERSONNE, EN VOUS RENDANT À UN BUREAU D'INDUSTRIE CANADA	2
PAR TÉLÉPHONE OU PAR TÉLÉCOPIEUR, DIRECTEMENT À INDUSTRIE CANADA	3
PAR INTERNET, À L'AIDE DU SITE WEB D'INDUSTRIE CANADA	4
PAR LA POSTE OU PAR MESSAGERIE, EN ENVOYANT LA DEMANDE À UN BUREAU D'INDUSTRIE CANADA	5
AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER _____)	98
(NE PAS LIRE) PAS DE BESOINS PRÉVUS DANS L'AVENIR	97
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	99

Q21 **Industrie Canada cherche à améliorer l'accès à ses programmes et à ses services par une plus grande utilisation d'Internet. Avez-vous accès à Internet, à la maison, au bureau ou ailleurs?** (NE PAS LIRE; COCHER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT)

NON, PAS D'ACCÈS	1
DE LA MAISON	2
DU BUREAU	3
D'AILLEURS (VEUILLEZ PRÉCISER _____)	8
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

(SI Q21 = ACCÈS DE LA MAISON, DU BUREAU OU D'AILLEURS)

Q22 **Dans quelle mesure seriez-vous intéressé à utiliser Internet pour obtenir une autorisation ou des renseignements sur les produits et services d'Industrie Canada? Seriez-vous...** (LIRE)

TRÈS INTÉRESSÉ	1
MOYENNEMENT INTÉRESSÉ	2
PEU INTÉRESSÉ	3
PAS DU TOUT INTÉRESSÉ	4
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	9

Q23 Pouvez-vous nommer trois choses qui pourraient améliorer la qualité du service offert au cours du traitement des demandes de licence de station radio? Pensez-vous à autre chose? (NE LISEZ PAS LA LISTE; ACCEPTEZ JUSQU'À TROIS RÉPONSES)

RAPIDITÉ/ACCÉLÉRATION DU PROCESSUS	1
ÉQUITÉ DU PROCESSUS	2
RENSEIGNEMENTS PLUS COMPLETS	3
PERSONNEL PLUS COMPÉTENT/RENSEIGNÉ	4
PERSONNEL PLUS COURTOIS	5
FACILITÉ D'ACCÈS	6
AMÉLIORER L'ÉQUITÉ DU PROCESSUS	7
AMÉLIORER LES COMMUNICATIONS	8
AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER _____)	98
NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	99

RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

Q24 Le cas échéant, pour quel type d'organisation travaillez-vous? (LIRE)

Gouvernement (fédéral/provincial/municipal)	1
Fournisseur de services de télécommunications/compagnie téléphonique	2
Services publics/privés	3
Maintien de l'ordre	4
Entreprise privée	5
Agriculture	6
Pêche	7
Foresterie	8
Aucune organisation	97
AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER _____)	98
(NE PAS LIRE) NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE	99

(NOTER LE SEXE DU PARTICIPANT)

REMERCIER ET TERMINER L'APPEL

ANNEXE B

Tableaux détaillés
