



Résumé du rapport

Étude de référence sur la satisfaction de la clientèle : consommateurs à domicile

Numéro de contrat : 90030-121581/001/CY
Contrat attribué le : 2013-01-18

Préparé pour :

Office national du film du Canada
webmaster@onf.ca

This report is also available in English on request

27 mars 2013

Préparé par :

Environics Research Group
336, rue MaClaren
Ottawa (Ontario) K2P 0M6

P7351

Résumé du rapport

Objectifs

L'Office national du film (ONF) est le producteur et distributeur public de films au Canada. L'organisme a retenu les services d'Environics afin de mener une étude auprès de sa clientèle à domicile, dans le but d'évaluer la satisfaction de cette dernière à l'endroit de la performance de l'ONF dans son ensemble, de ses produits et de la qualité de ses services. La recherche visait précisément à :

- Établir des données de référence en ce qui a trait au taux de satisfaction à l'endroit des services globaux, de gammes de services précises et des produits offerts dans leur ensemble, sur lesquelles s'appuyer lors de futures évaluations de la performance;
- Déterminer les principaux facteurs de satisfaction;
- Repérer les lacunes relatives aux services et les secteurs potentiels d'amélioration.

Méthodologie

Les résultats sont tirés d'un sondage en ligne mené auprès de 1 001 consommateurs à domicile actifs des produits de l'ONF (âgés de 16 ans et plus), sélectionnés à partir d'une liste fournie par l'ONF. Le sondage a été effectué du 15 février au 4 mars 2013. La marge d'erreur pour un échantillon de 1 001 personnes est de plus ou moins 2,9 points de pourcentage, 19 fois sur 20. On trouvera une description plus détaillée de la méthodologie utilisée dans la présente étude, de même qu'un exemplaire du questionnaire utilisé, à la fin de ce rapport. En tout, ce projet a coûté 39 729,95 \$ (TVH comprise).

Conclusions principales

Les résultats démontrent que l'Office national du film a su établir avec succès une image très positive auprès de ses consommateurs à domicile en ce qui a trait à la perception générale de sa clientèle, aux produits offerts et à la qualité des services fournis. Des améliorations futures en ce qui concerne ces mesures seraient probablement liées au fait de faire passer les taux de satisfaction de modérés à élevés, les taux d'insatisfaction étant déjà très faibles.

Une analyse plus approfondie des données permet de déterminer les principaux facteurs influençant l'évaluation globale que font les consommateurs à domicile de la performance de l'ONF. Les consommateurs à domicile sont plus susceptibles d'avoir une impression favorable de l'organisme s'ils perçoivent positivement son rôle et sa réputation, jugent qu'il fait preuve d'efficacité dans ses activités et sont satisfaits de ses productions (en matière de qualité, de pertinence et de choix) ainsi que du coût de ses produits.

L'ONF est évalué de façon relativement plus faible en ce qui a trait à l'efficacité de ses activités, à l'éventail de produits offerts et au coût de ces derniers. Ainsi, la mesure dans laquelle l'ONF pourra accroître le choix de produits offerts sans en affecter le prix sera ce qui contribuera probablement le plus à l'amélioration de son image globale parmi ses consommateurs à domicile.

Les principales constatations de ce sondage sont présentées ci-dessous.

Performance globale

- La très grande majorité des consommateurs à domicile ont une opinion favorable de la performance de l'ONF; neuf répondants sur dix la jugent en effet « excellente » ou « bonne ». Cette perception favorable chez les consommateurs à domicile est principalement liée à la qualité des produits, mais également à la qualité des services fournis par l'ONF.
- Le petit groupe de répondants ayant évalué la performance de l'ONF comme étant « acceptable » ou pire (9 % de l'échantillon total) attribuent principalement leur perception défavorable à des difficultés techniques rencontrées avec le site Web, à un éventail insuffisant de produits et à une impression voulant que l'ONF ne fasse pas l'objet d'une promotion adéquate.
- Lorsqu'interrogés sur certains éléments précis de la performance de l'ONF, les consommateurs à domicile évaluent positivement sa réputation d'excellence et son rôle dans la promotion de films et de points de vue canadiens. L'ONF reçoit des évaluations relativement plus faibles en ce qui concerne l'efficacité de ses activités et son travail de pionnier dans le développement de contenu audiovisuel interactif en ligne, en partie parce qu'une minorité importante de répondants ne connaissent pas suffisamment ces aspects de l'ONF pour se faire une opinion.

Satisfaction envers les produits

- Un taux de satisfaction élevé est observé en ce qui a trait aux produits de l'ONF pouvant actuellement être achetés. Neuf consommateurs à domicile sur dix se disent en effet « très satisfaits » ou « satisfaits » à cet égard. Lorsqu'interrogés sur certains aspects précis de l'offre actuelle de produits de l'ONF, les répondants se montrent en premier lieu satisfaits de la qualité des œuvres offertes.
- Parmi les éléments pouvant être améliorés, on note le coût des produits, ainsi que la gamme offerte. Les répondants se montrent en effet *relativement* moins satisfaits de ces deux aspects. De plus, bien que les consommateurs à domicile s'avèrent généralement satisfaits de la quantité de documentaires, de films d'animation et de productions numériques interactives en ligne offerte par l'ONF, ceux qui font mention d'une satisfaction moins grande à l'endroit de son offre actuelle de produits se démarquent en exprimant un désir pour un meilleur accès à des documentaires.

Satisfaction envers la qualité des services

- Le site Web onf.ca est le canal le plus utilisé pour l'achat de produits (cela inclut autant les opérations relatives aux téléchargements ou à la vidéo sur demande effectuées sur le site onf.ca que les achats en ligne de produits offerts sur DVD par l'entremise de la boutique ONF, accessible sur le même site), bien loin devant le numéro de téléphone 1 800 ou le courriel.
- Un fort taux de satisfaction est observé chez les consommateurs à domicile en ce qui concerne la qualité des services reçus; plus de huit répondants sur dix s'en montrent en effet « très satisfaits » ou « satisfaits », et ce, pour les trois canaux. La vaste majorité des consommateurs à domicile affirment également avoir en fin de compte reçu les renseignements requis par l'entremise de ces services, peu importe le canal utilisé.
- Les principales améliorations pouvant être apportées au site Web sont liées à la navigation et à la fonction de recherche. Ces éléments sont ceux ayant proportionnellement reçu les plus faibles évaluations de la part des consommateurs à domicile interrogés sur leur expérience

d'utilisateurs du site Web. Il s'agit également d'aspects jugés préoccupants par le petit groupe de répondants affirmant être insatisfaits des services reçus par l'entremise du site onf.ca.

- Peu d'améliorations importantes apparaissent nécessaires en ce qui a trait aux services fournis par téléphone ou par courriel. Bien qu'un très petit groupe de répondants expriment leur insatisfaction relativement au temps requis pour obtenir des services ou à la difficulté d'obtenir les renseignements voulus, le phénomène semble limité, et ne se traduit pas par des évaluations proportionnellement plus faibles de ces aspects des services par rapport à d'autres.
- Neuf consommateurs à domicile sur dix se disent satisfaits du processus de paiement pour le produit de l'ONF acquis lors de leur dernier achat. L'amélioration la plus fréquemment mentionnée à ce sujet est liée au fait d'inclure PayPal et Interac dans les options de paiement.

Nom du fournisseur : Environics Research Group

Numéro de contrat de TPSGC : 90030-121581/001/CY

Contrat attribué le : 2013-01-18

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'ONF à l'adresse suivante :

webmaster@onf.ca