



Accenture

118, avenue de France – 75 013 Paris

Téléphone : +33 (0) 1 53 23 55 55 - Télécopieur : +33 (0) 1 53 23 53 23

## *Communiqué de presse*

### **Contact presse :**

Hélène KNOPF

01 56 52 74 32

[helene.knopf@accenture.com](mailto:helene.knopf@accenture.com)

### **Qualité du service client dans les administrations : Singapour, le Canada et les États-Unis forment le trio de tête selon une étude Accenture**

*- 8<sup>ème</sup> édition du baromètre annuel Accenture sur la satisfaction des citoyens à l'égard de leur administration -*

**Paris, le 21 juin 2007** - Les administrations de Singapour, du Canada et des États-Unis offrent le meilleur service client ; c'est ce que révèle une étude mondiale publiée ce jour par Accenture. Il s'agit du huitième volet d'une série d'études annuelles menée par Accenture sur les défis, la maturité et les pratiques du service client des administrations dans le monde.

La nouvelle édition de ce baromètre marque le retour du classement qualitatif des pays. Le palmarès se fonde sur l'évaluation des programmes de service client de 22 pays, avec toutefois une différence de taille par rapport aux éditions précédentes, puisqu'il s'appuie sur les témoignages directs des usagers et des critères tels que la convivialité des différents canaux d'interaction avec l'administration, l'étendue de l'offre de services en ligne et les niveaux de satisfaction globale des utilisateurs.

Les 22 pays objets de l'étude sont : l'Afrique du Sud, l'Allemagne, l'Australie, la Belgique, le Brésil, le Canada, le Danemark, l'Espagne, les États-Unis, la Finlande, la France, l'Irlande, l'Italie, le Japon, la Malaisie, la Norvège, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, le Royaume-Uni, Singapour et la Suède.

Accenture a également interrogé 52 cadres dirigeants des services publics de 17 pays sur leur vision de l'avenir, leurs priorités actuelles et les enseignements tirés des expériences précédentes. L'analyse de ces données a été prise en compte dans le classement final des pays et les conclusions de cette étude.

*« Comme dans les précédents classements, Singapour et le Canada caracolent en tête en termes de maturité du service client, commente David T. Roberts, directeur de la Gestion de la Relation Client du groupe opérationnel Service public d'Accenture. Ces deux pays continuent à faire évoluer leur stratégie de service client et s'inscrivent dans une démarche d'amélioration continue de chacun des quatre critères identifiés cette année : connaître le client, se doter des infrastructures nécessaires, former les ressources humaines, savoir s'entourer. En outre, ils sont les plus performants en termes d'information des citoyens, et sont donc mieux perçus par eux. »*

Pour ce qui concerne les différents services publics (du fisc aux caisses de retraite, en passant par les centres d'animation locale), Singapour se classe en tête du premier groupe, talonné par le Canada, qui a perdu la place de n°1 qu'il détenait en 2005. Ces deux pays doivent leur position de leaders à leur approche solide et convaincante d'un service centré sur le citoyen et créateur de valeur. L'opinion des usagers ayant une pondération plus forte cette année, les notes de Singapour et des pays scandinaves, que l'on retrouve de la quatrième à la septième place, ont augmenté par rapport aux éditions précédentes.

Le groupe suivant est composé des États-Unis, du Danemark et de la Suède. En troisième position cette année, les États-Unis ont perdu une place, notamment parce que les citoyens américains déclarent n'avoir

perçu aucune amélioration du service client. Ainsi, alors que 79 % des Singapouriens estiment que leur service client a progressé en trois ans, à peine 41 % des Américains se prononcent dans ce sens.

Au-delà du classement par pays, l'étude montre que la clé de la réussite en la matière réside dans la combinaison de trois facteurs : excellence de l'interface client, qualité de l'infrastructure technologique et formation poussée des ressources humaines.

*« D'après l'étude, bon nombre de pays ont adopté les nouvelles technologies, notamment Internet, pour communiquer avec les citoyens, mais leur infrastructure de support n'a pas suivi. Les plates-formes de service client les plus innovantes permettent de concilier la promesse faite au stade du contact client et l'excellence dans sa réalisation »,* ajoute David T. Roberts.

**En France**, du point de vue de l'utilisateur, l'accès multi-canal, ainsi que la communication et l'information en amont, semblent constituer les deux domaines sur lesquels il y a le plus de progrès à réaliser. Sur ce dernier point, l'administration française est dans le dernier tiers de l'enquête citoyen menée auprès des 22 pays étudiés cette année. En revanche, 42 % des Français estiment que les services administratifs se sont améliorés et 75 % se déclarent très satisfaits ou satisfaits de leur dernier contact (au moins) avec l'administration. Une majorité toutefois, 57 %, n'a relevé aucun changement dans leurs relations avec les services administratifs depuis trois ans. En outre, la plupart (57 %) souhaitent être mieux informés sur les démarches administratives et 45 % pouvoir accéder plus facilement à cette information.

Parmi les autres faits marquants de la performance de l'Hexagone en termes de service client en 2007, nous pouvons également mentionner les points suivants :

- En valeur absolue, les notes de la France en maturité du service et en service client ont progressé entre 2005 et 2007, ce qui indique que l'administration française continue à faire des progrès. Sur ces deux critères, le recul de la France dans le classement s'explique par les avancées plus marquées réalisées par les autres pays.
- Les citoyens français entrent moins souvent en contact avec leurs services administratifs que les populations des autres pays – ce qui peut signifier que l'administration française est plus efficace en amont pour répondre aux besoins des usagers.
- La France se classe 3<sup>ème</sup> en termes d'agrégation des services, telle que perçue par les usagers (résultat du volet « collaboration transversale » de l'étude citoyen). Les Français estiment que leur administration est bien interconnectée (5<sup>ème</sup> position dans le classement).
- Autre indication des passerelles existant entre les différents organismes, les administrés français ne sont que 22 % à devoir contacter plusieurs services pour obtenir une réponse à leur requête, soit le deuxième meilleur score du panel.
- Les Français sont plus nombreux que les autres à privilégier le courrier pour communiquer avec les services administratifs.
- La France fait partie du petit groupe de six pays dont les citoyens estiment que le service client des administrations est plus performant que celui du secteur privé.

Au final, la France se classe 17<sup>ème</sup> de ce baromètre. Cette position s'explique davantage par les excellentes performances des autres pays que par une faiblesse spécifique de l'administration française. Ainsi, la Suède, l'Allemagne et l'Irlande, qui ont réalisé des avancées considérables dans la mise en œuvre d'approches centrées sur le citoyen, sont perçues comme ayant progressé par rapport à une France davantage occupée à améliorer son efficacité interne.

Quatre clés de la réussite émergent des enquêtes et recherches approfondies constituant l'étude :

- **Connaître les besoins du client.** Les services publics les plus innovants ne se contentent pas des découpages démographiques classiques de la population ; ils divisent les utilisateurs en groupes présentant des valeurs, des attentes et des intentions communes. Ainsi, un fonds de prévoyance de Singapour souhaitant informer les jeunes sur l'épargne retraite a orchestré une campagne de communication (comprenant un jeu en ligne et cadeaux à gagner) à partir des informations en sa possession sur les attitudes et comportements de son public cible, conjuguées à des techniques de marketing empruntées au secteur privé. Le jeu-concours visait à promouvoir de bonnes pratiques d'épargne, de placement et une gestion financière à long terme.

- **Se doter des infrastructures nécessaires.** Les organisations dont les infrastructures de support ne sont pas à la hauteur des promesses de leur service client courent le risque de voir leur crédibilité et leur compétence remises en cause. Même s'ils n'ignorent pas que leur approche du service client évoluera avec le temps, les services publics s'attachent désormais davantage à rendre leurs visions actuelles opérationnelles via la mise à niveau de leur infrastructures. À cet égard, l'Espagne est en passe de devenir un modèle pour les autres pays européens, grâce à la création d'une plate-forme nationale de communication et de partage de l'information opérée sur une infrastructure commune reliant tous les services de l'administration centrale à ceux des communautés autonomes.
- **Former les collaborateurs.** Les collaborateurs en contact direct avec la clientèle sont ceux qui ont le plus d'impact ; aussi, il est primordial de les former et de les équiper le mieux possible. Les administrations les plus innovantes choisissent soit de mettre leurs ressources humaines à niveau via des formations et un recrutement intensifs, soit de miser sur un petit nombre de collaborateurs hautement motivés. La démarche canadienne, qui s'est révélée particulièrement efficace, conjugue initiatives de modernisation du service public et transformation du service au sein d'une solide stratégie de développement des ressources humaines, baptisée PS Renewal.
- **Savoir s'entourer.** Les relations des services administratifs avec les citoyens, les entreprises et les organisations non commerciales évoluent dans un environnement complexe au sein duquel les différentes parties prenantes assument chacune une part de responsabilité dans le développement et l'exécution de services à valeur ajoutée. Cette évolution ouvre la voie à la nouvelle génération de service client hautement intégré.

#### **A propos de l'étude**

Accenture cartographie et analyse l'évolution des relations entre les services publics et les citoyens depuis l'an 2000. Le périmètre de l'étude, qui portait initialement sur la mise en ligne des services administratifs, s'est élargi en 2005 pour inclure tous les aspects du service au citoyen.

#### **A propos d'Accenture**

Entreprise internationale de conseil en management, technologies de l'information et externalisation, Accenture conçoit et met en oeuvre des solutions innovantes pour aider ses clients, entreprises et administrations, à accroître leur performance. Fort de son expertise sectorielle, de sa connaissance approfondie des processus, de ses ressources à l'échelle mondiale et de solides réalisations, Accenture a la capacité de mobiliser les équipes, compétences et technologies les plus appropriées pour aider chacun de ses clients à atteindre l'excellence. Avec plus de 152 000 collaborateurs dans 49 pays, Accenture a généré un chiffre d'affaires de 16,65 milliards de dollars au cours de l'année fiscale clôturée le 31 août 2006. Site web : [www.accenture.com/fr](http://www.accenture.com/fr)

###