

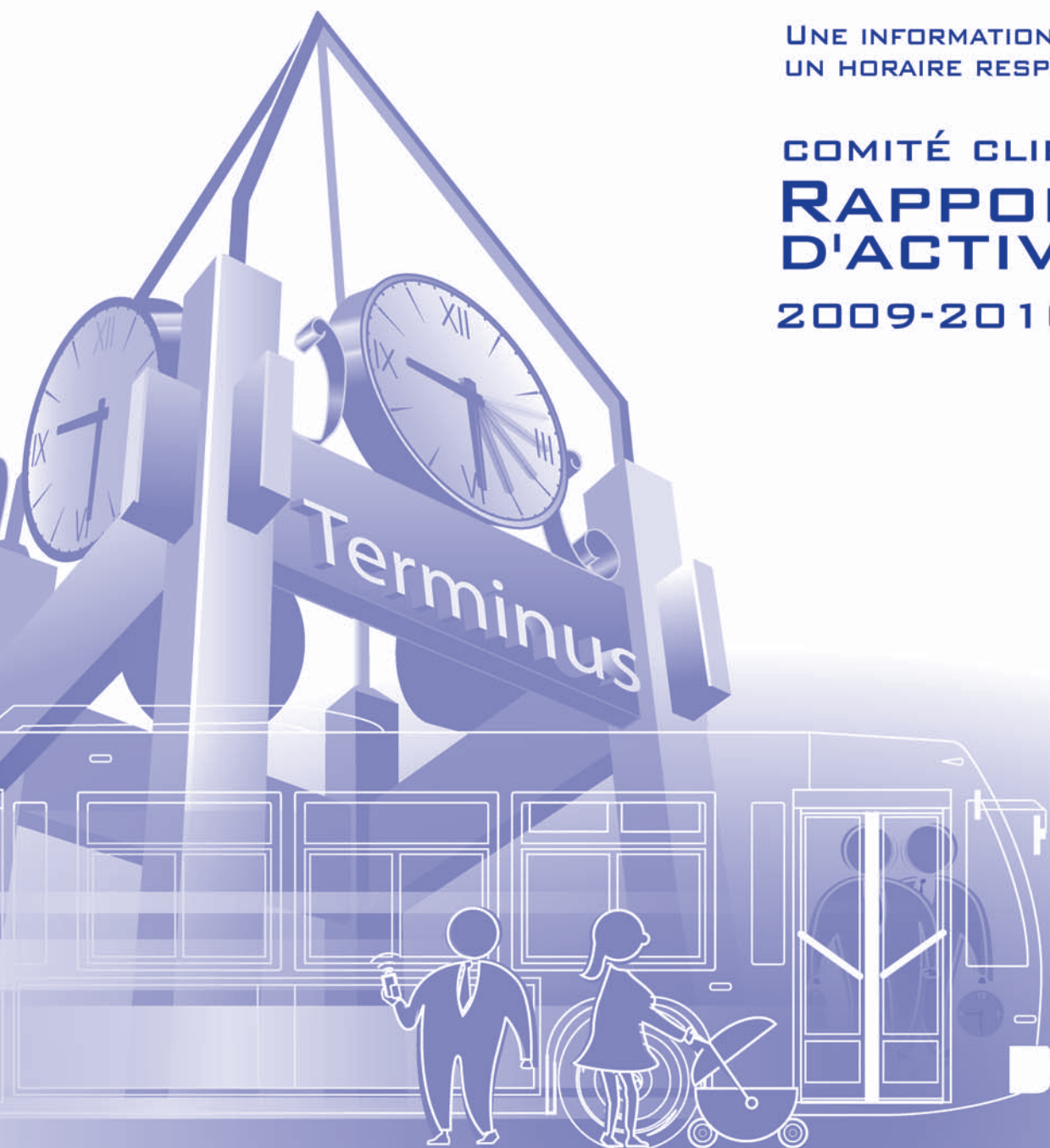
UNE INFORMATION SIMPLIFIÉE
UN HORAIRE RESPECTÉ

COMITÉ CLIENTÈLE
**RAPPORT
D'ACTIVITÉS**
2009-2010



UNE INFORMATION SIMPLIFIÉE
UN HORAIRE RESPECTÉ

COMITÉ CLIENTÈLE
**RAPPORT
D'ACTIVITÉS**
2009-2010



Édition

Réseau de transport de la Capitale
Comité clientèle

Conception et mise en page

Mac Design

Impression

Imprimerie Sociale

ISBN 978-2-921925-05-1

Dépôt légal–Bibliothèque nationale du Québec, 2011



Ce document est fait à partir de fibres recyclées.

Mot du président

Le comité clientèle m'a récemment confié la tâche de la présidence et je suis très fier d'avoir joint un comité dynamique et soucieux d'améliorer la qualité des services offerts par le Réseau de transport de la Capitale.

Ce rapport dessine un portrait de nos activités au courant de l'année 2009-2010. Le comité a analysé près de 500 plaintes sur les 1 596 reçues pour les volets touchant l'information à la clientèle, la conduite routière et la courtoisie du personnel chauffeur. Nous avons proposé près d'une quarantaine de recommandations visant à améliorer ces aspects tout autant que l'aménagement intérieur des nouveaux autobus. Nous proposons ces solutions pour améliorer l'expérience des usagers, voire en inciter de nouveaux à adopter ce mode de transport.

Bien que nous ayons observé quelques lacunes du service de transport en commun, je tiens à souligner les efforts entrepris par le RTC afin de corriger certains points. Nous apprécions également que 26,5 % des recommandations formulées au cours des années antérieures aient été mises en application par l'entreprise au cours de la dernière année.

Je désire remercier particulièrement mes collègues du comité clientèle pour la qualité de leur travail, leur excellente analyse, la complicité qui s'est développée entre nous et, surtout, leur confiance. Je termine en soulignant l'excellent travail de la Protectrice de la clientèle, madame Claudette Harvey, qui, malgré la tâche imposante, assiste avec diligence les membres du comité.

A handwritten signature in blue ink, reading "Jean-Sébastien Boucher". The signature is fluid and cursive, with the first name and last name clearly distinguishable.

Jean-Sébastien Boucher
Président

Table des matières

Le Comité clientèle	5
Le comité	5
Le mandat.....	5
Les membres	6
Les activités	7
Analyse d'un échantillon des plaintes de la clientèle	8
Courtoisie du personnel (chauffeur)	8
Conduite routière	10
Information à la clientèle.....	11
Relevé des recommandations 2009-2010 du Comité clientèle	13
Synthèse du suivi des recommandations du Comité clientèle	15
Suivi des recommandations	18
Annexe A : extrait du document relatif au mandat officiel.....	36

Le Comité clientèle

Le Comité

Le Comité clientèle relève du conseil d'administration du Réseau de transport de la capitale. Il regroupe les représentants et les représentantes des divers profils de la clientèle, c'est-à-dire les personnes âgées, étudiantes (secondaire – collégial – universitaire), handicapées, travailleuses, et des communautés culturelles. Ces personnes sont déléguées par les groupes et associations voués à la protection et à la promotion des intérêts de leurs membres. Leur participation aux activités du comité assure à l'entreprise que leur opinion et leurs suggestions, tant pour les projets que pour le quotidien des usagers (par le biais des plaintes), soient entendues dans une perspective d'amélioration continue du service.

La Protectrice de la clientèle, madame Claudette Harvey, agit à titre de coordonnatrice et une personne ressource est désignée par l'entreprise pour assister les membres, en l'occurrence madame Suzie Ferland en deuxième partie de l'année 2009, madame Stéphanie Guay en première partie de l'année 2010, et monsieur Jean-François Fortin en deuxième partie de l'année 2010.

Le mandat

Le mandat du Comité clientèle est le suivant :

- a) analyser le traitement des plaintes reçues par l'entreprise à l'égard de tous les aspects de la qualité du service, telles, entre autres, la fiabilité, la courtoisie, la propreté, et formuler les recommandations qu'il estime appropriées;
- b) assurer, par le biais du Protecteur ou de la Protectrice de la clientèle, le suivi des recommandations du comité auprès des gestionnaires concernés;

- c) faire rapport annuellement au conseil d'administration de ses observations et de ses recommandations visant à améliorer la qualité du service. S'il le juge pertinent en cours d'année, le comité peut également soumettre ses recommandations sur des situations spécifiques;
- d) agir, le cas échéant, à titre de Comité consultatif auprès des intervenants de l'entreprise dans le cadre de projets, de normes ou d'instauration de pratiques touchant la qualité du service à la clientèle. L'entreprise a cependant toute latitude pour faire appel à toute autre forme de consultation qu'elle juge appropriée à ces fins;
- e) le comité ne peut se substituer aux mécanismes de consultation publique qui ont pour objet d'entendre l'opinion de la population sur les choix d'orientation, de budget, de tarification ou autres qui relèvent de la compétence du conseil d'administration. Il ne peut se prononcer sur ces questions.
- f) Le mandat de la personne ressource de l'entreprise est d'une durée minimale de six (6) mois et maximale de deux (2) ans. Le mandat des autres membres est d'une durée de deux (2) ans. Tous les mandats sont renouvelables, une seule fois, pour la même durée que le mandat initial. Le mandat initial, même s'il n'est pas renouvelé, ou son renouvellement peut être prolongé pour une période maximale de quatre (4) mois.

Le mandat des représentants et des représentantes de la clientèle étudiante est d'une durée maximale de deux (2) ans et ne doit jamais excéder une période de six (6) mois après que la personne ait complété le niveau de scolarité y étant associé.

Les modalités concernant la nomination des membres, l'accessibilité aux informations et aux sources de renseignements ainsi que la confidentialité des renseignements sont détaillées à l'annexe A.

Les membres

Monsieur Jean-Sébastien Boucher

Accès Transports Viables - Regroupement
des utilisateurs et utilisatrices des transports
collectifs et alternatifs du Québec métropolitain
Représentant la clientèle travailleuse

Madame Suzie Ferland

Jusqu'au 31 décembre 2009 inclusivement
Représentant le Réseau de transport
de la Capitale (RTC)

Monsieur Jean-François Fortin

Représentant le Réseau de transport
de la Capitale (RTC)

Monsieur Pierre-Olivier Girard

Confédération des associations des étudiants
et étudiantes de l'Université Laval (CADEUL)
Représentant la clientèle étudiante de niveau
universitaire

Madame Stéphanie Guay

Jusqu'au 30 juin 2010 inclusivement
Représentant le Réseau de transport
de la Capitale (RTC)

Monsieur Jean Lajoie

Jusqu'au 29 janvier 2010 inclusivement
Accès Transports Viables - Regroupement
des utilisateurs et utilisatrices des transports
collectifs et alternatifs du Québec métropolitain
Représentant la clientèle travailleuse

Monsieur Fadi Maalouf

Jusqu'au 23 octobre 2009 inclusivement
Confédération des associations des étudiants
et étudiantes de l'Université Laval (CADEUL)
Représentant la clientèle étudiante de niveau
universitaire

Monsieur Xavier Mercier-Méthé

Accès Transports Viables - Regroupement
des utilisateurs et utilisatrices des transports
collectifs et alternatifs du Québec métropolitain
Représentant la clientèle travailleuse

Monsieur Jean-Frédéric Moreau

Petit Séminaire de Québec
Représentant la clientèle étudiante de niveau
secondaire

Monsieur Gerardo Rojas

Jusqu'au 31 octobre 2009 inclusivement
Centre multiethnique de Québec
Représentant la clientèle des communautés
culturelles

Madame Hélène Roy

Jusqu'au 31 décembre 2009 inclusivement
Le Réseau FADOQ, régions Québec
et Chaudière-Appalaches
Représentant la clientèle aînée

Monsieur Laurent Thivierge-Deslauriers

Jusqu'au 30 avril 2010 inclusivement
L'Association générale étudiante du Cégep
François-Xavier-Garneau
Représentant la clientèle étudiante de niveau
collégial

Madame Cécile Toussaint

Le Réseau FADOQ, régions Québec
et Chaudière-Appalaches
Représentant la clientèle aînée

Monsieur Simon Vézina

ROP-03 - Regroupement des Organismes
de personnes handicapées de la région 03
Représentant la clientèle handicapée

Madame Véronique Vézina

Jusqu'au 31 décembre 2008 inclusivement
ROP-03 - Regroupement des Organismes
de personnes handicapées de la région 03
Représentant la clientèle handicapée

Madame Claudette Harvey

Coordonnatrice du Comité clientèle
Protectrice de la clientèle

Les activités du Comité clientèle

Le comité s'est réuni à 10 reprises en 2009-2010 (1^{er} août 2009 au 31 juillet 2010).

Voici la liste des dossiers traités

- Rédaction du rapport d'activités.
- Analyse d'un échantillonnage des plaintes de la clientèle.
- Volet information
Le RTC a présenté ces projets aux membres du comité :
 - le système d'aide à l'exploitation et information aux voyageurs (SAEIV).
 - la gestion en sécurité routière et partage de la route.
 - la visite du Centre Métrobus.
 - le parcours Métrobus 803.
 - les modifications au parcours Métrobus 800.
- Volet consultatif :
Ce volet implique que les membres du comité ont reçu l'information et formulé leurs commentaires aux représentants de l'entreprise sur les normes et projets liés à la qualité du service à la clientèle. Ce dossier a été présenté au comité en 2010 :

Aménagement intérieur des autobus

Recommandations

Sièges réservés

- Améliorer l'affichage; tenir compte d'un marquage des sièges désignés.
- S'assurer que l'utilisation éventuelle d'une carte de communication par une personne à limitation fonctionnelle soit optionnelle et, idéalement, universelle sur tous les réseaux de l'Association du transport urbain du Québec.

Aire réservée, fauteuils roulants et poussettes

- Évaluer l'arrimage des fauteuils roulants, et possiblement des poussettes, à un système d'ancrage (comme en transport adapté).

- Marquer au sol l'espace réservé, incluant leur positionnement à reculons.
- Améliorer la manœuvre pour la clientèle de baisser et de maintenir baissé le siège strapontin.
- Elaborer un guide à l'intention de l'accessibilité de la poussette, lequel doit tenir compte des caractéristiques de la poussette (pliable facilement) et de conseils pour faciliter le transport des jeunes enfants.

Zones d'embarquement et de débarquement

- Assurer un appui aux clients à mobilité réduite (autres que ceux en fauteuil roulant) à l'entrée de la porte avant gauche.
- Diriger les poignées sur le panneau droit de la porte avant vers l'intérieur plutôt que de suivre simplement le cadre de la porte.
- Clarifier, à l'intérieur de l'autobus, la manière de débarquer en fauteuil roulant.
- Déployer la rampe pour la poussette.
- Marquer au sol la zone de descente arrière.
- Dessiner une allée de circulation au sol pour inciter la clientèle à libérer cet espace.

Confort dans l'autobus

- Dans la zone de l'aire réservée, assurer un appui sécuritaire aux clients en position debout (poignées de soutien ou tout autre moyen).
- Localiser l'espace réservé à la documentation papier du côté droit de l'entrée.
- Exporter l'ajout d'un siège derrière la cage de roue à tous les autobus existants.

Demandes d'arrêt

- Assurer l'accessibilité de la corde de demande d'arrêt à proximité de l'aire réservée aux fauteuils roulants et poussettes (sonnette de demande d'arrêt sur poteau disponible seulement du côté opposé).

Supports à vélo

- Dans la campagne d'information, inclure une vidéo de démonstration accessible sur le site Internet et au centre d'information.

Analyse d'un échantillon des plaintes de la clientèle

Le Comité clientèle a examiné 496 plaintes sur un total de 1 596 reçues au service à la clientèle dans les trois secteurs suivants. Ces plaintes sont choisies selon une méthode d'échantillonnage aléatoire. Ces 496 plaintes concernent :

La courtoisie du personnel (chauffeur)	188
La conduite routière	158
L'information à la clientèle.	150

Courtoisie du personnel (chauffeur)

Période considérée :
du 1^{er} septembre 2008 au 30 juin 2009

Échantillonnage : 188 plaintes sur 751

Répartition :

Comportement en général.	114
Incident avec non usager	63
Autres	11

Comportement en général

Une partie des plaintes de comportement concernent l'embarquement et le débarquement. En voici quelques exemples :

- Le chauffeur débarque le client deux ou trois arrêts plus loin que celui demandé.
- Une cliente ne peut embarquer que dans le deuxième autobus de son parcours qui passe; elle n'est pas bien reçue lorsqu'elle le signale à la chauffeure du deuxième autobus.
- Des clients, à l'occasion des touristes, empruntent un autobus d'un parcours Express sans réaliser qu'il n'arrêtera pas à l'arrêt désiré même s'il passe devant: leur demande auprès du chauffeur n'est pas agréée, ce qui leur a occasionné un long trajet et une correspondance avec un autre parcours pour revenir sur leurs pas.
- Pour faciliter leur embarquement, des clientes demandent au chauffeur d'avancer un peu, mais en vain.

- Un autre chauffeur n'a pas embarqué un client même si celui-ci s'est déplacé à un autre arrêt; il a justifié sa façon de faire par un retard sur son horaire et qu'un autre autobus suivait.

D'autres chauffeurs s'impatientent lorsque des clients leur demandent une information, entre autres des touristes (ce sont les clients à bord qui leur ont donné l'information), soit sur les parcours réguliers ou dans l'Ecolobus, des immigrants (le chauffeur a ignoré leur requête), ou encore sur leur destination lorsqu'il s'agit de leur première expérience sur le parcours.

Il apparaît à quelques reprises que l'approche de courtoisie peut varier selon qu'il s'agisse d'adultes, de personnes plus âgées ou plus jeunes.

Par ailleurs, certains clients n'apprécient pas se faire tutoyer, se faire refuser la descente par la porte avant ou attendre, seuls dans l'autobus pendant plus de cinq minutes, que le chauffeur revienne de son arrêt dans un dépanneur. Ils auraient aussi aimé connaître le délai d'attente dans l'autobus en panne pour la relève d'un autre autobus.

Incident avec non usager

Ce genre de situation n'est pas seulement irritant, mais surtout perçu comme dangereux et non sécuritaire pour les non usagers qui le vivent. Un autobus est un mastodonte de la route, imposant et qui peut faire peur. Le traitement de ces plaintes reflète un parti pris pour le chauffeur.

On coupe les automobilistes, surtout lorsqu'il y a des travaux routiers pour passer en premier, on colle les autos sur leur pare-choc arrière, quelquefois en klaxonnant, etc. Le chauffeur signale pour emprunter, soit la voie de gauche ou de droite, mais ne laisse pas suffisamment de temps à l'automobiliste de s'ajuster : celui-ci doit freiner rapidement. Par ailleurs, l'autobus coupe les cyclistes ou passe très près d'eux : la perception est que le chauffeur de bus n'ajuste pas sa conduite pour leur laisser un peu de place. Le passage de l'autobus sur les traversées piétonnières, alors que des personnes y circulent, est aussi signalé.

Recommandations

- Proscrire le tutoiement dans les relations avec la clientèle.
- Maintenir la politique d'intolérance en ce qui a trait au langage abusif.
- Poursuivre la démarche d'amélioration pour le partage de la route avec les autres usagers.
- Réévaluer l'approche du personnel chauffeur en matière d'information à la clientèle, particulièrement pour les nouveaux clients sur un trajet; y intégrer l'importance de la disponibilité des guides horaires dans les présentoirs à l'entrée de l'autobus.

Au chapitre de l'embarquement ou du débarquement des clients,

- Bonifier les pratiques, incluant une campagne de promotion auprès de la clientèle.
- Évaluer la possibilité pour le personnel chauffeur, sur une base volontaire, d'annoncer les arrêts principaux mais aussi ceux demandés spécifiquement par un client.
- Élaborer une campagne d'information à l'intention des autres usagers de la route, incluant entre autres, certaines pratiques de conduite routière pour les chauffeurs d'autobus (à titre d'exemple, le triangle rouge pour céder le passage à l'arrière de l'autobus).

Au chapitre du traitement de ces plaintes,

- Bonifier tout autant l'approche d'impartialité dans les enquêtes que l'imputabilité qui en découle.
- Maintenir la rigueur dans les enquêtes.

Conduite routière

Période considérée :
du 1^{er} septembre 2008 au 31 août 2009

Échantillonnage : 158 plaintes sur 455

Répartition :

Conduite de l'autobus 105
Infraction, code de sécurité routière 53

Les clients qui empruntent l'autobus souhaitent se rendre à destination en toute sécurité, conduits par des chauffeurs selon les règles de l'art, avec le respect du code de la sécurité routière. La perception qu'ils manifestent au chapitre de la vitesse de conduite est importante puisqu'elle permet de corriger les écarts. Par ailleurs, ce sont surtout les autres usagers de la route (automobilistes, piétons) et certains résidents qui signalent les ratés en matière de respect du code de la sécurité routière. Voici un aperçu de ces commentaires.

Des clients font mention qu'on les a fait débarquer dans le milieu de la rue. Les départs, arrêts et quelquefois virages brusques de l'autobus, quelles que soient les raisons, sont déstabilisants lorsqu'on est debout, se tenant par la courroie (on risque de perdre pied, de tomber et de se blesser). Il est arrivé également dans ces occasions que des clients aient failli tomber sur une poussette de bébé.

Certains chauffeurs, en transit vers un autre trajet ou pour le retour au garage du RTC, circulent dans des rues résidentielles où aucun autobus n'est sensé passer : les résidents se plaignent de leur excès de vitesse. Des cyclistes se retrouvent coincés entre l'autobus et la chaîne de trottoir, ce qui s'avère insécurisant et comporte surtout des risques.

Recommandations

Une démarche qualité a été élaborée en 2009 pour resserrer l'encadrement en matière de sécurité routière, laquelle cible notamment la vitesse et le respect du code de la sécurité routière. Dans cette perspective, les membres du Comité recommandent de :

- a) Donner la priorité, dans la démarche d'amélioration, à la conduite en douceur (arrêts, départs et virages brusques).
- b) Maintenir la qualité du traitement de ces commentaires (rigueur, imputabilité, action).
- c) Maintenir l'approche de prioriser la sécurité dans la conduite, même si la ponctualité peut s'en trouver affectée.
- d) Proscrire l'usage de toute activité susceptible de nuire à la concentration de conduite routière.

Information à la clientèle

Période considérée :

du 1^{er} janvier 2009 au 31 décembre 2009

Échantillonnage : 150 plaintes sur 390

Répartition :

information	
erronée	14
insuffisante	15
inexistante	9
site Internet	87
autre	25

Les clients disposent de plusieurs outils d'information, tant avant le déplacement (site Internet, planificateur d'itinéraire, etc.) que sur le terrain (affiche trajet horaire, avis à la clientèle, indication détour, etc.). Au-delà des erreurs qu'ils peuvent commettre lors de la lecture et de l'interprétation de l'information, il y a des situations où celle-ci a fait défaut. En voici quelques exemples.

Une cliente ne trouve pas sur le guide horaire du parcours 801 (Métrobus) la période à laquelle ce service est aux 10 minutes la fin de semaine; le correctif aux guides horaire ne sera apporté qu'à l'impression annuelle (sauf s'il y a pénurie de ce guide horaire), 8 mois plus tard.

Le planificateur d'itinéraire (Trajecto) ne tient pas compte du changement de numéros de porte de toute une rue, changement survenu il y a un peu moins de 2 ans. Sur le site Internet, une consultation pour les horaires d'autobus passé minuit pose problème pour connaître les passages des parcours couche-tard. En effet, l'heure normale change mais l'horaire RTC pour la journée se poursuit, c'est-à-dire 24h01, 25h01, etc. À titre d'exemple, une consultation à 00h01 (heure normale) n'indique pas l'horaire des autobus à venir pour le reste de la soirée (25h01, etc.). Par ailleurs, les clients apprécient la carte réseau et demandent la possibilité de l'imprimer.

Une cliente a raté une formation relativement coûteuse, l'information donnée au centre d'appels pour la suite de son déplacement, une fois débarquée de l'autobus, étant erronée.

Le gabarit de l'affiche trajet horaire indique des horaires entre 5h jusqu'à 00h (minuit). S'il n'y a pas d'heure de passage mentionnée (ex. 5h30), l'interprétation que le client doit en faire, c'est qu'il n'y a pas de passage de l'autobus à compter de 5h (ou 6 h le cas échéant) : la cliente a attendu dès 5h45, pendant un très long moment (l'autobus ne passait finalement qu'à 7h), sans résultat. Un client questionne l'affiche des trajets horaire sur les parcours à haute fréquence (ex. 7 & 87) vs ceux où l'autobus ne passe pas souvent (ex. 93). L'information aux détours pose également problème, parfois à la dernière minute; les points de repère sur les affiches en place pour se rendre aux arrêts temporaires ne sont pas non plus suffisamment clairs.

Recommandations

Site Internet

- Intégrer un onglet de recherche.
- Évaluer l'intégration d'un volet « foire aux questions », comprenant, entre autres, l'enregistrement de capsules vidéo, ceci pour y traiter de sujets nécessitant des explications aux usagers (carte Opus, infopost, accessibilité des fauteuils roulants et des poussettes au réseau régulier, etc.).
- Harmoniser l'information lors d'un service spécial, c'est-à-dire arrimer l'horaire/service du samedi et du dimanche + Trajecto (planificateur d'itinéraire).
- Pour le volet Info-tempête, spécifier aux abonnés du club courriel la situation de ponctualité de leur parcours (mise à jour du site à tel intervalle, éventuellement en lien avec le système d'aide à l'exploitation).
- Harmoniser l'horaire réel du service passé minuit, c'est-à-dire permettre la consultation de la journée complète RTC et non référer à l'horaire du lendemain.

Carte du réseau

- a) Rendre disponible la version papier.
- b) Évaluer la possibilité d'une carte imprimée par secteur.

Info sur le réseau

- a) Installer des affiches infopost sur les trajets des parcours à basse fréquence, en tenant compte d'une distance raisonnable, tout au moins 1 arrêt sur 3.
- b) Bonifier les points de repère sur les arrêts temporaires lors des détours (déjà recommandé).
- c) Rendre disponible un plan de quartier imprimé (avec nom de certaines rues, flèches, « vous êtes là », etc.) dans les secteurs de correspondance ciblés.

Clientèle touristique

Développer une version anglaise du site Internet, tout au moins la partie qui concerne les déplacements pour la clientèle touristique.

Relevé des recommandations 2009-2010 du Comité clientèle

La sécurité et le confort de la clientèle

Sièges réservés

- Améliorer l'affichage; tenir compte d'un marquage des sièges désignés.
- S'assurer que l'utilisation éventuelle d'une carte de communication par une personne à limitation fonctionnelle soit optionnelle et, idéalement, universelle sur tous les réseaux de l'Association du transport urbain du Québec.

Aire réservée, fauteuils roulants et poussettes

- Évaluer l'arrimage des fauteuils roulants, et possiblement des poussettes, à un système d'ancrage (comme en transport adapté).
- Marquer au sol l'espace réservé, incluant leur positionnement à reculons.
- Améliorer la manœuvre pour la clientèle de baisser et de maintenir baissé le siège strapontin.
- Elaborer un guide à l'intention de l'accessibilité de la poussette, lequel doit tenir compte des caractéristiques de la poussette (pliable facilement) et de conseils pour faciliter le transport des jeunes enfants.

Zones d'embarquement et de débarquement

- Assurer un appui aux clients à mobilité réduite (autres que ceux en fauteuil roulant) à l'entrée de la porte avant gauche.
- Diriger les poignées sur le panneau droit de la porte avant vers l'intérieur plutôt que de suivre simplement le cadre de la porte.
- Clarifier, à l'intérieur de l'autobus, la manière de débarquer en fauteuil roulant.
- Déployer la rampe pour la poussette.
- Marquer au sol la zone de descente arrière.
- Dessiner une allée de circulation au sol pour inciter la clientèle à libérer cet espace.

Dans l'autobus

- Dans la zone de l'aire réservée, assurer un appui sécuritaire aux clients en position debout (poignées de soutien ou tout autre moyen).
- Localiser l'espace réservé à la documentation papier du côté droit de l'entrée.
- Exporter l'ajout d'un siège derrière la cage de roue à tous les autobus existants.

Demandses d'arrêt

- Assurer l'accessibilité de la corde de demande d'arrêt à proximité de l'aire réservée aux fauteuils roulants et poussettes (sonnette de demande d'arrêt sur poteau disponible seulement du côté opposé).

Supports à vélo

- Dans la campagne d'information, inclure une vidéo de démonstration accessible sur le site Internet et au centre d'information.

La courtoisie du personnel chauffeur

- Proscrire le tutoiement dans les relations avec la clientèle.
- Maintenir la politique d'intolérance en ce qui a trait au langage abusif.
- Poursuivre la démarche d'amélioration pour le partage de la route avec les autres usagers.
- Réévaluer l'approche du personnel chauffeur en matière d'information à la clientèle, particulièrement pour les nouveaux clients sur un trajet; y intégrer l'importance de la disponibilité des guides horaires dans les présentoirs à l'entrée de l'autobus.

Au chapitre de l'embarquement ou du débarquement des clients,

- Bonifier les pratiques, incluant une campagne de promotion auprès de la clientèle.
- Évaluer la possibilité pour le personnel chauffeur, sur une base volontaire, d'annoncer les arrêts principaux mais aussi ceux demandés spécifiquement par un client.
- Élaborer une campagne d'information à l'intention des autres usagers de la route, incluant certaines pratiques de conduite routière pour les chauffeurs d'autobus (à titre d'exemple, le triangle rouge pour céder le passage à l'arrière de l'autobus).

Au chapitre du traitement de ces plaintes,

- Bonifier tout autant l'approche d'impartialité dans les enquêtes que l'imputabilité qui en découle.
- Maintenir la rigueur dans les enquêtes.

La conduite routière du personnel chauffeur

- Donner la priorité, dans la démarche d'amélioration, à la conduite en douceur (arrêts, départs et virages brusques).
- Maintenir la qualité du traitement de ces commentaires (rigueur, imputabilité, action).
- Maintenir l'approche de prioriser la sécurité dans la conduite, même si la ponctualité peut s'en trouver affectée.
- Proscrire l'usage de toute activité susceptible de nuire à la concentration de conduite routière.

L'information à la clientèle

Site Internet

- Intégrer un onglet de recherche.
- Évaluer l'intégration d'un volet « foire aux questions », comprenant, entre autres, l'enregistrement de capsules vidéo, ceci pour y traiter de sujets nécessitant des explications aux usagers (carte Opus, infopost, accessibilité des fauteuils roulants et des poussettes au réseau régulier, etc.).
- Harmoniser l'information lors d'un service spécial, c'est-à-dire arrimer l'horaire/service du samedi et du dimanche + Trajecto (planificateur d'itinéraire).
- Pour le volet Info-tempête, spécifier aux abonnés du club courriel la situation de ponctualité de leur parcours (mise à jour du site à tel intervalle, éventuellement en lien avec le système d'aide à l'exploitation).
- Harmoniser l'horaire réel du service passé minuit, c'est-à-dire permettre la consultation de la journée complète RTC et non référer à l'horaire du lendemain.

Carte du réseau

- Rendre disponible la version papier.
- Évaluer la possibilité d'une carte imprimée par secteur.

Info sur le réseau

- Installer des affiches infopost sur les trajets des parcours à basse fréquence, en tenant compte d'une distance raisonnable, tout au moins 1 arrêt sur 3.
- Bonifier les points de repère sur les arrêts temporaires lors des détours (déjà recommandé).
- Rendre disponible un plan de quartier imprimé (avec nom de certaines rues) dans les secteurs de correspondance ciblés flèches, vous êtes là, etc.).

Clientèle touristique

- Développer une version anglaise du site Internet, tout au moins la partie qui concerne les déplacements pour la clientèle touristique.

Synthèse du suivi des recommandations du Comité clientèle

Volets	Années	Recommandations ¹	Non retenues	Partielles	Complétées
Courtoisie du personnel					
	2000	1		●	
	2005	2 a)		●	
	2006	2 b)		●	
		2 c)		●	
	2001	3			●
	2003	4		●	
	2005	5		●	
	2007	6 a)		●	
		6 b)		●	
		6 c)		●	
	2008-2009	7		●	
		8		●	
		9		●	
		10		●	
		11			●
		12 a)			●
		12 b)		●	
		12 c)		●	
		13			●
		14			●
		15			●
Ponctualité					
	1998	16		●	
	2001	17			●
	2007	18		●	
	2005	19			●
	2006	20			●
	2007	21	●		
		22	●		
	2008-2009	23		●	
		24		●	
		25		●	
		26		●	
		27	●		

1. La synthèse n'inclut pas les recommandations faites antérieurement par le Comité clientèle et qui ont déjà été complétées par le RTC.

Elle n'inclut pas non plus les recommandations de l'année en cours (2009-2010).

Les recommandations du comité et les réponses du RTC sont décrites au chapitre sur le suivi des recommandations.

Volets	Années	Recommandations	Non retenues	Partielles	Complétées
Information à la clientèle					
	1998	28		●	
	2001	29		●	
	2004	30		●	
	2006	31		●	
	2001	30		●	
	2008-2009	32		●	
Sécurité et confort					
	2002	33		●	
		34			●
	2005	35			●
	2007	36			●
	2001	37		●	
Propreté et entretien					
	2008-2009	38 a)		●	
		38 b)		●	
		39		●	
		40		●	
Traitement des plaintes					
	1996	41		●	
	1999	42 a)		●	
		42 b)		●	
	2007	42 c)		●	
	2008-2009	42 d)		●	
		42 e)		●	
	2002	43		●	
		44	●		
		45			●
	2003	46	●		
	2004	47		●	
	2005	48 a)			●
		48 b)			●
		48 c)			●
	2007	49		●	
	2008-2009	50		●	
		51		●	

1. La synthèse n'inclut pas les recommandations faites antérieurement par le Comité clientèle et qui ont déjà été complétées par le RTC.

Elle n'inclut pas non plus les recommandations de l'année en cours (2009-2010).

Les recommandations du comité et les réponses du RTC sont décrites au chapitre sur le suivi des recommandations.

Volets	Années	Recommandations	Non retenues	Partielles	Complétées
Autres					
	2004	52			•
	2007	53	•		
	2008-2009	54 a)		•	
		54 b)			•

Définition des catégories de recommandations

Légende :

Non retenues : l'entreprise n'a pas considéré la recommandation.
Partielles : l'entreprise a amorcé l'application de la recommandation.
Complétées : la recommandation a été mise en œuvre.

Recommandations : non retenues : 6
partielles : 44
complétées : 18
total : 68

Suivi des recommandations

Courtoisie du personnel

1. Adopter un degré de tolérance zéro à l'égard du langage abusif. (2000)

Réponse

Un guide de définitions des plaintes sérieuses a été introduit, en 2010 pour le personnel. Un formulaire écrit est systématiquement demandé pour les plaintes de langage abusif.

2. Au chapitre du traitement des plaintes de courtoisie.

a) Publiciser sous forme de dépliant les renseignements importants à noter pour porter plainte, tels le numéro à quatre chiffres de l'autobus, le parcours, la direction, l'heure, etc. (2005)

Réponse

Cette information est transmise, via le guide de la clientèle disponible sur le site Internet du RTC. Une analyse est à venir en 2011 afin qu'il y ait en tout temps quelques guides de la clientèle dans les autobus. De plus, à l'automne 2011, avec la campagne « POUR VOUS AVEC VOUS », il est prévu que le message d'une bonne collecte d'information par le client, tel que décrit plus haut, sera transmis.

b) Poursuivre la démarche d'intégrer toute l'information nécessaire au traitement de la plainte lors du premier appel du client. (2006)

Réponse

Suite aux résultats obtenus en 2010, une revue des outils d'aide pour améliorer le traitement et le délai d'une plainte au Centre d'appel a été développée. Des argumentaires de réponse sont créés, permettant aux agents de rapidement aviser la clientèle sur la façon de faire interne et une formation débutera en mars 2011 pour assurer l'harmonisation de la façon de faire pour tous. La reprise de la cueillette des données pour le contrôle-qualité sera appliquée en 2011.

c) S'assurer que les délais de traitement des plaintes ne sont pas affectés lors des périodes de congé prolongées du personnel dédié à cette activité. (2006)

Réponse

Notre délai moyen est de 5 jours ouvrables pour 2010. Les superviseurs sont remplacés lors d'absences d'une semaine et plus afin d'assurer un délai de traitement acceptable.

3. Évaluer la pertinence d'un programme de reconnaissance à la courtoisie pour le personnel chauffeur. (2001)

Réponse

En 2010, un programme de reconnaissance en lien avec les résultats des clients-mystère a été implanté. De plus, en 2011 un développement plus global est prévu.

4. Diffuser l'information à la clientèle relativement à l'aspect non sécuritaire d'embarquement en dehors des zones d'arrêt. (2003)

Réponse

Nous sommes à développer un argumentaire en lien avec nos attentes face au personnel chauffeur.

5. Pour faire connaître au personnel chauffeur les particularités des diverses clientèles, élaborer une formation à ce propos, en collaboration avec les associations et intervenants représentant, entre autres, les communautés ethnoculturelles et celles ayant des limitations fonctionnelles. (2005)

Réponse

Lors de la formation le sujet est abordé lors qu'on transmet des informations sur les activités d'accueil et de courtoisie.

Aucune autre action n'est faite. Si les communautés en font la demande, le RTC fera les ajustements au besoin. Aucune raison particulière ne demande que des ajustements de nos façons de faire soient revus.

6. Pour minimiser les occasions de friction entre la clientèle et le personnel chauffeur (2007) :

a) bonifier l'information de la ligne jaune en installant une affiche, de façon occasionnelle, en arrière du siège du chauffeur et en arrière du véhicule. En effet, elle est visible de façon plus permanente lorsque les clients sont assis.

Réponse

Une affiche plus performante a été développée et installée a bord des véhicules. Cette affiche identifie clairement la localisation de la ligne jaune et l'importance de restez derrière la ligne. Une campagne de sensibilisation au printemps 2010 a été fait auprès de la clientèle afin de lui indiquer que cette ligne jaune était importante au chauffeur afin d'assurer une bonne conduite.

b) Élaborer une campagne d'information :

- **de façon générale, auprès de la clientèle, sur des façons de faire comme l'utilisation de porte-cartes, comment manifester votre insatisfaction, etc. auprès de la clientèle de l'abonne-bus, dans le Soleil en bus (Expresso), à bord de l'autobus, ou autre;**
- **de façon plus spécifique, à l'intention de la clientèle étudiante, sur la politique de tarification, tel rendre disponible un dépliant dans les écoles et intégrer l'information à l'agenda scolaire à la rentrée.**

Réponse

Ces renseignements sont véhiculés via les outils d'information papier, comme le Guide de la clientèle qui a été réédité en 2008, et dans le site Internet. L'information est également transmise dans les centres d'information du RTC et par le Service à la clientèle.

La campagne Qualité, débutée au printemps 2009, renforce aussi ce type de messages auprès de la clientèle. Les moyens retenus sont des affiches et des accroche-poteaux dans les autobus et de l'information diffusée dans le site Internet du RTC.

Information auprès de la clientèle étudiante : le déploiement de la carte OPUS auprès des étudiants à l'automne 2009 a donné l'occasion au RTC de communiquer directement avec cette clientèle en produisant deux dépliants d'information spécifiques sur la carte OPUS Étudiant et ses modalités d'utilisation. Le RTC achète aussi de la publicité dans les agendas étudiants de l'Université Laval et des principaux cégeps de la région. Nous avons poursuivi nos façons de faire en termes d'information. Nous avons bonifié le contenu sur le site web ainsi qu'à l'intérieur de nos outils imprimés.

c) Sur la question des sièges réservés aux personnes à mobilité réduite :

- **évaluer la possibilité d'augmenter leur quantité et de les identifier par une couleur différente (vert RTC par exemple);**
- **y associer une campagne de sensibilisation auprès de la clientèle qui tienne compte aussi de la responsabilité du personnel chauffeur dans la démarche;**
- **définir à cette fin les attentes de l'entreprise à l'égard de la collaboration de ses clients.**

Réponse

En 2009-2010, un comité de travail s'est penché sur différentes questions entourant l'aménagement intérieur des autobus et l'utilisation par la clientèle. Cette question faisait partie des sujets étudiés et avait pour objectif d'améliorer l'accès aux sièges aux personnes à mobilité réduite.

L'idée que les sièges réservés soient de couleur différente n'a pas été retenue. En effet, il s'agit d'une solution qui ne fait pas consensus auprès des représentants du milieu associatif, plusieurs la jugeant stigmatisante.

Le comité a plutôt recommandé :

- Que la réglementation du RTC soit modifiée pour que des sièges soient « réservés » plus officiellement;
- Que la signalisation à bord des autobus soit améliorée (lisibilité et plan d'affichage);
- Qu'une campagne de sensibilisation soit effectuée.

Le suivi de ces recommandations a été confié au service de la Commercialisation avec pour échéance le printemps 2011.

7. Lorsqu'un incident concerne un client seulement, s'assurer que l'approche du chauffeur pénalise le moins possible les autres clients à bord. (2008-2009)

Réponse

Nous avons un aide mémoire dans toutes les serviettes des chauffeurs sur la procédure à suivre lors d'un incident et ce thème est abordé. Ce sujet est aussi abordé dans la formation des chauffeurs; « Mon rôle dans la prévention de la violence ». En tout temps, si un événement survient avec un client à bord ou à l'extérieur de l'autobus, le chauffeur doit appeler au Contrôle pour que la situation soit prise en charge, soit par le RTC ou par d'autres services de la ville.

8. Promouvoir, auprès du personnel chauffeur, une approche conforme aux standards de courtoisie dans leurs relations avec la clientèle jeunesse incluant, entre autres, le vouvoiement. (2008-2009)

Réponse

Plusieurs consignes de courtoisie sortent périodiquement et les attentes sont diffusées dans plusieurs activités tel que formation « Mon client et moi », « parrains » etc. Les attentes indiquent que le chauffeur doit vouvoyer tous les clients.

9. Préciser les critères d'un volume estimé « raisonnable » pour l'écoute de la radio par le personnel chauffeur. (2008-2009)

Réponse

Aucune action n'a été faite en ce sens.

10. Bonifier la politique de non descente des clients entre deux arrêts, après 20 h, pour qu'elle s'applique aussi sur les parcours Métrobus. (2008-2009)

Réponse

Aucune action n'a été faite en ce sens.

11. Poursuivre la démarche d'amélioration pour le volet « départs et arrêts brusques ». (2008-2009)

Réponse

La collecte d'information de type client-mystère (4 fois par an) s'est poursuivie en 2009-2010 et est prévue pour 2011. De plus, les chauffeurs peuvent être accompagnés par le préventionniste lorsque le superviseur ou le coordonnateur l'identifie.

12. Bonifier certaines façons de faire auprès du personnel chauffeur pour l'information demandée par la clientèle, entre autres : (2008-2009)

a) accueillir tous les clients puis répondre à la demande spécifique.

Réponse

Ceci fait partie des attentes du RTC à l'endroit des chauffeurs, il nous serait possible de connaître le travail effectué par nos chauffeurs avec la contribution des clients mystères. Les chauffeurs sont formés afin d'aviser la clientèle demandant de l'information, qu'il est préférable de faire entrer les autres clients et qu'ensuite il devient disponible pour répondre aux questions.

b) annoncer les arrêts pour certains sites d'intérêt général (Grand-Théâtre, université, centres commerciaux, etc.);

Réponse

Nous n'avons actuellement pas d'attente en ce sens toutefois, certains chauffeurs désirant offrir un service ++ annoncent l'arrivée de certains arrêts.

c) promouvoir l'apprentissage de l'anglais auprès de ceux affectés aux trajets susceptibles d'être empruntés par la clientèle touristique.

Réponse

L'anglais ne fait pas partie des critères d'embauche et le choix des affectations est en lien avec l'ancienneté. Les chauffeurs ont la possibilité de faire une demande de développement personnel.

13. Laisser le libre choix à la clientèle de fermer la poussette avant d'embarquer dans l'autobus, surtout avec les autobus à plancher bas. (2008-2009)

Réponse

Nos attentes chauffeurs sont dans un premier temps de demander au client de fermer la poussette selon les attentes du guide de la clientèle, si toutefois le client refuse le chauffeur ajoutera que c'est une question de sécurité mais laissera libre choix au client.

14. Élaborer une campagne de sensibilisation à l'intention des autres utilisateurs de la route afin de promouvoir les pratiques de conduite dictées au personnel chauffeur par le RTC. (2008-2009)

Réponse

Une campagne corporative sur la sécurité routière est mise en place à chaque année afin d'informer la population sur l'importance d'avoir un comportement responsable. En 2010 des dépliants ont été distribués à différents endroits comme par exemple sur Charest/Dorchester pour le fonctionnement du feu prioritaire à l'adresse des automobilistes et d'autres pour le respect des voies piétonnières à l'adresse des automobilistes et piétons sur 1^{re} Avenue/46^e Rue, 1^{re} Avenue/18^e Rue, Couronne/Du Roi et Dorchester/St-Joseph.

15.Évaluer la possibilité d'intégrer un représentant des communautés culturelles à la démarche client mystère. (2008-2009)

Réponse

Le recrutement de nouveaux clients mystère se fait sur une base volontaire lors du sondage annuel sur la satisfaction du service. Actuellement, différentes communautés peuvent être représentées en se rendant volontaires à ce type de collecte de mesure.

Ponctualité

16.Dans la modernisation des systèmes de télécommunication, définir des paramètres dans une perspective d'amélioration du service à la clientèle, par exemple pour permettre l'accès à la correspondance avec un autre parcours. (1998)

Réponse

Les demandes du Comité clientèle sont incluses dans l'appel d'offre (reste ouvert jusqu'en 2012), à savoir : les composantes du nouveau Système d'Aide à l'Exploitation et d'Information Voyageur (SAEIV) visent à assurer un service plus fiable et, par conséquent, diminuer les retards, les ruptures de services et les passages avant l'heure en mettant à la disposition des contrôleurs des outils de gestion en temps réel leur permettant de mieux gérer « à distance ». Les GPS placés dans les autobus permettront de faire le lien entre l'autobus et l'horaire chauffeur : de là, nous serons en mesure de connaître la position exacte de l'autobus ainsi que le respect de l'horaire (avance/retard) en tout temps. Le chauffeur possèdera une console à bord de l'autobus qui lui permettra de savoir s'il est en avance ou en retard sur son horaire planifié et d'ajuster sa conduite en conséquence. Le projet inclut également l'installation de panneaux d'information dynamiques dans certains abribus permettant à la clientèle de connaître les heures de passage des prochains autobus et d'être informée des perturbations de service. Le projet s'inscrit donc dans une démarche intégrée d'amélioration du service à la clientèle.

Les sections 5.2.3.9 (paramétrisation du système-correspondances), 5.2.4 (actions de régulations), 5.3.6 (arrêt de correspondance pour un bus), 5.5.1.2 (afficheurs à bord des autobus) traitent amplement de ce sujet.

Nous avons par ailleurs reçu un accord de principe sur le financement en 2010. Nous procédons donc au processus d'appel d'offres en 2011. La planification actuelle prévoit l'implantation du système sur les lignes Métrobus en 2013 et le déploiement complet du système en 2014. Le tout est sujet à l'acceptation finale du financement.

17. Réévaluer l'approche retenue pour la responsabilisation du personnel chauffeur impliqué, considérant, entre autres, le degré d'imputabilité et l'impact du non-respect d'un horaire sur la clientèle touchée (une attente d'une heure étant à ce titre plus sérieuse qu'une attente de dix minutes). (2001)

Réponse

La supervision transmet l'information au chauffeur lors des rencontres. Si le chauffeur est rencontré plus d'une fois pour le même type de problème, la supervision demande une enquête-mystère auprès du personnel inspecteur. Avec des interventions directes sur le réseau, nous pouvons mieux agir envers le personnel et avoir une imputabilité plus forte sur notre personnel.

18. Lors des perturbations du service reliées aux conditions météorologiques et aux détours, bonifier l'information à la clientèle touchée en indiquant sur le site Internet les numéros d'arrêts non desservis ou à quel endroit ils sont déplacés. (2007)

Réponse

Bien que les numéros d'arrêts non desservis ne soient pas contenus à l'information clientèle diffusée sur le site Internet, il est toutefois possible pour le client de connaître les déviations du trajet et de se diriger aux bons arrêts.

Voici un exemple d'information diffusée :

Parcours 1 – vers station Belvédère
Rue Champlain non desservie
Circulation sur le boul. Champlain

Parcours 3 – vers Sainte-Odile
Place D'Youville non desservie
Passage à l'arrêt Honoré-Mercier/D'Aiguillon

Parcours 4 – vers Maizerets
Rue Papineau non desservie
Circulation sur la rue De L'Espinay

Parcours 4 – vers place Jacques-Cartier
Rue Julien non desservie, entre De Meulles et de la Pointe-aux-Lièvres
Circulation sur la rue De L'Espinay

De plus, des messages d'attente au centre d'appels permettent aussi de connaître la situation au regard du service maintenu, exemple : les fins de semaine et jours fériés (plus général en raison des ressources insuffisantes pour la mise à jour régulière de l'information).

Info tempête du RTC

« Compte tenu de la situation sur les routes, prévoyez du retard sur nos parcours. Merci de votre compréhension ».

Et un exemple de message d'attente que nous utilisons les jours réguliers :

Info-tempête du RTC (en semaine)

« Voici la situation sur le réseau : en général, 25 minutes de retard. Les parcours en détour sont les parcours 1, 13 et 55. Tous les parcours sont en service. Merci de votre compréhension ».

Actuellement, il est impossible de rendre accessible une présentation visuelle telle une carte. Une analyse est en cours en 2011 pour voir à de nouvelles solutions de développement.

19. Pour atténuer les problèmes de retard à l'horaire annoncé, en partenariat avec la Ville, demander la priorité de circulation des autobus lors des perturbations de l'environnement (2005)

Réponse

Ce dossier est maintenant sous contrôle. Pour chaque événement qui pourrait avoir un impact sur la livraison du service de transport, la ville avec le RTC, s'assurent que le maximum sera fait pour non seulement éviter les perturbations mais aussi de faire en sorte que le transport en commun soit une solution pour éviter la congestion créée par l'événement. Ceci vaut tant pour les activités à caractère culturel, sportif que pour tous les chantiers.

20. Évaluer la possibilité de conclure des ententes avec les médias radiophoniques pour diffuser l'information sur les perturbations du réseau. (2006)

Réponse

Nous avons une entente avec l'ensemble des médias de Québec sur l'Urgence tempête de neige (les tempêtes sont actuellement les raisons majeures des perturbations sur le réseau). L'information est aussi transmise aux médias lorsque la perturbation touche l'ensemble de la population ; dans d'autres cas, c'est la communication via Internet avec information sans détour, les avis à la clientèle, etc. qui est utilisée.

21. Indiquer clairement sur l'autobus appelé en renfort qu'il s'agit d'un autobus supplémentaire, et ce, pour éviter toute confusion à la clientèle; évaluer la possibilité d'inclure cette information sur le site Internet et le guide horaire. (2007)

Réponse

Le renfort adopte la numérotation de la ligne sur laquelle le bus qu'il remplace travaille. Aucun changement n'est envisagé.

22. Modifier la suggestion de l'entreprise au client d'être à l'arrêt « deux minutes avant le passage prévu de l'autobus plutôt que cinq minutes », cet écart avec l'heure annoncée étant jugé suffisant. (2007)

Réponse

Pour ce qui est de la fiabilité, s'il s'agit d'un point horaire que nous pouvons annoncer 2 minutes avant, notre politique étant 0:03min 59. Mais pour la majorité des arrêts desservis par le bus, le chauffeur n'a pas les temps de passage. C'est pourquoi nous suggérons aux clients d'être 5 minutes à l'arrêt avant l'heure approximative annoncée sur le net. Nous ne retenons donc pas la recommandation.

Par ailleurs, les différentes communications avisent la clientèle d'arriver 3 minutes à l'avance de même que la prochaine campagne « POUR VOUS, AVEC VOUS » sur le respect de l'horaire.

23. S'assurer d'agir avec célérité pour éviter la répétition d'un écart de ponctualité lorsque la situation peut être récurrente. (2008-2009)

Réponse

Lorsque la gestion est informée des écarts du personnel chauffeur, nous intervenons en lien avec les règles de la convention collective chauffeur. Il va sans dire que nous sommes vigilants sur la récurrence en lien avec les écarts connus.

24. Clarifier auprès du personnel chauffeur, lorsqu'il y a deux autobus sur le même trajet, à la même heure, l'obligation de prendre les clients à l'arrêt lorsqu'ils y attendent; réévaluer également la façon de faire lorsqu'il y a un train d'autobus à un arrêt, ceci dans le but de rassurer la clientèle pour son embarquement sécuritaire dans l'autobus assigné à son trajet. (2008-2009)

Réponse

Les consignes faites aux chauffeurs sont dans ce sens.

25. Clarifier, autant auprès du personnel chauffeur que de la clientèle, la notion « de faire signe » lorsqu'un client à l'arrêt veut embarquer dans l'autobus. (2008-2009)

Réponse

La prochaine campagne clientèle « POUR VOUS, AVEC VOUS », prévue au printemps 2011 sera sur le respect de l'horaire et ce type d'information sera transmis à la clientèle via cette campagne.

26. Informer plus spécifiquement la clientèle sur la manière optimale de débarquer à l'arrêt désiré (contraintes liées au temps d'arrêt pour le chauffeur, etc.). (2008-2009)

Réponse

La prochaine campagne clientèle « POUR VOUS, AVEC VOUS », prévue au printemps 2011 sera sur le respect de l'horaire et ce type d'information sera transmis à la clientèle via cette campagne.

27. Évaluer la possibilité d'uniformiser le trajet du parcours 11 en tout temps, tout en affichant l'horaire du parcours aux arrêts majeurs, tels Place Québec et Grand Théâtre. (2008-2009)

Réponse

Comme tous les parcours qui desservait le Vieux-Québec, le parcours 11 a été modifié lors de l'introduction de l'Écolobus. Il a été entendu que les parcours réguliers poursuivraient leur desserte du Vieux-Québec en période de pointe, compte tenu de l'importance de l'achalandage des travailleurs et des étudiants à cette période. En tout autre temps, le parcours termine son circuit à Place-D'Youville. Ce design des services a été mis en place dans le cadre du projet Ville-RTC de gestion intégrée des déplacements dans le secteur historique. Avoir un tracé identique toute la journée serait une baisse de service puisque nous enlèverions le lien direct sans correspondance en période de pointe. Un infopost à Place-Québec sera installé prochainement.

Information à la clientèle

28. Identifier une façon de faire pour informer la clientèle qu'un deuxième ou un troisième autobus ne se présentera pas, contrairement à l'habitude, quand il y a pénurie de véhicules ou pour toute autre raison. (1998)

Réponse

Voir la possibilité d'utiliser le chauffeur afin d'aviser la clientèle aux arrêts (avant l'implantation du SAEIV). Exemple : pour un doubleur qu'on ajoute jusqu'à une signature mais qui ne peut y être exceptionnellement. Aucune action ne sera prise avant le SAEIV. Est-ce que les doubleurs seront annoncés dans le SAEIV? On peut penser que OUI, mais il pourrait y avoir des exceptions. L'annonce SAEIV aura au moins le mérite d'indiquer au client qu'il n'y a pas d'autres autobus qui suivent pour le parcours concerné.

29. Informer la clientèle, à l'entrée et à la sortie de l'autobus, des outils dont elle dispose pour se mettre au courant des changements. (2001)

Réponse

Différents moyens d'information sont disponibles : messages à la radio, information dans le site Internet, messages téléphoniques (418-627-2511), etc.

La campagne d'information « Informez-vous sans détour » a permis à la clientèle de mieux utiliser les outils à sa disposition pour planifier un déplacement, surtout avec les nombreux travaux en cours dans la région en 2009.

Aucune nouvelle action n'a été faite.

30. Bonifier l'information lors de travaux routiers ou pour tronçons de parcours coupés pour motif opérationnel, soit donner une information plus spécifique au chapitre de la signalisation, i.e. en lieux et place de « prochain arrêt », indiquer l'intersection de rues, vis-à-vis telle adresse civique. (2004)

Réponse

Depuis janvier 2008, avec l'outil « Map Info », un plan des ajustements est fait pour les chauffeurs mais pas pour la clientèle. Cette information pourrait être donnée mais n'a pas été retenue étant donné la dimension et la visibilité de l'information donnée aux clients. Par ailleurs, il n'est pas possible pour le moment de présenter le plan des détours sur le site Internet car l'outil de travail que nous utilisons pour la diffusion ne nous le permet pas. Le plan des détours sera disponible sur Internet lors de l'implantation du SAEIV. Actuellement, nous avons différentes informations sur le site mais il est impossible de rendre accessible une présentation visuelle telle une carte. Une analyse est en cours en 2011 pour voir à de nouvelles solutions de développement.

31. Concernant l'information en provenance du personnel chauffeur, promouvoir l'approche d'impliquer le client dans la démarche lorsque celui-ci demande au chauffeur de lui indiquer son arrêt de destination. À titre d'exemple, le chauffeur peut fournir un point de repère au client (rue, édifice, commerce, etc.) pour qu'il lui fasse un rappel; ou encore lui en mentionner le délai (5 minutes, 20 minutes, etc.) tout en lui demandant de s'asseoir à proximité. (2006)

Réponse

Le sujet sera traité en 2011 dans le cadre du calendrier de consigne.

32. Rendre disponibles aux usagers des outils d'information tels le texto et les applications pour téléphone intelligent (à titre d'exemple, application RTC mobile développée pour la plateforme Iphone / Ipod Touch disponible sur le Appstore. (2008-2009)

Réponse

Le RTC développera en 2011 une version mobile de son site Internet ainsi qu'une application cellulaire. De plus, nous allons apporter des améliorations à notre site web et assurer une présence corporative dans les médias sociaux.

Sécurité et confort

33. Pour améliorer le confort de la clientèle, affecter les autobus ayant plus d'espace (sièges, places debout) aux parcours les plus achalandés. (2002)

Réponse

Les efforts sont concentrés actuellement, avec les parcours des Métrobus, sur l'acquisition d'autobus articulés et l'ajout d'un nouveau parcours. Une grande majorité de notre clientèle circule sur ces parcours. Les parcours express font aussi l'objet d'une analyse fine chaque année afin d'ajuster le service à l'achalandage. Des ressources importantes des plans d'amélioration sont allouées chaque année à ce service afin d'ajouter des autobus et des heures. À court terme, les actions vont dans le sens de s'ajuster plus rapidement aux surcharges. De plus, dans le cadre du plan stratégique avec la ville, nous sommes à faire des études afin d'analyser l'impact de revoir la norme de charge.

34. Au chapitre du déneigement des zones d'arrêt, travailler de concert avec la Ville de Québec pour prioriser le déneigement des arrêts et des trottoirs situés sur les rues où circulent les parcours d'autobus. (2002)

Réponse

Le RTC a obtenu de la Ville de Québec d'inclure le volet déneigement des voies réservées et arrêts dans son devis de 2009. Cependant, il y a eu peu de progrès et nous faisons des efforts constants d'amélioration avec leurs représentants. Nous avons été chanceux à cause de la petite quantité de neige qui est tombée l'an dernier et cette année.

À l'hiver 2009-2010, il y eu des discussions au niveau des directeurs pour la qualité du déneigement principalement sur Honoré-Mercier. Une amélioration s'est fait sentir depuis. Un contact entre notre inspecteur et le contremaître du secteur a renforcé des pratiques favorisant le déneigement de nos voies réservées. Un contact étroit à tous les niveaux est maintenu en espérant que le service satisfera à nos attentes.

35. Installer un banc dans chaque abribus. (2005)

Réponse

Il est effectivement dans les intentions d'en arriver à un parc complet d'abribus avec bancs (quand la grandeur le permet). Année après année, des bancs sont ajoutés (environ 20 à 25) à des abribus existants. La fin des installations est prévue à la fin 2014. De plus, chaque demande de la clientèle est approuvée. Lors de modifications ou de déplacement d'abris, le banc est systématiquement ajouté. Toute nouvelle commande d'abribus est installée avec banc.

36. Pour faciliter la montée ou la descente de la clientèle aux arrêts d'autobus, adopter la pratique d'immobiliser l'autobus très près du trottoir afin que les personnes n'aient pas à déposer d'abord le pied sur la chaussée pour accéder soit à l'autobus, ou, à l'opposé, au trottoir. (2007)

Réponse

Il est clair que nos attentes face aux chauffeurs sont d'être le plus près possible du trottoir ; toutefois ils rencontrent quelques difficultés en lien avec l'aménagement physique à certains arrêts. À compter de juin 2011, tous nos véhicules à plancher bas seront en mesure de s'agenouiller sur demande du client ayant certaines limitations, il va sans dire qu'il y aura des chauffeurs qui le feront également par courtoisie selon certaines situations.

37. Préconiser l'approche que les enfants descendent par la porte avant de l'autobus. (2007)

Réponse

Aucun avis n'a été fait aux chauffeurs.

Sera inclus dans le calendrier de consigne en cours de développement pour 2010. Nous préconiserons le passage par l'arrière en tout temps et la vigilance du chauffeur afin qu'aucun incident n'arrive. Les autobus sont équipés de tous les miroirs pour permettre aux chauffeurs de voir les sorties arrières.

Propreté et entretien

38. Abribus (2008-2009)

- a) **Identifier et assurer un entretien hivernal plus fréquent des sites problématiques, afin d'assurer la sécurité de la clientèle.**

Réponse

En 2011, une analyse des sites à fort achalandage est prévue afin d'assurer une meilleure accessibilité à la clientèle.

- b) **Évaluer l'instauration d'un contrôle qualité sur l'entretien des abribus.**

Réponse

En 2011, des actions débuteront afin de réviser la façon de faire actuelle pour avoir un contrôle qualité des arrêts.

39. Autobus

Réévaluer les critères d'entretien des autobus pour tenir compte d'incidents susceptibles de porter atteinte à la sécurité de la clientèle.

Réponse

En 2011, des actions débuteront afin de réviser la façon de faire actuelle pour avoir un contrôle qualité de la propreté des autobus.

40. Sites d'arrêt

Assurer le déneigement sécuritaire de l'environnement du site des arrêts, surtout lorsqu'il n'y a pas de trottoir.

Réponse

En 2011, une analyse des sites à fort achalandage est prévue afin d'assurer une meilleure accessibilité à la clientèle.

Traitement des plaintes

- 41. Faire un rappel au client ou à la cliente lorsque le délai prévu pour lui répondre est arrivé à terme et ce, même si sa demande est en cours de traitement. (1996)**

Réponse

Nous travaillerons, en 2011, à officialiser, auprès de la clientèle, un délai de réponse en différé. Nous ne rappellerons pas le client, lorsque le délai prévu pour lui répondre est arrivé à terme. Si nous ne pouvons respecter le délai prévu, nous fournirons alors, au moment de la transmission de la réponse, les raisons du délai additionnel.

42. Maintenir une rigueur constante dans le traitement des plaintes de fiabilité, particulièrement l'irrespect de parcours ou le passage avant l'heure annoncée. (1999). Ceci devrait se traduire par :

a) Une approche « tolérance zéro » pour l'irrespect de parcours et le passage avant l'heure annoncée cet aspect étant partie intégrante de la responsabilité professionnelle du personnel chauffeur, et l'application d'une mesure de responsabilisation conséquente au personnel chauffeur impliqué.

Réponse

Un formulaire écrit est demandé systématiquement par l'équipe du traitement des interventions de la clientèle pour toute plainte d'irrespect de parcours.

La supervision est à développer des indicateurs de performance permettant d'assurer un meilleur traitement avec le chauffeur versus l'attribution et un projet d'amélioration des façons de faire sur le traitement des commentaires via le chauffeur est en cours. Un tableau de bord nous permettant de suivre les traitements est en place et le projet d'amélioration (traitement des commentaires) sera implanté fin février 2011

b) Au chapitre des retards à l'horaire annoncé, évaluer de façon plus particulière ces écarts pour les parcours à fréquence moins élevée et les Express.

Réponse

En 2010, nous avons identifié des secteurs et des périodes plus à risque pour notre fiabilité du service et ce, par l'entremise des données récoltées par nos compteurs de passagers. À plusieurs reprises nous avons fait des opérations fiabilité pour sensibiliser nos chauffeurs à ne pas partir à l'avance par rapport aux horaires. Consignes, messages des inspecteurs et messages des superviseurs ont contribué à rehausser la fiabilité à nos arrêts d'environ 7 % dont une bonne proportion réside dans des chauffeurs qui ne partent plus en avance.

En 2011, nous réévaluerons les intrants du processus de conception des horaires pour en valider le réalisme et corriger s'il a lieu. Ceci devrait faire en sorte de rendre les horaires plus réalisables pour les chauffeurs. En parallèle, nous ferons plusieurs opérations de validation des temps de parcours en considérant le respect du code de la sécurité routière. De cette façon, nous pensons modifier certains comportements de chauffeurs et identifier des problématiques d'horaires reliés aux conditions sur la route. Un plan d'action pouvant s'échelonner sur plusieurs années pourrait voir le jour. De plus, nous prévoyons revoir les pratiques du Contrôle lors de perturbations du réseau afin d'uniformiser les actions et réduire l'impact sur la clientèle.

c) Assurer la qualité constante du contenu des enquêtes et de leur conclusion (mesures prises). (2007)

Réponse

Le contrôle qualité est fait en partenariat avec le coordonnateur du service clientèle et le chef de la supervision. Ce contrôle sera effectué mensuellement en 2011 et les résultats seront disponibles et transmis à la supervision afin de réaliser les actions correctives et préventives au besoin.

d) Bonifier l'harmonisation de la notion d'imputabilité entre les divers intervenants aux enquêtes. (2008-2009)

Rép.

En 2010 nous avons procédé à un exercice afin de nous approprier une application commune de l'attribution, nous ferons de nouveau l'exercice au printemps 2011

e) S'assurer que la clientèle puisse effectuer la tracabilité de sa démarche de plainte, particulièrement lorsqu'elle a indiqué ne pas vouloir de suivi téléphonique. (2008-2009)

Réponse

Nous nous assurerons, en 2011, qu'un numéro de dossier sera transmis au client au moment du dépôt de son intervention par téléphone, par écrit et en personne. Cette procédure est déjà en place lorsqu'un client complète un formulaire sur le site Internet du RTC et qu'il laisse une adresse courriel. Ce numéro facilite le suivi de l'intervention.

43. Préciser au plaignant les délais prévus pour la rencontre avec le personnel chauffeur. (2002)

Réponse

En 2010, environ 80 % des réponses ont été transmises directement aux plaignants au moment du dépôt de l'intervention. Nous ne confirmons pas de délai prévu pour la rencontre avec le personnel chauffeur. Nous parlons plutôt du processus de traitement de la plainte. Cela s'applique également pour une réponse en différé.

44. Vulgariser les explications techniques dans un souci de refléter l'empathie que l'entreprise doit manifester à l'égard des inconvénients vécus par la clientèle. (2002)

Réponse

En 2010, environ 80 % des réponses ont été transmises directement aux plaignants au moment du dépôt de l'intervention. Ces réponses ont été bâties, afin de faciliter la compréhension du client. Cela s'applique également pour les réponses en différé. De plus, une banque d'arguments est la disponibilité du personnel. Elle est bonifiée et mise à jour en collaboration avec un membre du personnel du service des communications au RTC. Cet exercice est fort utile, afin de répondre rapidement au client en plus de s'assurer de la simplicité, de la qualité et de l'uniformité de la réponse.

45. Informer les clients et les clientes du déroulement des démarches, et ce, à toutes les étapes du cheminement de leur demande. (2002)

Réponse

Cette recommandation ne sera pas appliquée. Tel que mentionné dans la recommandation 42 e), le numéro de dossier confirmé au client lui permettra, au besoin, de nous contacter, afin de connaître l'évolution de sa plainte.

46. Considérer en tout premier lieu le dommage causé à la clientèle. (2003)

Réponse

Ce sujet est inclus dans la cueillette d'information d'une intervention de la clientèle par le centre d'appels. Voir recommandation 2b.

47. Dans le but de maintenir une relation de confiance avec les clients qui portent plainte, élaborer un protocole de réponse pour inclure les éléments visant à contrer la perception d'inefficacité de la démarche du client, tels : (2004)

- les délais et contraintes liés à une demande de modification de service;
- le délai prévu pour la rencontre avec le chauffeur impliqué, le cas échéant;
- les vérifications effectuées et leurs résultats pour expliciter la réponse;
- les actions posées et les délais pour régler le problème;
- les contraintes (ex. autobus bondés) qui ne permettent pas de solutionner le problème le cas échéant.

Tout ceci, dans des termes et un langage accessibles.

Réponse Deux référentiels de qualité ont été bâtis en 2010. Un pour la cueillette d'information d'une intervention au centre d'appels et l'autre, concernant les réponses en différé par les agents(es) des relations avec la clientèle. Ces référentiels seront implantés en 2011. Des indicateurs de performance liés à ces deux sujets seront suivis par les gestionnaires concernés.

48. Au chapitre des demandes de service. (2005)

a) Utiliser un langage « client » plus accessible à ses préoccupations.

Réponse En 2010, environ 80 % des réponses ont été transmises directement aux plaignants au moment du dépôt de l'intervention. Ces réponses ont été bâties afin de faciliter la compréhension du client. Cela s'applique également pour les réponses en différé. De plus, une banque d'argumentaires est la disponibilité du personnel, elle est bonifiée et mise à jour en collaboration avec un membre du personnel du service des communications au RTC. Cet exercice est fort utile, afin de répondre rapidement au client en plus de s'assurer de la simplicité, de la qualité et de l'uniformité de la réponse.

b) Respecter des délais plus courts pour la rétroaction à la clientèle.

Réponse En 2010, environ 80 % des réponses ont été transmises directement aux plaignants au moment du dépôt de l'intervention. Pour ce qui est des réponses en différé, le délai moyen est de 15 jours ouvrables en 2010. Les résultats sont suivis par les tableaux de bord de gestion et des correctifs seront amenés si les objectifs ne sont pas atteints.

c) Revoir l'approche du traitement de ces plaintes, dans une perspective de valeur ajoutée, c'est-à-dire : (2008-2009)

- adapter les réponses types en y incluant un argumentaire plus spécifique à la demande;

Réponse
Voir 48 a)

- déterminer un délai de traitement raisonnable, en informant la clientèle des contraintes (ex. déplacement d'arrêt et installation d'abribus en dehors de la période hivernale).

Réponse
Voir 48 a). Le délai peut être inclus dans certains argumentaires selon le thème.

49. Bonifier la cueillette des renseignements lors du premier appel pour améliorer l'efficacité du processus d'enquête et faciliter la transmission des résultats aux clients concernés. (2007)

Réponse
Suite aux résultats obtenus en 2010, une revue des outils d'aide pour améliorer le traitement et le délai d'une plainte au Centre d'appel a été développée. Des argumentaires de réponse sont créés, permettant aux agents de rapidement aviser la clientèle sur la façon de faire interne et une formation débutera en mars 2011 pour assurer l'harmonisation de la façon de faire pour tous. La reprise de la cueillette des données pour le contrôle-qualité sera appliquée en 2011.

50. Au chapitre des plaintes de courtoisie, bonifier l'uniformisation de leur traitement (2008-2009)

Réponse
En 2010, nous avons procédé à un exercice afin de nous approprier une application commune du traitement, nous ferons de nouveau l'exercice au printemps 2011. De plus, le traitement des plaintes sera mesuré afin d'obtenir un taux de conformité dans le traitement.

51. Au chapitre des plaintes de propreté, indiquer au suivi du dossier de plainte à quel moment le correctif a été effectué. (2008-2009)

Réponse
Nous confirmons, dans le résultat de l'enquête, la date de réalisation du bon de travail.

Autres

52. Au sondage sur la satisfaction de la clientèle concernant le traitement de leur plainte adressée au RTC, déterminer des objectifs réalisables pour le pourcentage de rappel, de réponse et de satisfaction globale du traitement des plaintes. (2003)

Réponse

Le tableau de bord « Interventions » de la clientèle inclut des objectifs et est suivi mensuellement depuis 2010.

53. Instaurer une ligne téléphonique 800 (accès gratuit) en lien direct avec le Service à la clientèle. (2007)

Réponse

Aucune ligne téléphonique 800 n'est prévue. Le site web offre une meilleure alternative aux visiteurs pour s'informer et planifier leurs déplacements à Québec. De plus, maintenant les usagers de partout sur la planète peuvent planifier leurs déplacements en transport en commun à Québec via Google Maps !

54. Au chapitre des demandes de service, (2008-2009)

a) évaluer la possibilité de bonifier la mise en application d'une solution, c'est-à-dire avec plus de célérité, surtout quand il s'agit de perception de sécurité ou d'accommodement n'ayant pas d'impact pour les autres clients.

Réponse

Toutes les modifications sont traitées avec une importance particulière pour ce qui touche la sécurité tant pour la clientèle que pour les chauffeurs.

b) considérer les horaires atypiques de la clientèle travailleuse et étudiante dans la détermination de l'offre de service en étalant la période dite « heure de pointe » sur une plus grande période. Dans cette perspective, tenir compte également de l'offre de service le dimanche matin et des déplacements périphériques en direction du centre-ville.

Réponse

Cette préoccupation fait partie des orientations que nous avons. D'ailleurs, à la lumière des derniers plans d'amélioration, on notera que des actions concrètes ont été faites pour élargir la période de pointe sur les parcours express. Les horaires du dimanche ont également été revus depuis quelques années. Le tout étant fait dans les limites des budgets disponibles et en fonction des potentiels d'achalandage.

Annexe A : extrait du document relatif au mandat officiel

Le Comité clientèle

Mandant : le conseil d'administration

Mandataires : les membres du Comité clientèle

2. Membres

- 2.1 Nomination : les membres du comité sont nommés par le conseil d'administration.
- 2.2 Compétences requises : les membres du comité doivent nécessairement être utilisateurs du transport en commun et participent aux travaux du comité sur une base bénévole.
- 2.3 Représentation : tous les clients et les clientes qui ont des besoins spécifiques doivent y être représentés.
- 2.4 Candidatures : les groupements ou associations qui représentent les intérêts spécifiques de leurs membres sont habilités et, à ce titre, sollicités pour proposer des candidatures.
- 2.5 Sélection : la sélection des candidatures est basée, le cas échéant, sur des critères de desserte géographique et, pour la clientèle étudiante secondaire et collégiale, sur un facteur d'alternance des institutions scolaires.
- 2.6 Composition :
 - le Protecteur ou la Protectrice de la clientèle est membre d'office et agit à titre de coordonnateur ou coordonnatrice des activités du comité;
 - une (1) personne ressource du RTC recommandée par le Directeur général;
 - une (1) personne retraitée recommandée par la Fédération de l'âge d'or de la région de Québec (FADOQ);
 - deux (2) personnes représentant la clientèle travailleuse et recommandées par le Comité régional des usagers du transport en commun (CRUTEC);
 - une (1) personne étudiante du secteur universitaire recommandée par les associations étudiantes;
 - une (1) personne étudiante du secteur collégial recommandée par les associations étudiantes des collèges d'enseignement général et professionnel du territoire;
 - une (1) personne étudiante du secteur secondaire recommandée par les commissions scolaires du territoire;
 - une (1) personne du secteur des communautés culturelles recommandée par la Table de concertation des communautés culturelles ou par le Carrefour d'intégration de la Capitale Nationale;
 - une (1) personne recommandée par l'Office des personnes handicapées du Québec.
- 2.7 Remplacement : les personnes recommandées et non retenues peuvent, le cas échéant, agir à titre de substitut pour remplacement.
- 2.8 Devoir des membres : les membres s'engagent à agir dans le meilleur intérêt de la clientèle.

3. Mandat du comité

Dans le souci d'améliorer de façon continue la qualité du service offert à sa clientèle, et en collaboration avec le Protecteur ou la Protectrice de la clientèle, le conseil d'administration octroie le mandat suivant au comité :

- a) analyser le traitement des plaintes reçues par l'entreprise à l'égard de tous les aspects de la qualité du service, tels, entre autres, la fiabilité, la courtoisie, le confort, et formuler les recommandations qu'il estime appropriées;
- b) assurer, par le biais du Protecteur ou de la Protectrice de la clientèle, le suivi des recommandations du comité auprès des gestionnaires concernés;
- c) faire rapport annuellement au conseil d'administration de ses observations et de ses recommandations visant à améliorer la qualité du service. S'il le juge pertinent en cours d'année, le comité peut également soumettre ses recommandations sur des situations spécifiques;
- d) agir, le cas échéant, à titre de Comité consultatif auprès des intervenants de l'entreprise dans le cadre de projets, de normes ou d'instauration de pratiques touchant la qualité du service à la clientèle. L'entreprise a cependant toute latitude pour faire appel à toute autre forme de consultation qu'elle juge appropriée à ces fins;
- e) Le comité ne peut se substituer aux mécanismes de consultation publique qui ont pour objet d'entendre l'opinion de la population sur les choix d'orientation, de budget, de tarification ou autres qui relèvent de la compétence du conseil d'administration. Il ne peut se prononcer sur ces questions.

4. Durée du mandat

- 4.1 Le mandat est d'une durée de deux (2) ans, renouvelable une seule fois. Le mandat initial, même s'il n'est pas renouvelé, ou son renouvellement peut être prolongé pour une période maximale de quatre (4) mois.
- 4.2 Le mandat des représentants et des représentantes de la clientèle étudiante est d'une durée maximale de deux (2) ans et ne doit jamais excéder une période de six (6) mois après que la personne ait complété le niveau de scolarité y étant associé.

5. Réunions

- 5.1 Présidence : le comité peut désigner une personne à la présidence du comité.
- 5.2 Convocation : le Protecteur ou la Protectrice de la clientèle convoque les réunions du comité. Le Président ou la Présidente du comité peut également demander au Protecteur ou à la Protectrice de la clientèle de convoquer des réunions.
- 5.3 Nombre de réunions : le comité doit tenir au moins huit (8) réunions par année.

- 5.4 Quorum : le quorum est de cinq (5) membres et les décisions sont prises à la majorité.
- 5.5 Procédure : le comité siège à huis clos.
- 5.6 Absence aux réunions : toute absence non justifiée à trois réunions consécutives est considérée comme une démission et le mandat est révoqué.
- 5.7 Assistance aux réunions : le comité peut permettre à des observateurs et à des observatrices d'assister à ses réunions.
- 5.8 Invitation : le comité peut inviter des personnes ressources de l'entreprise pour fins de clarification et de compréhension de certains dossiers.

6. Informations et sources de renseignements

- 6.1 L'analyse du traitement des plaintes implique que l'information fournie aux membres du comité soit complète et qu'un échantillonnage selon les règles de l'art fasse foi des tendances constatées.
- 6.2 Le Service à la clientèle ainsi que les gestionnaires informent le Protecteur ou la Protectrice de la clientèle des plaintes graves reçues, comme le comportement abusif, le langage abusif, la discrimination ou la perception de discrimination, le harcèlement ou la perception de harcèlement, ou de toute autre plainte de nature à affecter de façon importante la dignité du client ou de la cliente ou d'atteindre à son intégrité.
- 6.3 Les membres du comité basent également leur évaluation sur le guide élaboré par la Direction du transport.

7. Confidentialité

- 7.1 Les membres du comité doivent s'engager à respecter la confidentialité de toute information, de quelque nature qu'elle soit, plus particulièrement mais non limitativement, toute information à caractère nominatif dont ils peuvent prendre connaissance dans le cadre de l'exercice de leur mandat, de façon fortuite ou autre.
- 7.2 De plus, les membres du comité doivent signer, avant le début de leur mandat, une déclaration solennelle attestant de cet engagement.



Protectrice de la clientèle

RÉSEAU DE TRANSPORT DE LA CAPITALE

Bureau de la protectrice de la clientèle
720, rue des Rocailles
Québec (Québec)
G2J 1A5

Téléphone : (418) 627-2351, #5177
Télécopieur : (418) 641-6714
Courrier électronique : claudette.harvey@rtcquebec.ca

