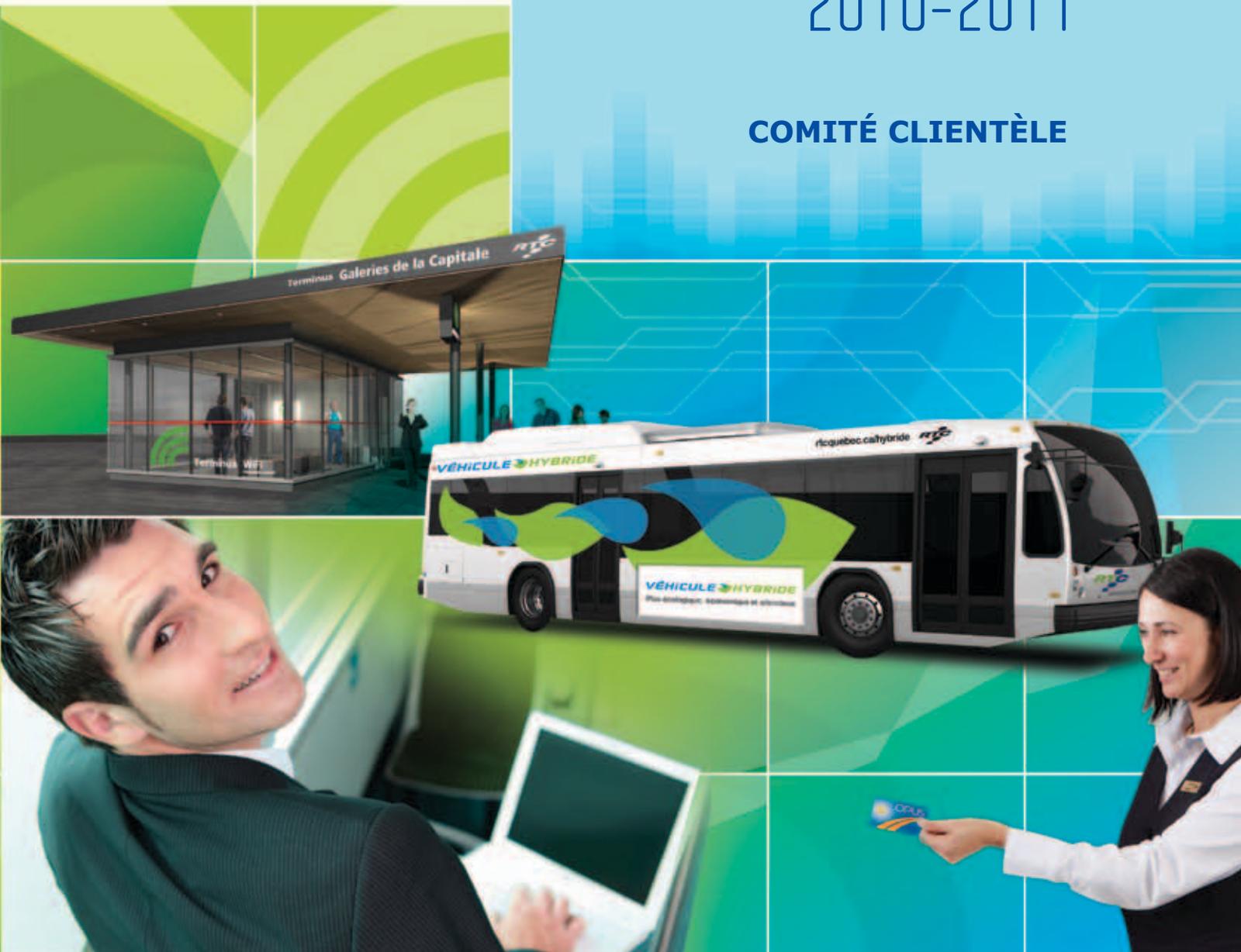


RAPPORT D'ACTIVITÉS 2010-2011

COMITÉ CLIENTÈLE



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2010-2011

COMITÉ CLIENTÈLE

Édition

Réseau de transport de la Capitale
Comité clientèle

Conception et production graphique : Alphatek

Impression : Réseau de transport de la capitale

ISBN 978-2-921925-09-9

Dépôt légal-Bibliothèque nationale du Québec, 2012

MOT DU PRÉSIDENT

Pendant l'année 2010/2011, le groupe de travail « comité clientèle » était composé de huit membres représentant la clientèle de toute catégorie et de deux membres du Réseau de transport de la Capitale dont deux en alternance. Je tiens à les remercier pour l'excellent travail, autant par leur implication, leur rigueur que leur réelle volonté de faire leur part dans l'amélioration des services du RTC. Les réunions ont lieu mensuellement, (sauf lors de la période estivale) pour analyser des plaintes (675 pour la période) et constituer une plate-forme consultative lors de la présentation de tout nouveau projet ou service du RTC qui concerne la clientèle.

Nous avons proposé, entre autres, des recommandations en lien avec la carte OPUS, le confort des passagers, la courtoisie des chauffeurs et la ponctualité mais aussi avec des éléments d'information à la clientèle. Il est d'ailleurs très encourageant de constater que certaines ont déjà été mises en place, tels la création d'un compte Youtube et le développement des communications mobiles.

Par contre, nous avons constaté que le service n'a pas été orienté complètement « client » à la phase post-implantation de la carte OPUS. En effet, lors de problèmes, le fardeau de la preuve repose sur l'utilisateur et le moyen d'y remédier est peu convivial ; l'approche mérite d'être revue et améliorée. En ce qui a trait au confort de la clientèle, le comité a observé que le RTC est victime de sa popularité puisque près de 70 % de ces plaintes concernent des autobus bondés.

Enfin, je me fais le porte-parole de tous les membres pour souligner particulièrement les efforts importants que le RTC déploie dans l'amélioration de ses services et nous les en remercions. Je termine en soulignant l'excellent travail et le soutien de la Protectrice de la Clientèle qui contribue au bon déroulement et au suivi du comité.



Jean-Sébastien Boucher
Président

TABLE DES MATIÈRES

Mot du président

Le comité clientèle	5
Le comité	5
Le mandat	5
Les membres	6
Les activités du comité clientèle	7
Analyse d'un échantillon des plaintes de la clientèle	8
Carte opus	8
Commentaires	8
Confort de la clientèle	9
Courtoisie du personnel chauffeur	10
Ponctualité	11
Relevé des recommandations 2010-2011	13
Recommandations des années antérieures	15
Synthèse du suivi des recommandations	15
<i>Suivi</i>	
Courtoisie du personnel	19
Ponctualité	23
Information à la clientèle	25
Sécurité et confort	27
Propreté et entretien	30
Traitement des plaintes	31
Autres	33
Annexe A: extrait du document relatif au mandat officiel	34
Le comité clientèle	34

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 entendus 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 monsieur Jean-François Fortin en deuxième partie de l'année 2010 et monsieur Daniel Lefrançois à compter de janvier 2011.

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 Vesselka Dimitrova

Communauté roumaine de Québec
Représentant la clientèle des communautés culturelles

Monsieur Jean-François Fortin

Représentant le Réseau de transport de la Capitale (RTC)
Jusqu'au 31 décembre 2010

Monsieur Maxime Gauvin

Collège Saint-Charles-Garnier
Représentant la clientèle étudiante de niveau secondaire

Monsieur Pierre-Olivier Girard

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

Monsieur Daniel LeFrançois

Représentant le Réseau de transport de la Capitale (RTC)

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

Association étudiante du Cégep de Sainte-Foy
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 Claudette Harvey

Coordonnatrice du Comité clientèle
Protectrice de la clientèle

LES ACTIVITÉS DU COMITÉ CLIENTÈLE

Le comité s'est réuni à 9 reprises en 2010/2011 (1^{er} août 2010 au 31 juillet 2011).

Voici la liste des dossiers traités.

- Rédaction du rapport d'activités.
- Analyse d'un échantillonnage des plaintes de la clientèle
- Volet informatif
- Volet consultatif

VOLET INFORMATIF

Le RTC a présenté ces projets aux membres du comité :

- le système d'aide à l'exploitation et à l'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.
- les orientations en matière d'information à la clientèle.
- l'implantation de l'accessibilité des fauteuils roulants aux autobus du RTC, incluant le plan de communication.

Recommandations

- Information à la clientèle
 - Intégrer une version anglaise de l'information sur les sites Facebook et YouTube de même que sur Trajecto.
 - Assurer le maintien et l'amélioration des modes d'information pour la clientèle n'ayant pas accès aux nouvelles technologies.
 - Assurer à la clientèle une information disponible au service à la clientèle 24 heures sur 24.
 - En attente lors d'un appel, intégrer un message indiquant spécifiquement les perturbations du réseau.

- Pour l'accessibilité des fauteuils roulants aux autobus du RTC,
 - Identifier dans l'autobus une zone au sol plus marquante visuellement (canne, béquilles) pour faciliter le cheminement jusqu'à l'endroit prévu.

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 :

Borne d'information aux arrêts, système SAEIV (système d'aide à l'exploitation et à l'information aux voyageurs)

Recommandations

- Localiser la borne d'information à l'intérieur de l'abribus, au fond à gauche.
- Évaluer la possibilité d'intégrer une annonce sonore aux arrêts munis de ces bornes.

ANALYSE D'UN ÉCHANTILLON DES PLAINTES DE LA CLIENTÈLE

Le Comité clientèle a examiné 675 plaintes sur un total de 2786 reçues au service à la clientèle dans les catégories suivantes. Ces plaintes sont choisies selon une méthode d'échantillonnage aléatoire et concernent :

La carte OPUS _____	124
Le confort (abribus, autobus, siège disponible) _____	193
La courtoisie du personnel chauffeur _____	204
La ponctualité _____	154

CARTE OPUS

Période considérée : du 1^{er} janvier 2010
au 31 décembre 2010

Échantillonnage : 124 plaintes sur 260

PRÉAMBULE

La période d'intégration de la carte OPUS, pour tous les clients, s'est terminée à l'automne 2009. L'analyse de ces plaintes touche donc la période post-implantation.

QUELQUES EXEMPLES

Une carte défectueuse

Une mère indique qu'elle a dû faire refaire 3 fois la carte étudiante de son fils ; elle estime que le processus pour corriger le tout exige du temps, de l'argent (achat de billets avant que la situation ne soit résolue) et des déplacements supplémentaires. Un autre parent fait le même constat et s'interroge sur la pertinence d'un remboursement immédiat plutôt que par chèque. D'autres mentionnent que leur carte s'est brisée à répétition. Des clients ont dû, soit payer à nouveau, soit débarquer de l'autobus, parce que leur carte était défectueuse.

Les déplacements occasionnels

Les clients ne peuvent se procurer des billets que par tranches de 4, ce qui ne répond pas toujours à leurs besoins. Certains questionnent la politique de l'entreprise n'autorisant pas une correspondance gratuite avec le même parcours dans la même direction : ils doivent donc déboursier à nouveau s'ils veulent débarquer pour faire une course et embarquer par la suite sur le même parcours pour se rendre à destination.

Une nouvelle carte, un renouvellement d'abonnement

Des clients aînés contestent le paiement d'une nouvelle carte (OPUS vs carton) puisqu'ils n'ont pas changé de statut. Un parent mentionne que les frais annuels de renouvellement de statut étudiant peuvent être perçus comme cachés parce que l'information n'est pas suffisamment précise sur le site Web.

Chez le concessionnaire

Un commis n'a pas été capable de valider la carte OPUS. Un autre a encodé des billets de catégorie générale sur la carte plutôt que des billets de catégorie aînée ; la conséquence est que la cliente a dû se déplacer de Boischatel jusqu'à l'un des deux centres de service (siège social du RTC ou sur St-Joachim) pour corriger la situation. Un client n'a pu obtenir l'information sur l'enregistrement de sa carte : la réponse lui a été donnée 15 jours plus tard.

COMMENTAIRES

Les membres sont d'avis que le processus de remboursement impose aux clients une lourdeur non conviviale, souvent pour des montants minimes. Certains délais de traitement ont également été trop longs, tels pour des touristes qui partent le lendemain ou un parent qui a dû appeler une douzaine de fois pour donner le nouveau numéro de carte de crédit afin de défrayer le coût de l'abonnement de sa fille étudiante universitaire.

RECOMMANDATIONS

1. Revoir l'approche pour alléger la démarche de la clientèle au chapitre du remboursement de la carte OPUS elle-même ou de son contenu (titres de transport).
2. Pour la clientèle étudiante,
 - a) Considérant le nombre important d'abonnés qui s'y trouvent, instaurer un centre de service à l'Université Laval;
 - b) Déployer, à la rentrée scolaire, un centre de service mobile dans les écoles où la carte conjointe RTC/institution scolaire n'est pas en vigueur;
3. Mettre à la disposition des clients des valideuses pour vérification de la conformité de leur carte OPUS et ce, dans les lieux publics et les points de service.
4. Considérer la date d'achat de l'abonnement mensuel pour sa période de validité sans tenir compte du début ou de la fin du mois courant.
5. Permettre le paiement de l'abonnement mensuel par carte de crédit, compte bancaire et via le site Web.
6. Élargir la période d'abonnement jusqu'à 3 mois consécutifs.
7. Évaluer la possibilité d'achat de titres de transport occasionnels (billets) sur une base minimale de 4, puis à l'unité, selon le nombre désiré.
8. Simplifier la politique de correspondance, c'est-à-dire allouer 120 minutes de correspondance pour tous les parcours en faisant abstraction de la même direction et du même parcours.
9. Considérer un programme fidélité pour les utilisateurs occasionnels.
10. Lors d'un changement de statut, tel «étudiant +» à «général», évaluer la possibilité de rendre gratuite la nouvelle carte OPUS.
11. Instaurer une ligne téléphonique de soutien technique chez les concessionnaires.

CONFORT DE LA CLIENTÈLE

Période considérée: du 1^{er} juin 2009
au 31 mai 2010

Échantillonnage: 193 plaintes sur 892

Répartition:

Abribus	8
Enseigne d'arrêt	12
Autobus	37
Autobus bondé	136

ABRIBUS

Des clients signalent qu'il y a eu du vandalisme, demandent l'installation d'un banc (au besoin, de changer l'abribus s'il est trop petit), et de recouvrir ces bancs d'une bande de caoutchouc pour les rendre plus confortables (le métal est froid l'hiver).

ENSEIGNE D'ARRÊT D'AUTOBUS

Une enseigne est tombée, elle n'est pas visible par les clients parce que cachée par les branches d'un arbre ou un arrêt stop, le site n'est pas déneigé. Il est mentionné à l'enquête que les ajustements nécessaires seront faits; la date effective de la correction du problème n'apparaît cependant pas.

AUTOBUS

Les nouveaux bancs strapontins dans les aires réservées aux personnes avec limitations fonctionnelles ne font pas l'unanimité: entre autres, ils seraient plus étroits, il n'y a pas d'appui pour les personnes debout dans ce secteur, particulièrement lorsqu'il y a des arrêts brusques. Certains mentionnent que la majorité des sièges sont sur le côté, les obligeant à faire face aux autres. Il est cité également que la rampe noire ne convient pas aux personnes qui ont des limitations visuelles. Les membres du comité soulignent par ailleurs que la largeur de l'allée, dans les nouveaux autobus, permet une meilleure circulation et incite les clients à se diriger plus naturellement vers l'arrière.

On se dit insatisfait du degré de température maintenu dans l'autobus, de la difficulté à embarquer ou à débarquer parce que la marche est trop haute, ce qui est accentué lorsque l'autobus est loin du trottoir. Il est arrivé qu'une réponse type ne réponde pas à la demande spécifique du client. Il y a eu

plusieurs commentaires également sur le non respect de la politique anti-tabac, l'utilisation du téléphone cellulaire et aussi sur le volume élevé de la radio personnelle de certains membres du personnel chauffeur.

SIÈGE NON DISPONIBLE (AUTOBUS BONDÉ)

Devoir rester debout parce qu'il n'y a pas de siège disponible constitue le sujet d'insatisfaction le plus élevé quand on parle de confort, ce qui survient dans près des 2/3 des cas signalés sur les parcours Express. Par ailleurs, on considère inapproprié que le service à la clientèle demande aux clients de compter les passagers dans l'autobus. On se questionne également sur l'arrimage de l'augmentation de l'achalandage et du nombre de bus disponibles.

RECOMMANDATIONS

- Installer une plate-forme facilitant l'embarquement et le débarquement de la clientèle lorsque les travaux routiers empêchent l'autobus de se garer près du trottoir.
- Évaluer la possibilité de tenir compte des personnes de taille plus forte dans le choix des sièges d'autobus.
- Renouveler la campagne « votre sac à dos », abordant particulièrement la situation d'inconfort, voire d'insécurité, pour les autres clients lorsque l'autobus est bondé.
- Au chapitre du traitement des plaintes,
 - a) indiquer à l'enquête la date de correction du problème lorsqu'il s'agit d'abribus et d'enseignes d'arrêt.
 - b) Adapter la réponse type à la requête du client de façon plus spécifique.

COURTOISIE DU PERSONNEL CHAUFFEUR

Période considérée : du 1^{er} août 2009
au 31 juillet 2010

Échantillonnage : 204 plaintes sur 1216

Répartition :

Comportement en général	115
Incident avec non usager	60
Perception du droit de passage	29

COMPORTEMENT EN GÉNÉRAL

Une cliente n'apprécie pas la remarque d'un chauffeur à son égard (« vous auriez dû prendre plus de vacances ») suite à sa mention de la difficulté à être vu par un chauffeur d'un parcours spécifique lorsqu'il y a un train d'autobus à un arrêt. Une cliente ayant des limitations visuelles a présenté une carte officielle pour son accompagnateur ; le chauffeur lui a fait remarquer qu'elle n'avait pas de lunette noire ou de canne le démontrant. Des chauffeurs ont tenu des propos inacceptables à certains clients qui avaient manifesté leur insatisfaction. Un autre a tempêté après un client qui prenait en note le numéro de la course suite à l'attitude du chauffeur en matière de partage de la route. Le chauffeur ayant quitté le véhicule temporairement, un client de l'Écolobus a pesé sur un bouton presseur pour permettre à 2 autres clients d'embarquer. Le chauffeur s'est emporté longuement contre lui et les autres clients à bord et ce, malgré qu'on lui ait réitéré des excuses à plusieurs reprises.

PERCEPTION DU DROIT DE PASSAGE

Un client non concerné par la situation se plaint de l'approche de perception du droit de passage auprès d'un jeune enfant, lui demandant, et non à la mère, s'il a une carte prouvant son âge ; l'enquêteur a estimé que le comportement du chauffeur était légitime. Une dame âgée se dit humiliée par la manière dont le chauffeur lui a confisqué son ancienne carte qui n'est plus valide. Un chauffeur a fait débarquer deux clientes en début de nuit, sans titre de correspondance, parce qu'il finissait son quart de travail, les informant qu'un deuxième autobus s'en venait. Le chauffeur de ce dernier autobus n'a pas voulu embarquer l'une d'elles parce qu'elle n'avait

pas suffisamment d'argent ; elle a dû se rendre à pied à son domicile. Des passagers ont dénoncé le fait que le chauffeur ait demandé à un enfant âgé d'au maximum 10 ans de débarquer de l'autobus parce qu'il n'avait pas sa carte photo (il avait déjà déposé son billet à tarif réduit). Ils invoquent la notion de non assistance et le fait qu'un enfant du primaire ne traîne pas ses autres cartes personnelles avec lui (ex. carte d'assurance-maladie). L'enquêteur a confirmé que le chauffeur s'est conformé à la directive de l'entreprise.

INCIDENT AVEC NON USAGER

La plupart des plaintes touchent le partage de la route avec les automobilistes (couper, klaxonner, coller l'arrière de la voiture, etc.). Certains commentaires touchent aussi la cohabitation avec les cyclistes, tels : un chauffeur a émis un commentaire à voix forte dans l'autobus : « les cyclistes, c'est toute une calamité », un autre a dépassé un cycliste vers la gauche puis ensuite, très rapidement, vers la droite, ce qui lui est apparu comme dangereux.

TRAITEMENT DES PLAINTES

Lors de signalements de certains écarts, entre autres de propos grossiers, la version des chauffeurs est fréquemment retenue, leur bon dossier de comportement étant invoqué.

RECOMMANDATIONS

Au chapitre du partage de la route,

Évaluer la possibilité de tenir une campagne de sensibilisation auprès des automobilistes pour promouvoir une cohabitation harmonieuse avec les piétons, les cyclistes et les autobus. Cette campagne devrait inclure également l'information relative à l'obligation légale de donner la priorité de passage à l'autobus lorsqu'il quitte un arrêt pour réintégrer la voie de circulation (article 407 du Code de la sécurité routière).

Au chapitre du traitement des plaintes,

Diminuer le délai entre la prise du 1^{er} appel et le suivi auprès du chauffeur concerné.

PONCTUALITÉ

Période considérée : du 1^{er} octobre 2009
au 30 septembre 2010

Échantillonnage : 154 plaintes sur 418

Ces plaintes concernent les aspects qui ont affecté la ponctualité autres que les rubriques spécifiques (avance – retard, impossibilité d'embarquer dans l'autobus qui passe, etc.). Un grand nombre concerne les difficultés de fiabilité du service lors des travaux routiers. En voici quelques exemples.

Un trajet d'autobus a été détourné et il ne semble pas y avoir de travaux : les voitures continuent à emprunter ce tronçon de route et les utilisateurs du transport en commun à marcher plus longtemps pour se rendre à un arrêt ; les vérifications ont été faites seulement 10 jours plus tard. Des clients ratent leur correspondance, se plaignant surtout que le chauffeur roule trop lentement ; ils attendent alors 1 heure pour le prochain autobus. Le chauffeur se doit de respecter les limites de vitesse, parfois aux dépens de la ponctualité. Le planificateur de déplacement (Trajecto) indique que le client a suffisamment de temps pour correspondre avec un 2^e parcours : ce n'a pas été le cas à plus d'une reprise et l'impact, surtout en soirée, est important (1 heure d'attente dans un cas). Le problème détecté, à une reprise, est que le chauffeur du 2^e parcours partait de l'arrêt concerné avant l'heure prévue. Des travaux routiers dans un secteur privent une cliente de son accessibilité à l'autobus. Un autobus, en attente de façon systématique à l'heure de pointe, bloque toute la circulation : le plaignant remet en question, entre autres, l'horaire non conforme à la réalité que génère ce genre de situation ; il déplore également ne pas avoir eu de retour à son signalement qui date de 3 mois. Un client a attendu, en vain, l'autobus : le trajet avait été changé et on avait informé les clients seulement sur le site Internet du RTC. En période de déviation d'une portion du trajet causée par des travaux, une personne âgée, qui a des difficultés de marche, a voulu descendre à un arrêt desservant un autre parcours : le chauffeur le lui a refusé et l'enquête s'est résumée à une lettre-type, non adaptée à la problématique signalée. Des clients ont demandé un suivi qui n'a pas été effectué.

RECOMMANDATIONS

- Bonifier l'information à la clientèle en cas de détours et ce, suffisamment à temps et par différents modes (entre autres, dans l'autobus).
- Adapter les réponses types à la demande spécifique du client.
- Évaluer la possibilité d'autoriser l'accès à des arrêts de descente autres qu'à ceux du parcours dédié lors de détours du trajet régulier.

RELEVÉ DES RECOMMANDATIONS 2010-2011

L'INFORMATION À LA CLIENTÈLE

- Intégrer une version anglaise de l'information sur les sites Facebook et YouTube de même que sur Trajecto.
- Assurer le maintien et l'amélioration des modes d'information pour la clientèle n'ayant pas accès aux nouvelles technologies.
- Assurer à la clientèle une information disponible au service à la clientèle 24 heures sur 24.
- En attente lors d'un appel, intégrer un message indiquant spécifiquement les perturbations du réseau.

LA BORNE D'INFORMATION AUX ARRÊTS, SYSTÈME SAEIV (SYSTÈME D'AIDE À L'EXPLOITATION ET À L'INFORMATION AUX VOYAGEURS)

- Localiser la borne d'information à l'intérieur de l'abribus, au fond à gauche.
- Évaluer la possibilité d'intégrer une annonce sonore aux arrêts munis de ces bornes.

LA CARTE OPUS

- Revoir l'approche pour alléger la démarche de la clientèle au chapitre du remboursement de la carte OPUS elle-même ou de son contenu (titres de transport).

Pour la clientèle étudiante,

- a) Considérant le nombre important d'abonnés qui s'y trouvent, instaurer un centre de service à l'Université Laval;
- b) Déployer, à la rentrée scolaire, un centre de service mobile dans les écoles où la carte conjointe RTC/institution scolaire n'est pas en vigueur;

- Mettre à la disposition des clients des valideuses pour vérification de la conformité de leur carte OPUS et ce, dans les lieux publics et les points de service.
- Considérer la date d'achat de l'abonnement mensuel pour sa période de validité sans tenir compte du début ou de la fin du mois courant.
- Permettre le paiement de l'abonnement mensuel par carte de crédit, compte bancaire et via le site Web.
- Élargir la période d'abonnement jusqu'à 3 mois consécutifs.
- Évaluer la possibilité d'achat de titres de transport occasionnels (billets) sur une base minimale de 4, puis à l'unité, selon le nombre désiré.
- Simplifier la politique de correspondance, c'est-à-dire allouer 120 minutes de correspondance pour tous les parcours en faisant abstraction de la même direction et du même parcours.
- Considérer un programme fidélité pour les utilisateurs occasionnels.
- Lors d'un changement de statut, tel «étudiant +» à «général», évaluer la possibilité de rendre gratuite la nouvelle carte OPUS.
- Instaurer une ligne téléphonique de soutien technique chez les concessionnaires.

LE CONFORT DE LA CLIENTÈLE

- Installer une plate-forme facilitant l'embarquement et le débarquement de la clientèle lorsque les travaux routiers empêchent l'autobus de se garer près du trottoir.
- Évaluer la possibilité de tenir compte des personnes de taille plus forte dans le choix des sièges d'autobus.

- Renouveler la campagne «votre sac à dos», abordant particulièrement la situation d'inconfort, voire d'insécurité, pour les autres clients lorsque l'autobus est bondé.
- Au chapitre du traitement des plaintes,
 - a) Indiquer à l'enquête la date de correction du problème lorsqu'il s'agit d'abribus et d'enseignes d'arrêt.
 - b) Adapter la réponse type à la requête du client de façon plus spécifique.

L'ACCESSIBILITÉ DES FAUTEUILS ROULANTS AUX AUTOBUS DU RTC

- Identifier dans l'autobus une zone au sol plus marquante visuellement (canne, béquilles) pour faciliter le cheminement jusqu'à l'endroit prévu.

LA COURTOISIE DU PERSONNEL CHAUFFEUR

AU CHAPITRE DU PARTAGE DE LA ROUTE,

Évaluer la possibilité de tenir une campagne de sensibilisation auprès des automobilistes pour promouvoir une cohabitation harmonieuse avec les piétons, les cyclistes et les autobus. Cette campagne devrait inclure également l'information relative à l'obligation légale de donner la priorité de passage à l'autobus lorsqu'il quitte un arrêt pour réintégrer la voie de circulation (article 407 du Code de la sécurité routière).

AU CHAPITRE DU TRAITEMENT DES PLAINTES,

Diminuer le délai entre la prise du 1^{er} appel et le suivi auprès du chauffeur concerné.

LA PONCTUALITÉ

- Bonifier l'information à la clientèle en cas de détours et ce, suffisamment à temps et par différents modes (entre autres, dans l'autobus).
- Adapter les réponses types à la demande spécifique du client.
- Évaluer la possibilité d'autoriser l'accès à des arrêts de descente autres qu'à ceux du parcours dédié lors de détours du trajet régulier.

RECOMMANDATIONS DES ANNÉES ANTÉRIEURES

SYNTHÈSE DU SUIVI DES RECOMMANDATIONS

Volets	Années	Recommandations ¹	Non retenues	Partielles	Complétées
Courtoisie du personnel					
	2000	1		•	
	2005	2 a)			•
	2006	2 b)		•	
		2 c)			•
	2003	3		•	
	2005	4			•
	2007	5 a)		•	
	2007	5 b)		•	
		5 c)		•	
	2008-2009	6		•	
		7	•		
		8	•		
		9		•	
		10 a)		•	
		10 b)	•		
	2009-2010	11			•
		12		•	
		13 a)		•	
		13 b)		•	

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 (2010/2011).

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

Volets	Années	Recommandations ¹	Non retenues	Partielles	Complétées
Ponctualité					
	1998	14			•
	2006	15			•
	2007	16		•	
		17	•		
	2008-2009	18		•	
		19		•	
		20		•	
		21		•	
Information clientèle					
	1998	22		•	
	2001	23	•		
	2004	24		•	•
	2006	25			•
	2008/2009	26		•	
	2009-2010	27 a)		•	
		27 b)		•	
		27 c)		•	
		27 d)		•	
		27 e)		•	
		28 a)			•
		28 b)		•	
		29 a)		•	
		29 b)		•	
		29 c)		•	
		30		•	
		31		•	

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 (2010/2011).

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

Volets	Années	Recommandations ¹	Non retenues	Partielles	Complétées
Sécurité-Confort					
	2002	32		•	
	2007	33		•	
	2009-2010	34 a)	•		
		34 b)		•	
		35 a)	•		
		35 b)	•		
		35 c)		•	
		35 d)			•
		35 e)		•	
		36 a)			•
		36 b)			•
		36 c)			•
		36 d)			•
		36 e)	•		
		36 f)	•		
		37 a)			•
		37 b)		•	
		37 c)		•	
		38 a)			•
		38 b)			•
		38 c)		•	
Propreté & Entretien					
	2008/2009	39 a)			•
		39 b)		•	
		40		•	
		41		•	

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 (2010/2011).

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

Volets	Années	Recommandations ¹	Non retenues	Partielles	Complétées
Traitement des plaintes					
	1996	42		•	
	1999	43 a)			•
		43 b)		•	
	2007	43 c)		•	
	2008/2009	43 d)		•	
		43 e)			•
	2002	44		•	
	2004	45			•
	2009-2010	46 a)		•	
		46 b)			•
		47			•
Autres					
	2008-2009	48			•

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 :	10
Partielles :	47
Complétées :	24
Total :	81

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 (2010/2011).

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

RECOMMANDATIONS DES ANNÉES ANTÉRIEURES

SUIVI

Le Réseau de transport de la Capitale a transmis à la Protectrice de la clientèle ses réponses sur les recommandations des rapports précédents.

COURTOISIE DU PERSONNEL

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

Réponse
du RTC

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. Les plaintes sérieuses, entre autre celles en lien avec le langage abusif, sont suivies rigoureusement avec l'équipe de supervision, des plans d'interventions sont définis pour les chauffeurs demandant un encadrement. Des contrôles qualités ont été faits auprès des superviseurs dans la première partie de l'année ce qui a permis de faire des ajustements selon les besoins. Nous prévoyons mettre en place un contrôle plus fréquent dans l'année (mesure mensuelle) afin de vérifier la qualité de tous les aspects du traitement de la plainte (enquête, attribution, conséquence et délai).

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
du RTC

Cette information est transmise, via le guide de la clientèle disponible sur le site Internet du RTC. De plus, à l'automne 2011, un troisième volet de la campagne « POUR VOUS AVEC VOUS » est prévu avec un message qui transmet à la clientèle l'information pertinente pour un bon traitement de commentaires. C'est la même information qui est citée dans la recommandation.

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

Réponse
du RTC

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. Nous répondons maintenant au client dès le 1^{er} contact pour 81 % des interventions. Nous avons bâti également une banque d'argumentaires (réponses types) pour des sujets généraux et récurrents ce qui nous permet de répondre plus rapidement et de façon uniforme. Par ces résultats beaucoup moins de personnes sont appelées une 2^e fois.

- 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
du RTC

Le délai moyen est de 10 jours ouvrable pour 2011. Les superviseurs sont remplacés lors d'absences d'une semaine et plus afin d'assurer un délai de traitement acceptable.

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

Réponse
du RTC

Lorsqu'un client porte plainte, les agents informent la clientèle que nous demandons aux chauffeurs de prendre les clients aux arrêts et que c'est le règlement.

4. 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
du RTC

Nous sommes à élaborer une formation « Diversité » qui sera inclus dans la formation continue des chauffeurs 2012/2013.

5. 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
du RTC

Le manque d'espace disponible et le nombre de messages importants à diffuser nous obligent à faire des choix. Nous considérons que les mesures actuelles supportent bien l'objectif initial. D'autres campagnes occasionnelles ne sont pas prévues pour ce sujet spécifique mais l'une avec le message d'aller vers l'arrière l'est en 2012. Elle passe donc le message de ne pas rester à l'avant.

- b) Élaborer une campagne d'information :

- de façon générale, auprès de la clientèle, sur des façons de faire comme l'utilisation de portecartes, 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
du RTC

L'enjeu principal relié à la clientèle étudiante est le renouvellement de leur statut. C'est pourquoi nous concentrons nos messages sur ce sujet. De plus, nous profitons des occasions qui s'offrent à nous via les outils de communication qui leur sont destinés pour promouvoir L'AbonneBUS étudiant qui peut, leur permettre d'économiser.

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
du RTC

Suite aux recommandations d’un comité de travail, la signalisation incitant la clientèle à céder son siège à ceux qui en ont besoin a été améliorée. De nouveaux autocollants ont été apposés dans tous les autobus. Une campagne de sensibilisation est prévue pour 2012.

Tel qu’indiqué l’an dernier, le marquage des sièges eux-mêmes n’a pas été retenu comme solution. Trois raisons :

- Difficultés d’entretien ;
- Solution stigmatisante ne faisant pas consensus dans le milieu associatif ;
- Tous les sièges doivent être cédés à ceux qui en ont besoin, même si on privilégie ceux à l’avant du véhicule.

6. 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
du RTC

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.

De plus, des contrôles qualité suite à un événement ont été faits quelques fois dans l’année et leur nombre sera augmenté en 2012.

7. 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
du RTC

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. Nous recommandons au chauffeur d’utiliser le vouvoiement dans l’approche clientèle, toutefois dans certains cas il est recommandé de se placer au diapason lors des échanges, ex : cas avec les jeunes. Nous avons également produit une vidéo « Relation clientèle » avec 6 chauffeurs d’expérience et nous pouvons constater dans tout les cas qu’une part de notre réussite en relation clientèle, voire avec les jeunes, consiste à être cool avec eux.

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

Réponse
du RTC

Un dossier concernant un prototype de support à radio est en développement tout autant qu’un avis (message) rappelant d’ajuster le volume du radio pour son écoute personnelle.

- 9.** 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
du RTC

Cette politique existe parce que certains parcours, en soirée, ont des arrêts peu éclairés et ayant peu d'habitation autour. Dans ces cas, les arrêts peuvent sembler moins sécuritaires pour la clientèle. Les arrêts du Métrobus ne rencontrent pas ces contraintes voilà pourquoi la politique ne s'applique pas à ce service.

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

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

Réponse
du RTC

Les attentes transmises aux chauffeurs sont incluses dans le module D de la formation au point 8.3 e) actions/tâches relatives aux demandes d'informations.

« Informer le client, qui l'a demandé, de l'arrivée de son arrêt – Lorsque le client, qui ignore l'arrêt de son secteur de destination, demande au chauffeur de lui indiquer une fois arrivé à destination, adopter l'approche d'impliquer le client dans la démarche. 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 de lui mentionner le délai (5 minutes, 20 minutes, etc.) tout en lui demandant de s'asseoir à proximité. »

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

Réponse
du RTC

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. C'est plutôt une démarche personnelle non liée à une exigence organisationnelle.

- 11.** Poursuivre la démarche d'amélioration pour le partage de la route avec les autres usagers. (2009-2010)

Réponse
du RTC

On a continué en 2011 à sensibiliser le personnel chauffeur sur le partage de la route avec les autres usagers via les consignes et les brochures de la semaine de sécurité routière. De plus, les inspecteurs ont procédé à des opérations mensuelles aux zones piétonnières où nous avons enregistré un taux de conformité de 98 % entre le 1^{er} janvier et le 30 septembre 2011.

- 12.** 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. (2009-2010)

Réponse
du RTC

Le guide de l'utilisateur est disponible dans les autobus via le chauffeur mais aucun emplacement spécifique n'est défini dans l'autobus. Il est disponible en permanence dans les centres d'informations et les centres de services. De plus, certains thèmes du guide sont affichés dans les autobus comme par exemple le règlement 231, les conseils de courtoisie, etc. La campagne « POUR VOUS, AVEC VOUS » qui s'échelonne sur deux ou trois ans amènera aussi certaines thématiques que l'on retrouve dans le guide de la clientèle. Le site Internet informe aussi de tous les éléments contenus dans ce guide.

- 13.** Au chapitre de l'embarquement ou du débarquement des clients : (2009-2010)

- a)** Bonifier les pratiques, incluant une campagne de promotion auprès de la clientèle.

Réponse
du RTC

Un prochain volet de la campagne « POUR VOUS, AVEC VOUS » est prévu au printemps 2012 et abordera une partie de ce sujet.

- b) 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).

Réponse
du RTC

Aucune campagne n'a été faite durant la période.

PONCTUALITÉ

14. 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
du RTC

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 gestions 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 procédé au processus d'appel d'offres en 2011 et le financement a été accepté en 2012. La planification actuelle prévoit l'implantation du système sur les lignes Métrobus en 2013 et le déploiement complet du système en 2014.

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

Réponse
du RTC

Les médias annoncent de façon globale les retards au service de transport en commun en même temps que les autres organisations modifiant leurs services.

Un communiqué de presse est envoyé aux médias chaque fois qu'il y a une perturbation touchant l'ensemble de la population (détours, retards sur le réseau, modifications de service, etc.). Des annonces sont diffusées par la suite. Nous utilisons également des moyens électroniques pour diffuser les messages liés aux perturbations du réseau :

- Site Web du RTC : rubrique « Informez-vous sans détour », avis à la clientèle sur la page d'accueil, communiqué de presse en ligne
- Message aux membres du Club courriel
- Avis sur les médias sociaux

- 16.** 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
du RTC

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

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 :

**en général, 25 minutes de retard.
Les parcours en détour sont les parcours 1, 13 et 55.
Tous les parcours sont en service.**

Suite à l'analyse en 2011, aucune des solutions n'était viable pour fournir des présentations visuelles des détours. L'implantation de SAEIV d'ici deux ans nous permettra de répondre à ce besoin.

- 17.** 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
du RTC

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

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

Réponse
du RTC

Le délai est toujours suivi de près pour le traitement des plaintes mais nous observons encore quelques écarts. L'amélioration se poursuit en 2011, 2012.

- 19.** 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
du RTC

Les consignes faites aux chauffeurs sont dans ce sens.

- 20.** 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
du RTC

La prochaine campagne clientèle «POUR VOUS, AVEC VOUS», prévue au printemps 2012 sera sur le respect de l'horaire et la recommandation y a été incluse.

- 21.** 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
du RTC

La prochaine campagne clientèle «POUR VOUS, AVEC VOUS», prévue au printemps 2012 sera sur le respect de l'horaire et ce type d'information sera transmis à la clientèle via cette campagne.

Rapport 2010-2011

La campagne a été déplacée au printemps 2012 et la recommandation a été incluse dans le message pour le AVEC VOUS.

INFORMATION À LA CLIENTÈLE

- 22.** 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
du RTC

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. Le tout se précisera en 2012.

- 23.** 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
du RTC

Il nous est impossible de présenter, à l'entrée et à la sortie, l'ensemble des outils disponibles pour s'informer des changements. L'espace sur le véhicule est restreint. Nous devons réserver l'espace disponible pour communiquer des éléments essentiels et de base concernant nos services : Tarif en monnaie, respect de la ligne jaune, espace pour personne à mobilité réduite, etc La multiplication importante des outils d'information des dernières années, répond bien au besoin exprimé en ce sens.

- 24.** 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
du RTC

Voir réponse à la recommandation no. 16.

25. 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
du RTC

La recommandation a été incluse dans la formation transmise aux chauffeurs. Le module D de la formation chauffeur a été modifié au point 8.3 e) actions/tâches relatives aux demandes d'informations, à savoir :

« Informer le client, qui l'a demandé, de l'arrivée de son arrêt – Lorsque le client, qui ignore l'arrêt de son secteur de destination, demande au chauffeur de lui indiquer une fois arrivé à destination, adopter l'approche d'impliquer le client dans la démarche. 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 de lui mentionner le délai (5 minutes, 20 minutes, etc.) tout en lui demandant de s'asseoir à proximité. »

26. 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
du RTC

Cette recommandation a été implantée via RTC Nomade.

27. Au site Internet (2009-2010)

- a) Intégrer un onglet de recherche.
- b) 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.).
- c) 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).
- d) 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).
- e) 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.

Réponse
du RTC

Une refonte complète du site est prévue en 2012. Ces éléments seront évalués

28. Pour la carte du réseau, (2009-2010)

- a) la rendre disponible en version papier.

Réponse
du RTC

Une carte du réseau est présentement disponible en format papier.

- b) Évaluer la possibilité d'une carte imprimée par secteur.

Réponse
du RTC

Cette recommandation sera évaluée lors de la refonte de la carte du réseau prévue en 2013.

29. Pour l'information sur le réseau : (2009-2010)

- 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.

Réponse
du RTC

Nos budgets actuels ne nous permettent malheureusement pas d'augmenter de façon significative le nombre d'Infopost.

- b) Bonifier les points de repère sur les arrêts temporaires lors des détours (déjà recommandé).

Réponse
du RTC

Cette recommandation sera évaluée lors de la refonte de la carte du réseau prévue en 2013.

- c) Rendre disponible un plan de quartier imprimé (avec nom de certaines rues) dans les secteurs de correspondance ciblés flèches, vous êtes là, etc.).

30. Développer une version anglaise du site Internet spécifiquement pour la clientèle touristique, laquelle doit tenir compte des circuits touristiques reconnus. (2009-2010).

Réponse
du RTC

Une refonte complète du site est prévue en 2012. Cet élément sera évalué.

31. Inclure une vidéo de démonstration accessible sur le site Internet et au centre d'information dans la campagne d'information pour les supports à vélo.

Réponse
du RTC

Cette recommandation a été implantée.

SÉCURITÉ ET CONFORT

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

Réponse
du RTC

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 attirées 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. La préoccupation d'offrir un confort accru à la clientèle figure toujours dans les analyses en cours pour le futur plan stratégique 2012-2030. Aucune nouvelle norme à cet effet n'est toutefois prise pour le moment.

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

Réponse
du RTC

En référence au supplément du « guide de la clientèle 2011, Prendre l'autobus avec des enfants » ; pour les personnes qui sont accompagnées d'un enfant,

« En sortant de l'autobus, si possible, sortez par la porte avant ». Toutefois nous incluerons ce sujet au calendrier de consigne pour 2011 parce que rien n'a été fait afin d'informer les chauffeurs en 2011.

34. Pour les sièges réservés dans l'autobus, (2009-2010)

- a) Améliorer l'affichage en tenant compte d'un marquage des sièges désignés.**

Réponse
du RTC → Voir réponse à la recommandation 5c)

- b) 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.**

Réponse
du RTC → À court terme, le RTC priorise plutôt les mesures invitant à la courtoisie et à une meilleure communication entre les clients (voir réponse en 34 a).

35. Dans l'aire réservée aux fauteuils roulants et poussettes, (2009-2010)

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

Réponse
du RTC → Les autobus acquis par le RTC respectent la norme CSA D435-02 Autobus urbains pour le transport accessible. L'aménagement choisi favorise l'autonomie de la personne en n'imposant pas l'utilisation d'un système d'ancrage.

- b) Marquer au sol l'espace réservé, incluant leur positionnement à reculons.**

Réponse
du RTC → L'espace réservé pour les personnes en fauteuil roulant et les poussettes est identifié au moyen d'un autocollant dans la fenêtre. Ce moyen assure la meilleure durabilité de l'affichage. L'affichage est aussi moins susceptible d'être dissimulé sous de la saleté, comme ce serait le cas sur le sol.

- c) Améliorer la manœuvre pour la clientèle de baisser et de maintenir baissé le siège strapontin.**

Réponse
du RTC → Les sièges strapontin sont installés dans la zone réservée aux personnes en fauteuil roulant. Par défaut, ils doivent donc être relevés pour permettre au client en fauteuil roulant de s'y installer sans devoir relever les sièges. Le mécanisme actuel présente l'ajustement le plus souple possible pour assurer qu'il se relève automatiquement lorsqu'inoccupé.

- d) Élaborer 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.**

Réponse
du RTC → Un guide a été produit et diffusé en juin 2011. Le contenu est aussi disponible sur le site Internet du RTC.

- e) Dans la zone de l'aire réservée, assurer un appui sécuritaire aux clients en position debout (poignées de soutien ou tout autre moyen).**

Réponse
du RTC → L'essai d'un nouveau poteau dans cette zone sera effectué dans les autobus articulés 2012.

36. Dans les zones d'embarquement et de débarquement, (2009-2010)

- a) Assurer un appui aux clients à mobilité réduite (autres que ceux en fauteuil roulant) à l'entrée de la porte avant gauche.**

Réponse
du RTC → Sur demande, le chauffeur peut ouvrir la partie gauche de la porte, ce qui donne accès à la main courante qui y est fixée. De plus, une main courante est maintenant ajoutée sur la cage de roue droite (donc, à gauche de la porte) sur tous les autobus 2009 et plus.

- b)** Diriger les poignées sur le panneau droit de la porte avant vers l'intérieur plutôt que de suivre simplement le cadre de la porte.

Réponse
du RTC

Deux poignées verticales ont été ajoutées au panneau droit de la porte pour faciliter la montée. Le bras articulé de la porte, fixé horizontalement, est lui aussi conçu pour servir de main courante. Aucune modification supplémentaire ne sera apportée à ces éléments.

- c)** Clarifier, à l'intérieur de l'autobus, la manière de débarquer en fauteuil roulant.

Réponse
du RTC

Les procédures pour monter et descendre de l'autobus sont détaillées dans les outils d'information. De plus, des stands d'information permettent à la clientèle en fauteuil roulant de se familiariser avec l'autobus. Les commentaires reçus de la part de la clientèle et du personnel chauffeur permettent de croire que l'information disponible à ce sujet est suffisante.

- d)** Déployer la rampe pour la poussette.

Réponse
du RTC

Le déploiement de la rampe est systématique pour les personnes en fauteuil roulant et sur demande pour les personnes utilisant un autre type d'aide à la mobilité (ex. déambulateur). Pour la poussette, le guide « Prendre l'autobus avec des enfants » invite la clientèle à demander l'agenouillement de l'autobus, au besoin.

- e)** Marquer au sol la zone de descente arrière.

Réponse
du RTC

La zone est déjà marquée sur le plancher pour indiquer la course d'ouverture de portes. Ceci permet aux personnes dans la zone de ne pas se faire coincer les pieds lors de l'ouverture des portes. Pour ce qui concerne une zone plus grande, la peinture sur les planchers n'adhère pas bien et à la longue ça barbouille le plancher et esthétiquement ce n'est pas très beau. Enfin cette pratique ne donne pas de très bons résultats car aussitôt que l'autobus est plein on ne voit plus rien par terre.

- f)** Dessiner une allée de circulation au sol pour inciter la clientèle à libérer cet espace.

Réponse
du RTC

Cette mesure a déjà été testée dans les années 80, sans grand succès. Vois aussi nos réserves sur la peinture au sol, au point 36 e).

37. Dans l'autobus, (2009-2010)

- a)** Localiser l'espace réservé à la documentation papier du côté droit de l'entrée.

Réponse
du RTC

La documentation est présente à l'entrée de l'autobus sur le côté du chauffeur et du côté droit pour le client tout de suite après la boîte de perception.

- b)** Exporter l'ajout d'un siège derrière la cage de roue à tous les autobus existants.

Réponse
du RTC

Aucune action dans ce sens pour la période

- c)** 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).

Réponse
du RTC

L'emplacement du bouton bleu peut plus ou moins convenir, dépendant de la personne et de son aide à la mobilité. Nous sommes conscients de cette problématique. De fait, nous étudions présentement la possibilité que les prochains autobus (2012) soient équipés d'un second bouton. Ceci devrait permettre une meilleure adaptation à la diversité des besoins.

38. Au chapitre de la conduite routière du personnel chauffeur, (2009-2010)

- a) Donner la priorité, dans la démarche d'amélioration, à la conduite en douceur (arrêts, départs et virages brusques).

Réponse
du RTC

Plusieurs actions sont réalisées durant l'année en ce sens. Les clients-mystères sur le réseau sondent ce type de conduite 4 fois par année, en partenariat avec notre fournisseur, des améliorations ont été apportées à la transmission de certains véhicules problématiques. Lors du traitement des plaintes, les chauffeurs sont rencontrés lorsque les comportements ne sont pas adéquats et tout au long de l'année un préventionniste est présent sur le réseau pour aider les chauffeurs au besoin. L'aspect de la conduite sécuritaire est un critère qualité inclus dans la démarche qualité et, à l'aide d'indicateurs, il est suivi de façon rigoureuse avec les différents responsables, des actions annuelles sont identifiées tout dépendant des résultats et des commentaires obtenus.

- b) Maintenir l'approche de prioriser la sécurité dans la conduite, même si la ponctualité peut s'en trouver affectée.

Réponse
du RTC

C'est le message que nous véhiculons à nos employés, Les chauffeurs sont sensibilisés à cet effet lors de leur formation initiale et par leur superviseur au cours de différentes interventions. Des opérations ont eu lieu sur le réseau afin de voir si des horaires pouvaient être en incohérences avec le code de sécurité routière. Les chauffeurs savent qu'ils doivent aviser via la feuille bleue (outil de collecte des observations sur le réseau) si des problématiques en ce sens sont vécues.

- c) Proscrire l'usage de toute activité susceptible de nuire à la concentration de conduite routière.

Réponse
du RTC

Rapport 2010-2011

Mensuellement, un article est produit dans la consigne opérationnelle à l'intention des chauffeurs visant des rappels sur le respect du code de la sécurité routière. De plus, des opérations mensuelles de respect des feux de circulation, radar et respect des zones piétonnières sont effectuées. Au-delà de 50 chauffeurs ont été dirigés vers des programmes de recyclage en sécurité routière en 2011 pour améliorer leur dossier de conduite.

PROPRETÉ ET ENTRETIEN

39. Abribus (2008/2009)

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

Réponse
du RTC

Les sites problématiques sont identifiés et inscrits sur une cédule d'entretien où la fréquence d'intervention est plus élevée.

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

Réponse
du RTC

Une collecte d'information de type client-mystère sera ajoutée en 2012 pour le volet des la propreté des abribus. Ceci permettra de connaître notre taux de conformité aux attentes de la clientèle.

40. Autobus (2008-2009)

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

Réponse
du RTC

Des travaux ont débuté et se poursuivront pour réviser la façon de faire actuelle, l'objectif d'étant d'établir un contrôle qualité de la propreté des autobus.

41. Sites d'arrêt (2008-2009)

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

Réponse
du RTC

Une analyse est en cours afin d'établir des critères et d'identifier les arrêts nécessitant un déneigement ex : un arrêt situé sur une artère où il y a plus de 1000 véhicule/jr.

TRAITEMENT DES PLAINTES

42. 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
du RTC

Les données que nous avons présentement confirment que nous transmettons une réponse en différé normalement dans les 20 jours ouvrables suivant le dépôt de l'intervention. Nous évaluons en 2012 si ce délai peut être officialisé auprès de notre clientèle.

43. 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
du RTC

Il y a eu deux contrôles qualité en 2011, plusieurs volets ont été vérifiés tels que l'attribution en lien avec la référence (définition), la version du chauffeur, la recommandation, etc..

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
du RTC

La revue des pratiques du Contrôle et de l'utilisation d'alternative de rechange est en cours d'analyse.

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

Réponse
du RTC

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 2012 et les résultats seront disponibles et transmis à la supervision afin de réaliser les actions correctives et préventives au besoin. Il y a eu deux contrôles qualité en 2011, plusieurs volets ont été vérifiés tel que ; l'attribution en lien avec la référence (définition), la version du chauffeur, la recommandation etc.

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

Réponse
du RTC

Il y a eu deux contrôles qualité en 2011, plusieurs volets ont été vérifiés tel que ; l'attribution en lien avec la référence (définition), la version du chauffeur, la recommandation.

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

Réponse
du RTC

Lors du dépôt d'un commentaire par téléphone et si le client en fait la demande, nous lui transmettons le numéro du dossier. 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.

44. Considérer en tout premier lieu le dommage causé à la clientèle. (2004)

Réponse
du RTC

Il y a eu deux contrôles qualité en 2011, plusieurs volets ont été vérifiés tel que ; l'attribution en lien avec la référence (définition), la version du chauffeur, la recommandation. Nous regarderont plus spécifiquement les plaintes sérieuses en début 2012

45. 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)

Réponse
du RTC

- 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.

Deux référentiels de qualité ont été bâtis en 2010 selon la recommandation, l'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.

46. Au chapitre des plaintes de courtoisie du personnel chauffeur, (2009-2010)

- a) Bonifier tout autant l'approche d'impartialité dans les enquêtes que l'imputabilité qui en découle.

Réponse
du RTC

Le rôle du superviseur se doit d'être l'enquêteur du dossier et en ce sens l'impartialité est de mise ; l'enquête est basée sur les faits, la crédibilité, la récurrence. Ces éléments permettent de mieux nous positionner sur l'attribution (imputabilité) et, par le fait même, établir les plans d'interventions spécifiques.

- b) Maintenir la rigueur dans les enquêtes.

Réponse
du RTC

Le contrôle dans la qualité du traitement est vérifié dans l'année par le chef de la supervision et par le coordonnateur aux traitements des interventions. Deux fois dans l'année, une rencontre avec les intervenants a lieu afin d'assurer une uniformité dans le traitement. Un tableau de bord de gestion permet de suivre les résultats et la qualité du traitement des plaintes. De plus, une formation sur la diversité sera offerte à tous les chauffeurs en 2012, dans le cadre de la formation continue, ce qui devrait faire en sorte d'améliorer davantage les comportements et la courtoisie des chauffeurs.

47. Maintenir la qualité du traitement des commentaires (rigueur, imputabilité, action) concernant la conduite routière du personnel chauffeur (2009-2010)

Réponse
du RTC

En 2011, le chef de la supervision a instauré des rencontres mensuelles en partenariat avec la sécurité routière, l'objectif étant de diminuer les écarts et par le fait même rendre le service attendu. Les rencontres ont comme but de suivre les chauffeurs en récurrence de commentaires et d'accident de la route. De plus les résultats du personnel chauffeur en lien avec les plaintes, les résultats des opérations sur le réseau, etc. sont suivis avec un tableau de bord communiqué mensuellement.

AUTRES

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

Réponse
du RTC

Toute demande qui implique une problématique de sécurité est traitée **prioritairement** d'où le vocable « importance particulière » mentionné l'an dernier.

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 (CRUTECH) ;
 - 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

