



**Projet pour la Commission Européenne  
Direction Générale Santé  
et Protection des Consommateurs**

**Développement d'indicateurs  
relatifs à la satisfaction des consommateurs  
et enquête pilote**

**Contrat n° B5-1000/03/000382**

**RESUME**

*1 février 2005*

*Le présent rapport a été élaboré par INRA et Deloitte & Touche pour la direction générale «Santé et protection des consommateurs» et reflète la position du contractant ou de l'auteur. Cette position n'a été ni adoptée ni approuvée en aucune façon par la Commission et ne doit pas être invoquée en tant qu'expression de l'opinion de la Commission ou de la direction générale «Santé et protection des consommateurs». La Commission européenne ne garantit pas l'exactitude des données figurant dans ce rapport et décline également toute responsabilité quant à l'usage qui peut en être fait.*

# Résumé

## Contexte

Le développement d'une politique du consommateur au niveau de l'Union européenne est le corollaire essentiel de l'établissement progressif du marché intérieur. La politique du consommateur doit s'appuyer sur des informations et des données pertinentes afin d'ajuster les politiques et d'établir les priorités appropriées. Dans le cadre de cet objectif, la Commission a lancé un appel d'offres pour le développement d'une série d'indicateurs mesurant la satisfaction des consommateurs et pour la mise en place d'une enquête pilote. Le projet a été attribué à une équipe conjointe INRA - Deloitte.

## Objectifs du projet

Le premier objectif du projet était de développer une méthodologie pour la construction d'indicateurs relatifs à la satisfaction des consommateurs dans l'Union européenne. Le deuxième objectif était de réaliser une enquête pilote sur la base de la méthodologie proposée. Les deux objectifs étaient liés l'un à l'autre : l'analyse des résultats de l'enquête pilote devait indiquer les adaptations à apporter à la méthodologie développée au cours de la première étape.

Le rapport devait également inclure : une proposition d'enquête (c.-à-d. questionnaires, population et échantillonnage, technique d'interview, etc.), une description des méthodes statistiques utilisées, et les méthodes de calcul et de présentation des indicateurs sur la satisfaction des consommateurs. La méthodologie proposée devait être fiable mais aussi pratique et facile à utiliser et à un coût raisonnable. Le modèle devait permettre des adaptations dans une étape ultérieure si besoin en était.

Les spécifications originales de l'appel d'offre recouvraient la composition antérieure de l'Union européenne, soit, à ce moment-là, les 15 pays membres. Au cours de l'exécution du projet, il a été convenu en accord avec la Commission européenne de modifier le programme de travail original afin d'éviter que les indicateurs de la satisfaction des consommateurs proposés ne soient pas applicables aux nouveaux membres de l'Union européenne.

La Commission était intéressée par la construction d'indicateurs couvrant un nombre relativement restreint de secteurs, de façon rigoureuse et approfondie. Les secteurs à inclure dans le cadre de cette tâche étaient : les services publics gaz-eau-électricité, les services postaux, la téléphonie mobile, la téléphonie fixe, le transport intra-urbain (à l'intérieur des villes : tram, bus, métro, train/RER), le transport extra-urbain (entre les villes : train, bus), le transport aérien, les services et les produits bancaires aux particuliers, les assurances.

Les indicateurs proposés devaient des comparaisons fiables sur la perception des consommateurs (a) sur les différents secteurs dans un même état membre, (b) sur un secteur particulier au travers des états membres, (c) sur l'évolution dans le temps.

## Approche générale

Les étapes clef du projet ont été :

- Clarification des objectifs et des spécifications
- "Desk research" sur la mesure de la satisfaction des consommateurs (modèles existants)
- Organisation de groupes de discussion avec des consommateurs (11 groupes de discussion dans 8 pays)
- Proposition d'un modèle provisoire
- Conception du questionnaire et réalisation d'une enquête pilote auprès de 4.224 consommateurs dans 8 pays
- Analyse statistique des données de l'enquête - modélisation
- Développement d'une proposition finale.

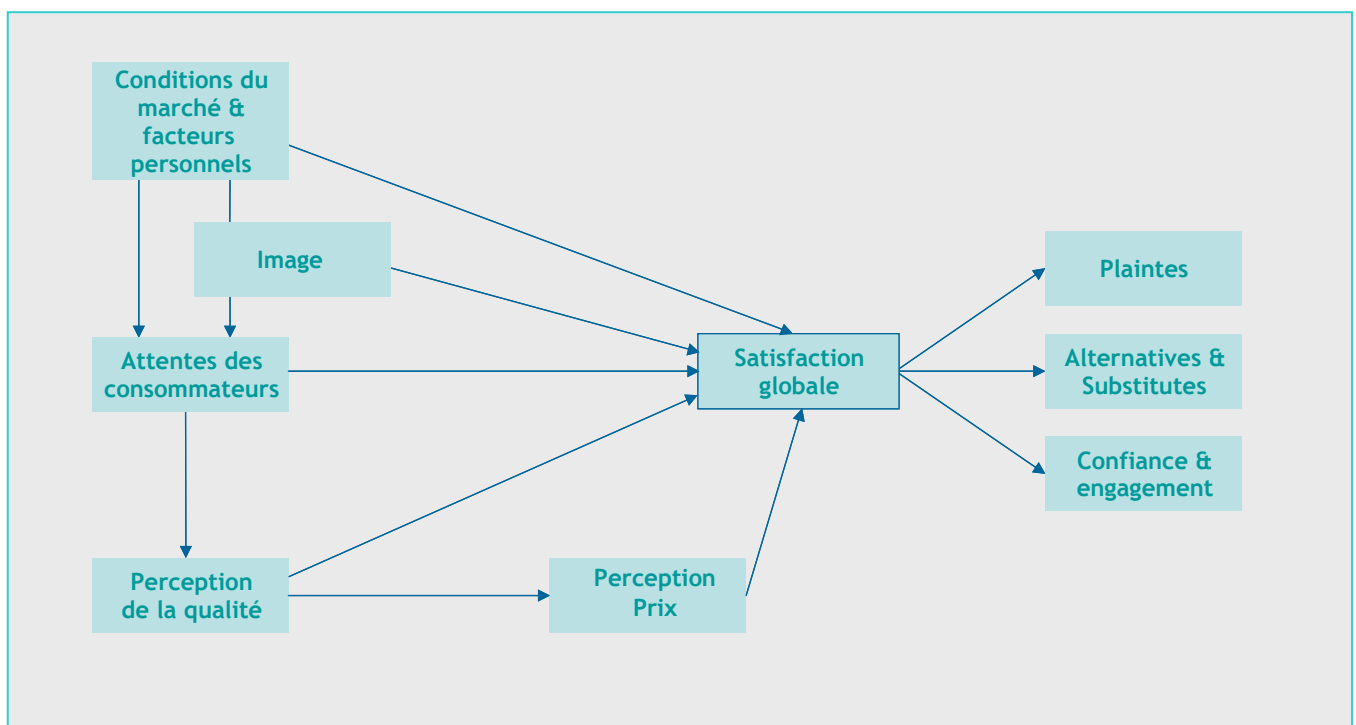
## **Modèle provisoire**

Dans un premier temps, nous avons passé en revue les modèles existants sur la satisfaction du consommateur. Nous avons découvert qu'au niveau national, de nombreuses organisations ont développé leurs propres indicateurs reflétant la satisfaction du consommateur. Au niveau européen, nous avons aussi été capables d'identifier différents indexes de satisfaction. Et en dernier lieu mais non des moindres, nous avons analysé le modèle américain (ACSI). Nous avons alors considéré que le modèle ACSI constituerait aussi une bonne base pour le développement d'un nouveau modèle et d'une nouvelle méthodologie, étant donné qu'il a servi de base à la majorité des autres modèles existants et qu'il a prouvé sa grande fiabilité tout au long de ses 10 années d'existence. De plus, le modèle ACSI présente des spécificités comparables à celles du modèle :

- une vaste couverture géographique comparable à la couverture nécessaire au niveau de l'Union européenne
- la couverture des mêmes secteurs que ceux repris dans le cadre de l'étude
- un très grand attachement à l'aspect du "service"
- des variables et des conducteurs de la satisfaction du consommateur
- et, une construction générale du modèle qui correspond au résultat de nos analyses et de nos réflexions.

Dans un deuxième temps, nous avons considéré les groupes de discussions, qui constituent une base concrète à confronter à nos recherches théoriques sur les modèles existants : nous avons écouté les consommateurs et comparé leurs attentes, leurs définitions, leurs expériences aux modèles. Cette comparaison nous a conduit à identifier des variables et des conducteurs qui peuvent influencer la satisfaction du consommateur et à élaborer le modèle provisoire ci-dessous.

Pour conclure cette phase de réflexion, nous avons décidé de conduire une Etude Pilote pour valider le modèle provisoire. Dans le même temps l'Etude Pilote nous informerait sur la nécessité de chacun des conducteurs et de chacune des variables ainsi que sur les relations qu'ils entretiennent entre eux.



## **Enquête pilote**

Une enquête pilote a été conçue à partir du modèle provisoire. Le questionnaire était identique pour les neuf secteurs, excepté au niveau de la Qualité et du Prix, dont les variables étaient spécifiques pour chaque secteur. Les questions principales demandaient une réponse sur une échelle de 1 à 10.

Etant donné le nombre élevé des variables (et par conséquent de questions dans l'enquête), il est rapidement apparu qu'une mesure directe des attentes des consommateurs n'était pas réaliste. Celle-ci aurait en effet quasi doublé la durée de l'enquête. Une approche alternative a donc été choisie, consistant à mesurer indirectement les attentes des consommateurs au niveau de la qualité, du prix et de l' image.

Tous les questionnaires étaient identiques pour les 8 pays où cette enquête pilote a été menée : Allemagne, Belgique, Italie, Pologne, Portugal, République Tchèque, Royaume-Uni et Suède. Au total, 4.224 interviews ont été réalisées, soit de l'ordre de 100 interviews par secteur et par pays (échantillon cependant insuffisant pour disposer de résultats représentatifs par secteur et par pays). Chaque répondant s'est vu poser des questions relatives à deux secteurs. La méthode utilisée était celle de l'enquête téléphonique assistée par ordinateur (CATI ou « computer assisted telephone interviewing » en anglais).

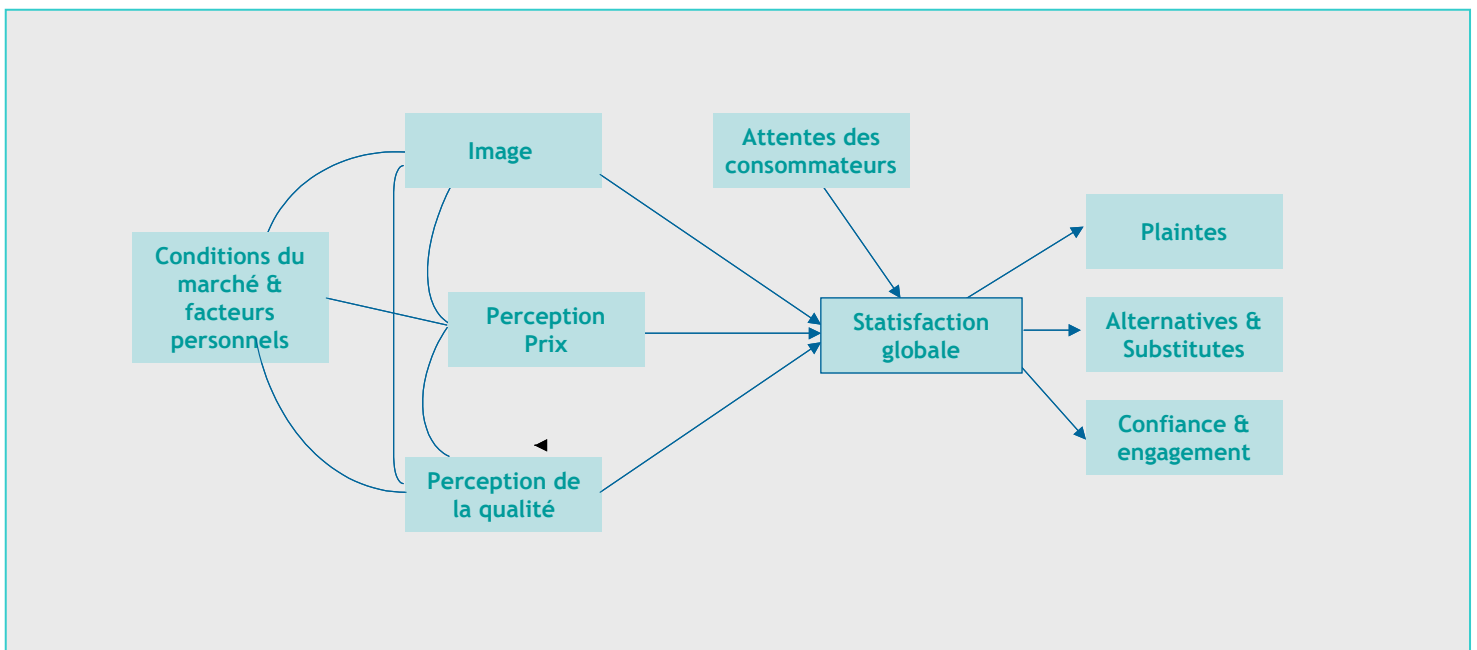
## **Modélisation**

Sur base des résultats de l'enquête pilote, une analyse statistique détaillée a été effectuée, avec l'objectif de définir un modèle de satisfaction des consommateurs, idéalement commun aux 9 secteurs couverts par le projet.

Les analyses statistiques principales menées lors de cette étape incluaient :

- Tests de consistance effectués sur le modèle provisoire (méthode CRONBACH-alpha)
- Validation de la mesure indirecte des attentes
- Modélisation proprement dite des données (SEM method pour « Structural Equation Modelling »)

Le nouveau modèle se présente comme suit:



La structure du modèle provisoire a été confirmée par l'analyse SEM. Une seule modification a dû être appliquée:

- la qualité, le prix, l'image et les conditions du marché sont fortement corrélés (multicolinéarité) ; les relations causales entre ces quatre variables ne sont pas significatives
- les 4 variables ont donc été considérées comme « un seul bloc » (composé de 4 catégories avec conducteurs spécifiques) influençant, ensemble, la satisfaction des consommateurs.

Dans le modèle, les attentes des consommateurs sont mesurées par la différence entre les scores de la satisfaction globale (scores globaux de qualité, prix, image) et la satisfaction perçue pour chacune des conducteurs.

### **Monitoring de la satisfaction des consommateurs**

En conclusion du projet, des propositions ont été faites pour la mise en place d'une enquête représentative (continue ou non) sur la satisfaction des consommateurs, basée sur le modèle développé dans le rapport.

Paramètres techniques :

- Couverture : 11 secteurs – 25 pays de l'Union européenne
- Technique d'interview : interviews réalisées au téléphone sur système CATI ou en face-à-face
- Echantillon : 500 interviews par secteur d'activité et par pays (représentatif par sexe, âge et par région)
- Questionnaire : le même que celui de l'enquête pilote ou une version simplifiée.

Types d'analyses :

- Résultats standards : analyses descriptives (satisfaction par secteur, évolutions) basées sur les résultats directs de l'enquête
- Analyses basées sur le modèle : satisfaction des consommateurs dans des conditions de marché variables, priorités (qualité, prix, etc.).

Avec l'objectif final de fournir un outil concret pour appuyer le développement de politiques consommateurs au sein l'Union européenne.