

« à l'écoute de l'utilisateur »



Résultats 2011



Méthodologie de l'enquête

1. **Formation** à l'enquête par questionnaire
2. **Passation des questionnaires** dans les BMdP
3. **Exploitation des résultats** en cabinet
4. **Analyse des résultats**
5. Recherche de **pistes d'amélioration**
6. **Restitution** des résultats au **Séminaire**



Notoriété des BMdP

85% des usagers savent qu'il faut s'adresser aux BMdP pour **entreprendre leurs démarches**

Sinon, ils se renseignent notamment auprès de :

- **Mairies de secteurs** 24%
- **Familles, proches ou relations** 21%
- **Allô Mairie** 13%
- **Police ou Préfecture** 8%
- **Marseille.fr** 7%



Choix du bureau

90% des usagers vont dans le **bureau le plus proche**
(essentiellement du **domicile**)

La **proximité** reste donc le **critère essentiel** dans le choix du BMdP.

Proximité souvent **valorisé par les usagers** dans leurs commentaires

Peut-être les usagers ne savent-ils pas assez qu'il n'y a **plus de territorialité** des BMdP ?



Pistes d'amélioration

NOTORIÉTÉ ET PROXIMITÉ

- Campagne de **promotion** des **démarches réalisables dans les BMdP**
- **Information** des usagers dans les autres services municipaux, les CIQ...
- **Valoriser** le fait que les **démarches** peuvent être réalisés **dans tous les bureaux**, notamment à proximité du lieu de travail...
- **Mentionner** sur les **documents** que les **démarches « s'effectuent dans le BMdP de son choix »**
- **Valorisation** des **BMdP** sur le site **Marseille.fr**



Délais d'attente

moins de 10 minutes

92%

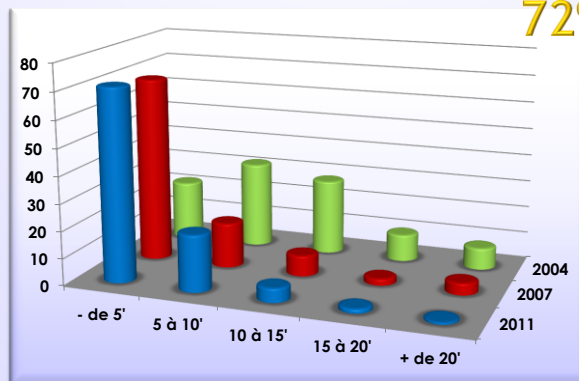
moins de 5 minutes

71%

SATISFACTION

98%

72% en 2000



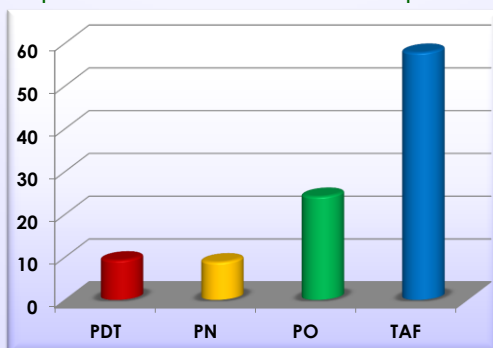
Gestion de l'attente

57%

souhaitent **connaître** en entrant la **durée d'attente prévisible**

82%

souhaitent pouvoir **s'adresser à un agent sans attendre** pour une demande simple



PIERRE AUDIFFREN
CONSULTANT

Les Bureaux
Municipaux
de Proximité

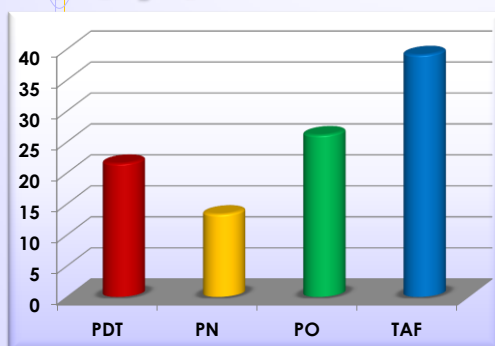
Prise de rendez-vous

65%

apprécient la prise de rendez-vous

35%

sont plutôt opposés aux rendez-vous



Prise de rendez-vous
par :

Allô Mairie	64%
Marseille.fr	26%
Autre	11%



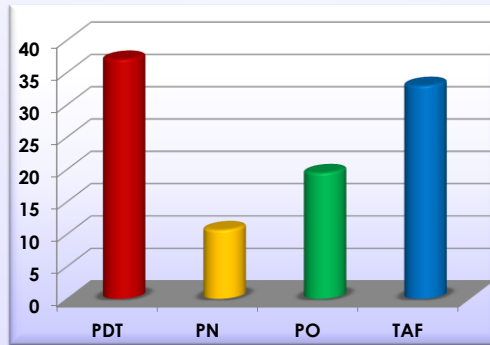
PIERRE AUDIFFREN
CONSULTANT

Les Bureaux
Municipaux
de Proximité

Démarches par Internet

52% d'avis favorables

37% tout à fait opposés à Internet



Pistes d'amélioration

DÉLAIS ET GESTION DE L'ATTENTE

- Réduire l'impression d'attente par des **écrans vidéos**
- **Renforcer les équipes** dans certains bureaux
- **Gestionnaires de files d'attente** « modernes »
- **Pré-accueil** dans les bureaux volontaires

RENDEZ-VOUS ET DÉMARCHES PAR INTERNET

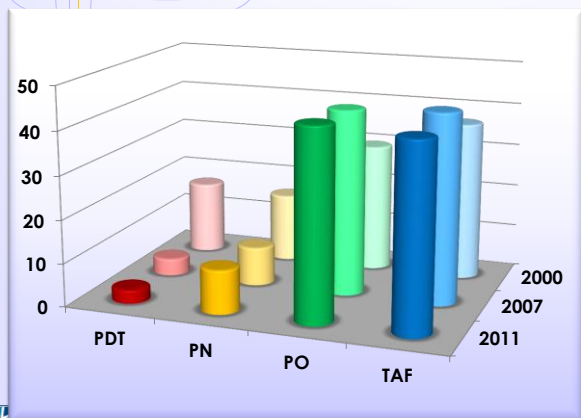
- **Prise de rendez-vous** via **Internet** ou au **BMdP**
- Communiquer sur les **horaires d'Allô Mairie**, notamment les « période creuses »
- Améliorer les **misés à jour** des renseignements fournis par **Marseille.fr**

Faciliter la **navigation** et la **recherche** sur **Marseille.fr**



Confort et agrément des locaux

87% locaux agréables et confortables



SATISFACTION

75%

76% en 2007

62% en 2000



Pistes d'amélioration

CONFORT ET AGRÉMENT DES LOCAUX

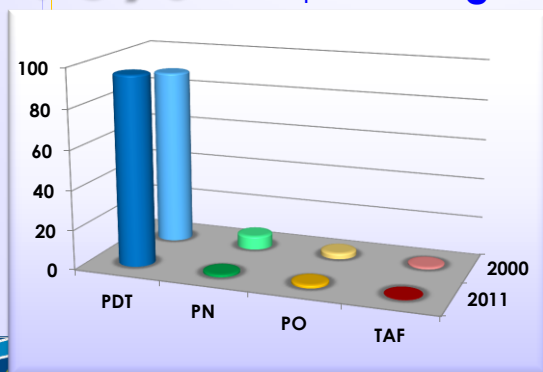
- **Rafraîchir les bureaux** les plus anciens : peinture, mobilier, équipements, ...
- Mettre à disposition des agents des **fournitures** et du **petit matériel adapté** : bannettes, corbeilles...
- Soigner le **nettoyage** et la **propreté** des bureaux : produits adaptés, fréquence des nettoyages...
- **Réduire les délais** d'intervention pour les **petits travaux**
- **Nettoyer façades** et **abords** de certains bureaux et mobiliser les services concernés



Agressivité

91% n'ont pas du tout ressenti d'agressivité au sein des locaux

96% n'en ont pas du tout ressenti de la part des agents



SATISFACTION
98%

95% en 2000



Pistes d'amélioration

AGRESSIVITÉ

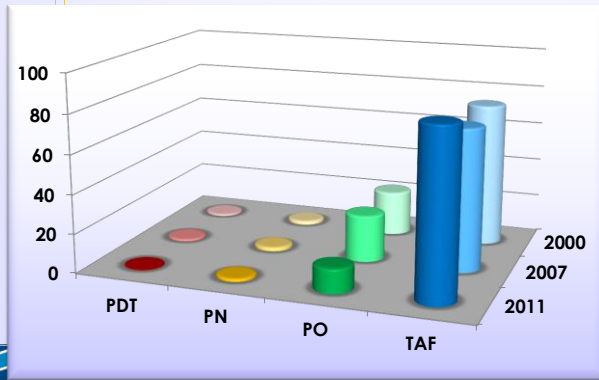
- Établir des diagnostics précis par les enquêtes ciblées
- Poursuivre le travail d'accompagnement et les apports méthodologiques de **M. Pasqualini**
- Poursuivre et renforcer le travail de l'**Atelier Agressivité**, notamment la prévention et la dimension relationnelle
- Renforcer l'**implication** des **chefs de bureau** dans la **prévention** et la **gestion** de **situations conflictuelles**
- Plus largement, renforcer les **compétences managériales** des **chefs de bureaux** par les **formations** de type **Animation d'une petite équipe**



Écoute et courtoisie

98% des **usagers** ont été reçu de façon **agréable et polie**

98% des **agents** ont pris le temps de **bien les écouter**



SATISFACTION

95%

90% en 2000

90% en 2007

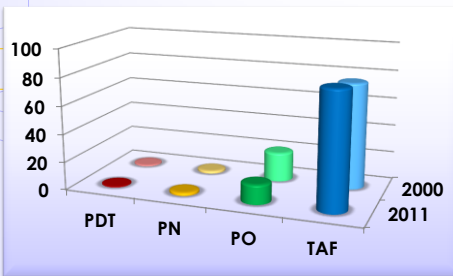


Renseignements et documents

Renseignements **clairs et précis**

SATISFACTION

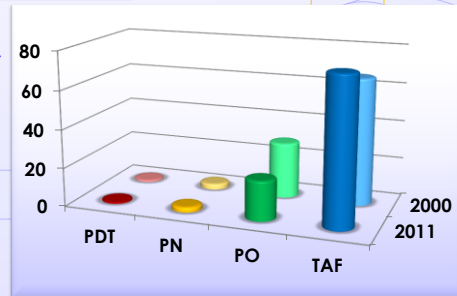
93%



Documents lisibles, **clairs et soignés**

SATISFACTION

91%



Pistes d'amélioration

QUALITÉ DES AGENTS ET DE LEUR TRAVAIL

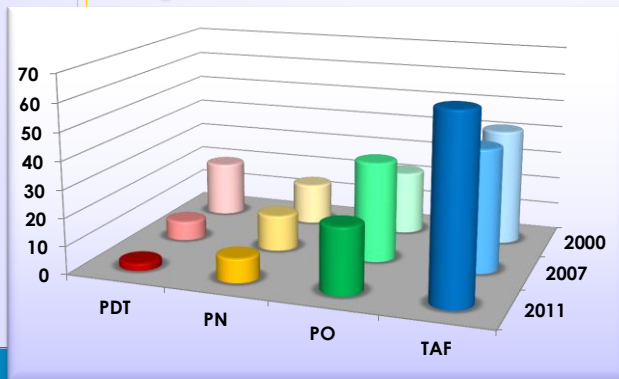
- Mettre en œuvre des **formations ciblées**, adaptées aux **problématiques spécifiques de terrain** pour les **nouveaux** ou les **agents** le souhaitant
- Continuer les **formations métiers** pour maintenir la **polyvalence** et les **maîtrise technique** des agents
- **Renforcer les équipes** pour maintenir des attentes courtes et **favoriser la qualité** des entretiens
- Améliorer la **qualité** du **mobilier** et des **équipements**



Discrétion

89% des **usagers** ont pu s'exprimer **en toute discrétion**

11% considèrent qu'il y a un **manque de discrétion** dans les BMdP



SATISFACTION

84%

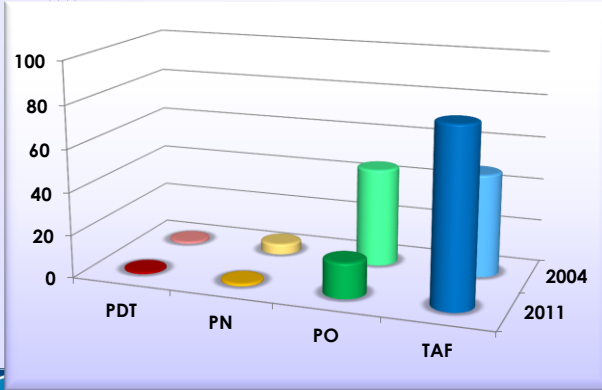
72% en 2007

62% en 2000



Réponse à la demande

98% des usagers obtiennent une **réponse à leur demande**

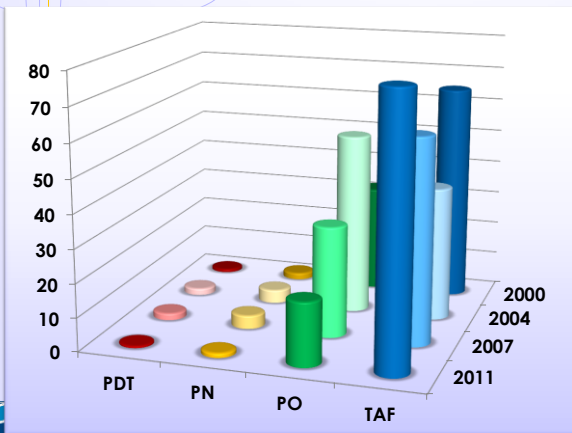


SATISFACTION
93%
80% en 2004



Qualité de service

98% des usagers trouvent une **réponse à leur demande**



SATISFACTION
92%
84% en 2007
77% en 2004
87% en 2000



Pistes d'amélioration

QUALITÉ DES AGENTS ET DE LEUR TRAVAIL

- Améliorer la **discrétion** par des **guides files**, **barrières** ou **paravents** fixés au sol
- Remettre en service les **tickets d'appel** ou installer les **gestionnaires de files d'attente**
- **Associer les agents** dès la phase de **conception** pour la **rénovation** ou la **création** de bureaux
- Continuer le travail de l'**Atelier Méthodologie**
- Continuer la **formation** et l'**accompagnement** des nouveaux
- Veiller à la **mise à jour** des renseignements sur **Marseille.fr** et les **diffuser** sur les futurs **écrans vidéos**



Marseille Provence 2013

54% des usagers pensent que les **BMdP sont concernés**

Pour les usagers cette implication concerne :

- **Information et promotion** : affichage, publicité, documentation sur les manifestations ou les lieux culturels
- **Animations de proximité** dans les quartiers
- **Spectacles, concerts, théâtres, animations**
- **Expositions** : peintres, sculpteurs, photographes, artistes régionaux
- **Conférences, rencontres, ateliers**
- **Organiser la participation des usagers**



Pistes d'amélioration

MARSEILLE PROVENCE 2013

- Diffuser des **informations** et assurer la **promotion** du projet : **affichage, plaquettes, vidéos...**
- Installer des **boîtes à idées** pour les **usagers**
- Utiliser les **écrans vidéos** pour diffuser des informations sur les futures manifestations, notamment dans les quartiers...

