



2_X-2137

Plan STRATÉGIQUE

SOCIÉTÉ DE L'ASSURANCE AUTOMOBILE DU QUÉBEC

2016

2020

Québec 

On peut obtenir des exemplaires du présent document
en écrivant à l'adresse suivante :

Direction des communications
Société de l'assurance automobile du Québec
Case postale 19600, succ. Terminus
333, boul. Jean-Lesage, O-M-51
Québec (Québec) G1K 8J6

Internet : saaq.gouv.qc.ca

Édité par la Direction des communications
Société de l'assurance automobile du Québec

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec,
2^e trimestre 2016

ISBN 978-2-550-75766-5 (version imprimée)
ISBN 978-2-550-75767-2 (version PDF)

© Société de l'assurance automobile du Québec, 2016

TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DU MINISTRE DES TRANSPORTS, DE LA MOBILITÉ DURABLE ET DE L'ÉLECTRIFICATION DES TRANSPORTS	5
MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION.....	6
MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION	7
DES ASSISES SOLIDES: LES RÉSULTATS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES.....	8
UNE RÉFLEXION GUIDÉE PAR LA MISSION ET LES VALEURS.....	9
UN CONTEXTE D'AFFAIRES EN CONSTANTE ÉVOLUTION.....	10
POURSUIVRE L'ENGAGEMENT SUR LA ROUTE DE LA PERFORMANCE	11
ENJEU 1 – LE BILAN ROUTIER	13
ENJEU 2 – L'EXPÉRIENCE CLIENT.....	16
ENJEU 3 – NOTRE TRANSFORMATION	17
RÉSULTATS ATTENDUS.....	19
PLAN STRATÉGIQUE 2016-2020.....	20



MESSAGE DU MINISTRE DES TRANSPORTS, DE LA MOBILITÉ DURABLE ET DE L'ÉLECTRIFICATION DES TRANSPORTS

À titre de ministre des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports, je suis heureux de présenter le Plan stratégique 2016-2020 de la Société de l'assurance automobile du Québec.

La Société entreprendra les cinq prochaines années en plaçant au premier plan la sécurité routière et les services qu'elle offre aux usagers de la route.

La prévention des accidents demeure un enjeu incontournable, car les gains seront encore plus difficiles à obtenir en matière d'amélioration du bilan routier considérant les progrès importants des dernières années.

La Société se doit de répondre aux attentes de ses clients. C'est en faisant progresser son offre de services, tant en qualité qu'en efficience, qu'elle sera en mesure

de maintenir un haut degré de satisfaction de sa clientèle.

Le Plan stratégique 2016-2020 de la Société contient tous les éléments pour lui permettre de faire face aux défis des prochaines années. Je suis convaincu qu'elle mettra tout en œuvre pour continuer de remplir adéquatement sa mission : protéger tous les Québécois contre les risques liés à l'usage de la route.

Le ministre des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports,



Laurent Lessard

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Au nom du conseil d'administration de la Société de l'assurance automobile du Québec, j'ai le plaisir de présenter le Plan stratégique 2016-2020 de la Société.

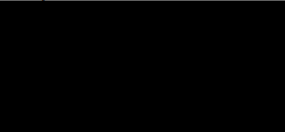
Les résultats obtenus au cours des cinq dernières années ont démontré sans l'ombre d'un doute que la Société est une organisation performante. C'est en s'appuyant sur ces résultats et sur les valeurs de la Société que sont l'engagement, la rigueur, la cohérence et le respect que le Plan stratégique 2016-2020 a été élaboré.

Ce plan permettra à la Société de relever les défis qui nous attendent au cours des prochaines années. En effet, elle devra poursuivre ses efforts pour améliorer le bilan routier en tenant compte d'une réalité routière en constante évolution et des changements démographiques importants que connaît le Québec. Elle devra également être attentive à l'évolution des besoins de sa clientèle afin de s'assurer de toujours lui offrir un service de qualité et à moindre coût.

Pour une organisation aussi dynamique que la Société de l'assurance automobile du Québec, qui a la chance de compter sur des employés compétents et engagés, ce plan est une occasion de plus de confirmer sa volonté de poursuivre sur la route de la performance en tant qu'assureur public.

Pour atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés, la Société garde le cap sur l'essence de sa mission : protéger la personne contre les risques liés à l'usage de la route. Le conseil d'administration collaborera à la mise en œuvre du plan et veillera à ce que les actions mises en place permettent d'atteindre les objectifs.

La présidente du conseil d'administration,



Lorna Telfer

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION

En tant que présidente et chef de la direction de la Société de l'assurance automobile du Québec, j'ai l'honneur de présenter le Plan stratégique 2016-2020 de la Société.

Nous pouvons être fiers du chemin parcouru durant les cinq dernières années, qui ont été sans contredit marquées par la performance. Les résultats obtenus témoignent de la volonté de l'ensemble de l'organisation d'améliorer sans cesse les façons de faire au bénéfice des clients. Forts de ces résultats, nous pourrions relever les défis des prochaines années et réaliser notre ambition qui est de :

- nous rapprocher des meilleurs au monde en termes de bilan routier;
- convaincre les Québécois de l'impact de leur comportement sur les contributions d'assurance;
- transformer nos façons de faire pour moderniser nos produits et nos services à la satisfaction de la clientèle.

Et durant ces cinq prochaines années, la performance continuera d'être le moteur de notre organisation et l'inspiration de nos employés dans la réalisation de ce plan ambitieux et réaliste.

J'ai donc la ferme conviction que grâce à notre équipe et à l'apport de nos partenaires, nous réaliserons avec succès les objectifs de notre plan stratégique et concrétiserons notre vision d'être reconnus comme un assureur public performant et innovant.

La présidente et chef de la direction,



Nathalie Tremblay

DES ASSISES SOLIDES : LES RÉSULTATS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

- Un bilan routier amélioré :
 - réduction de 31 % des décès
 - réduction de 28 % des blessés graves
- Des clients plus satisfaits :
 - indice de satisfaction de la clientèle de 8,5/10, supérieur à celui observé pour les grandes banques et les compagnies d'assurance
 - baisse des plaintes de 45 %
- Une situation financière solide du régime d'assurance :
 - capitalisation à 122 %
 - annonce d'une baisse des contributions d'assurance de 1,2 milliard de dollars pour 2016-2018
- Une situation financière redressée pour les activités en permis de conduire et en immatriculation :
 - trois années consécutives de surplus
 - aucune augmentation de tarifs
- Des employés mobilisés :
 - niveau de mobilisation atteignant 81 %, supérieur à celui des meilleurs employeurs
- Une culture d'entreprise :
 - bien ancrée en éthique et en gestion de la performance

Les Québécois bénéficient des contributions d'assurance automobile les plus basses au Canada.



UNE RÉFLEXION GUIDÉE PAR LA MISSION ET LES VALEURS

C'est en s'appuyant sur sa performance des cinq dernières années que la Société de l'assurance automobile du Québec a amorcé sa réflexion qui a mené au Plan stratégique 2016-2020. Cette réflexion devait permettre de répondre à deux questions fondamentales :

- Comment inciter encore plus d'usagers de la route à adopter des comportements sécuritaires – qu'ils soient piétons, cyclistes, motocyclistes, automobilistes ou conducteurs de véhicules lourds – de façon à **poursuivre l'amélioration du bilan routier**?
- Comment répondre aux attentes de la clientèle – que ce soit pour le permis de conduire, l'immatriculation des véhicules, les réclamations d'assurance, ou encore s'il s'agit de conducteurs ou de propriétaires et exploitants de véhicules de transport de personnes ou de biens – de façon à offrir des services de qualité à moindre coût, afin de **maintenir un haut niveau de satisfaction**?

Cette réflexion se devait d'être menée en gardant toujours à l'esprit la raison d'être de la Société ainsi que les valeurs qui la guident et lui ont permis de se rendre là où elle est aujourd'hui.

► Sa mission

À titre d'assureur public, protéger la personne contre les risques liés à l'usage de la route.

À cette fin, la Société :

- mène des actions de promotion de la sécurité routière et de prévention;
- fixe les contributions d'assurance et gère le patrimoine fiduciaire;
- gère l'accès sécuritaire au réseau routier;
- surveille et contrôle le transport routier des personnes et des biens;
- indemnise les personnes accidentées de la route et facilite leur réadaptation.

Elle exécute également tous les autres mandats qui lui sont confiés, dont le principal est la perception, pour le gouvernement, des droits d'accès au réseau routier.

► Ses valeurs

- Engagement
- Rigueur
- Cohérence
- Respect

UN CONTEXTE D'AFFAIRES EN CONSTANTE ÉVOLUTION

Comme toute organisation qui souhaite poursuivre sa progression sur la route de la performance, la Société doit tenir compte de son contexte d'affaires, qui évolue à un rythme de plus en plus rapide.

On peut facilement s'attendre que les cinq prochaines années seront marquées par :

- une réalité qui se transforme sur les routes;
- l'évolution rapide des attentes de la clientèle.

► Une réalité qui se transforme sur les routes

L'évolution démographique au Québec

D'ici les cinq prochaines années, la population du Québec devrait passer de 8,2 millions à 8,7 millions de personnes. Le nombre de conducteurs et de véhicules continuera donc d'augmenter sur le réseau routier. Les usagers de la route seront non seulement plus nombreux, mais leurs façons de se déplacer se diversifieront de plus en plus, qu'ils soient piétons, cyclistes, motocyclistes, automobilistes ou utilisateurs du transport collectif.

Le défi du partage de la route ne fera que s'accroître !

Le vieillissement de la population représentera aussi un défi. On pourrait penser que celui-ci pourrait avoir une incidence sur le bilan routier. Les faits révèlent toutefois que ce n'est pas l'âge, mais bien l'état de santé d'un conducteur qui représente un risque pour la conduite. La Société aura le défi de bien gérer les risques liés à la santé des conducteurs dans un contexte où l'évolution de la démographie mettra une pression supplémentaire sur le réseau de la santé.

Les innovations technologiques

Les véhicules présentent de nombreuses innovations technologiques qui les rendent de plus en plus sécuritaires, mais qui sont parfois susceptibles d'augmenter les sources de distraction. On n'a qu'à penser aux pare-brise électroniques, sans compter tous les nouveaux produits qui verront le jour au cours des cinq prochaines années.

De plus, l'arrivée des véhicules autonomes est imminente. La Société devra suivre de près ce nouveau phénomène et se demander notamment comment former les conducteurs en fonction de la présence de tels véhicules.

Bien d'autres questions surgiront certainement au-delà de 2020, si on en vient à ne plus avoir de conducteur dans les véhicules.

► La prestation de services se transforme : les attentes de la clientèle évoluent rapidement

Comment la Société peut-elle mieux répondre à ses clients dans un environnement où se développent les services en ligne, entre autres par l'offre d'applications pour les appareils mobiles ? Comment peut-elle mieux se positionner, lorsque la façon d'entrer en contact avec les organisations consiste de plus en plus à passer par les médias sociaux ?

La Société ne pourrait relever les défis des cinq prochaines années sans tenir compte des attentes de sa clientèle, que ce soit au moment de délivrer un permis de conduire ou de renouveler une immatriculation, de contrôler l'industrie du transport des personnes et des biens ou d'indemniser un accidenté de la route.

Ses clients lui demandent :

- plus de services en ligne;
- une diminution des délais dans la prestation de services;
- de l'information de qualité et des services plus accessibles (simples à obtenir, n'importe où, en tout temps).

Au terme de la réflexion, le constat est clair. Pour relever ces défis, il est incontournable pour la Société de faire preuve d'innovation et de s'interroger sur ses façons de faire, afin de maintenir le haut standard de performance qu'elle a atteint aujourd'hui.

POURUIVRE L'ENGAGEMENT SUR LA ROUTE DE LA PERFORMANCE

Le Plan stratégique 2016-2020 se veut à la fois exigeant et stimulant. Il propose à toute l'équipe et à ses partenaires un défi ambitieux et réaliste pour les cinq prochaines années. Il s'inscrit dans la continuité du Plan stratégique 2011-2015 et il prend en compte les principes de développement durable.

De plus, il projette la Société vers ce qu'elle souhaite être en 2020 :

► Sa vision

Reconnue comme un assureur public performant et innovant.

Son ambition

De façon durable et éthique :

- se rapprocher des meilleurs au monde en termes de bilan routier;
- convaincre les Québécois de l'incidence de leur comportement sur les contributions d'assurance;
- transformer ses façons de faire pour moderniser ses produits et ses services à la satisfaction de la clientèle.

La Société place sa clientèle au cœur de ses orientations stratégiques. C'est pour elle qu'elle concentrera ses efforts à faire des gains en ce qui a trait au bilan routier, gains de plus en plus difficiles à obtenir et que la prestation de services se modernisera, notamment par une amélioration des services en ligne. La clientèle profitera de processus bonifiés et de canaux de distribution optimisés. La Société vise ainsi à lui offrir un service de qualité au meilleur coût possible.

**LE PLAN STRATÉGIQUE 2016-2020
S'ARTICULE AUTOUR
DES DEUX PRÉOCCUPATIONS
FONDAMENTALES
QUI DÉFINISSENT
LA RAISON D'ÊTRE
DE LA SOCIÉTÉ :**

- **l'amélioration du bilan routier;**
- **la satisfaction de ses clients.**

► L'amélioration du bilan routier

Le bilan routier du Québec s'est amélioré de façon constante depuis 2005. La sensibilisation des conducteurs et propriétaires de véhicules, des lois plus sévères et mieux ciblées ainsi qu'un contrôle accru sur les routes, avec les partenaires de la Société, ont été les trois leviers qui ont permis de réduire le nombre d'accidents, de décès et de blessés.

En 2015, on a enregistré une légère détérioration du bilan routier. Cela rappelle qu'en matière de sécurité routière, on ne peut rien tenir pour acquis.

Toutefois, c'est également en 2015 que l'on a confirmé aux titulaires de permis de conduire et aux propriétaires de véhicules que leurs comportements sécuritaires étaient payants, puisque la Société a annoncé une diminution de leurs contributions d'assurance pour 2016-2018. Ce faisant, un quatrième levier s'ajoutait pour inciter les usagers de la route à adopter des comportements plus sécuritaires.

ENJEU I – LE BILAN ROUTIER

La sécurité routière demeure toujours une priorité pour les Québécois. Un sondage a montré que pour eux, il s'agit du deuxième enjeu de société en importance, après les dépendances et la toxicomanie.

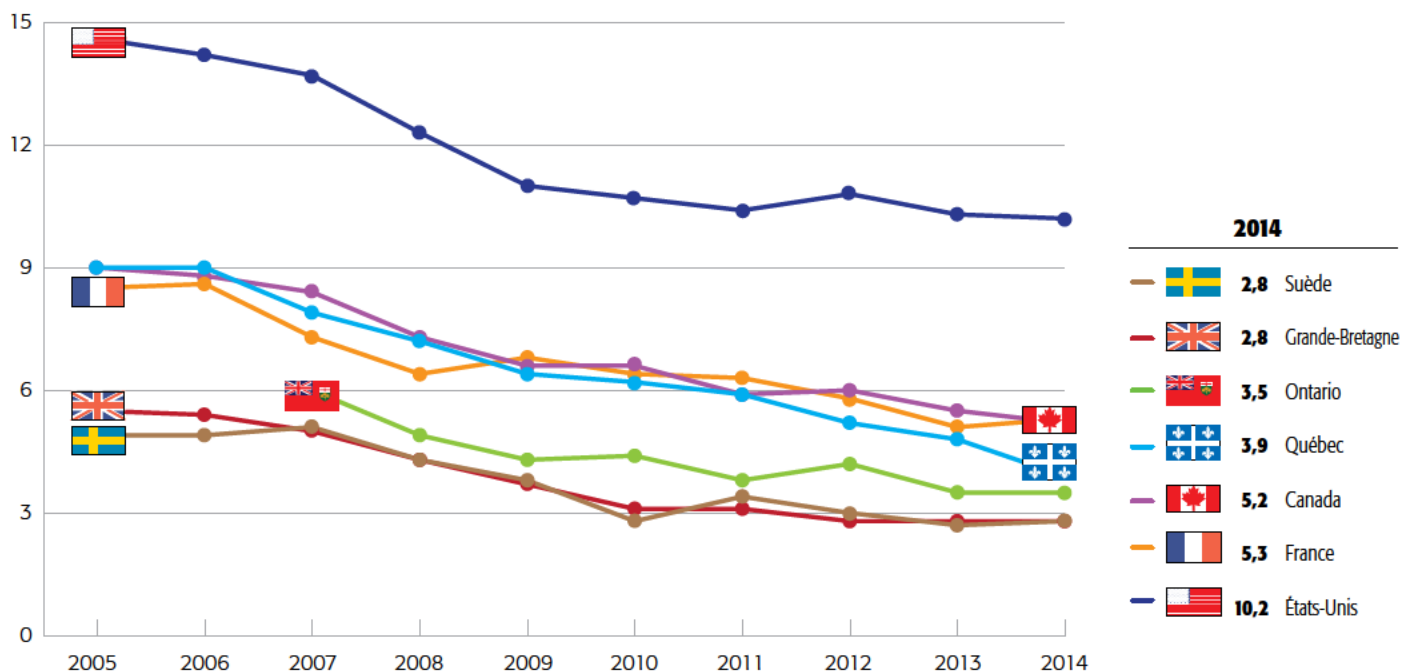
Bien qu'elles soient de plus en plus difficiles à réaliser, des améliorations au bilan routier sont encore possibles.

Ainsi, avec leur taux respectif de décès par 100 000 habitants, la Suède, la Grande-Bretagne et l'Ontario ont enregistré, en 2014, une performance supérieure à celle du Québec.

C'est en bonifiant les stratégies par des interventions ciblées au moment opportun, en démontrant le lien entre les comportements et la contribution d'assurance et en raffinant les contrôles pour dépister les conducteurs et les transporteurs à risque, qu'il sera possible de continuer de se rapprocher des meilleurs au monde en matière de sécurité routière.

L'importance des véhicules lourds dans les accidents mérite par ailleurs d'être considérée. En effet, ils comptent pour moins de 4 % des véhicules immatriculés, mais ils sont impliqués dans 8 % des accidents causant des préjudices corporels.

► Évolution du taux de décès par 100 000 habitants



► Enjeu 1 : Le bilan routier

Orientation¹ 1.1 : Améliorer les comportements sécuritaires des usagers de la route

Objectif 1.1.1 Bonifier nos stratégies par des interventions ciblées et adaptées au moment opportun

Indicateurs	Valeurs de départ	Cibles 2020
Moyenne triennale du nombre de décès par 100 000 habitants	4,4	3,5
Moyenne triennale du nombre de blessés graves par 100 000 habitants	19,8	16,3

Objectif 1.1.2 Démontrer le lien entre les comportements et la contribution d'assurance

Indicateur	Valeur de départ	Cible 2020
Pourcentage des Québécois qui reconnaissent le lien entre le comportement des usagers de la route et le coût de la contribution d'assurance	68 %	80 %

Orientation¹ 1.2 : Adapter nos contrôles à l'évolution de la réalité routière

Objectif 1.2.1 Raffiner le dépistage des conducteurs à risque

Indicateur	Valeur de départ	Cible 2020
Taux d'efficacité du dépistage	52 %	55 %

Objectif 1.2.2 Améliorer la conformité du transport des biens

Indicateur	Valeur de départ	Cible 2020
Taux de conformité du transport des biens	64 %	69 %

¹ Les orientations et les axes d'intervention sont identiques. Pour cette raison, ceux-ci ne sont pas présentés.

► La satisfaction de la clientèle

Au fil des ans, le service à la clientèle a toujours été au cœur des priorités de la Société. Que l'on parle de services aux conducteurs, aux propriétaires de véhicules, aux accidentés de la route, ou encore aux transporteurs de personnes et de biens devant respecter les lois et règlements dont les contrôleurs routiers assurent l'application, la Société a su atteindre un niveau de satisfaction se situant parmi les plus élevés chez les entreprises comparables.

Toutefois, bien que son offre de services soit unique, elle ne tient pas cette satisfaction pour acquise. Il est ainsi primordial, durant les cinq prochaines années, de continuer d'offrir des services de qualité au meilleur coût possible.

Le défi est de taille, les efforts devant permettre d'atteindre un double objectif. D'une part, il faut se préoccuper de la satisfaction de la personne qui reçoit les services au quotidien, en faisant évoluer la prestation de services pour répondre toujours mieux à des attentes qui évoluent. D'autre part, il faut transformer les processus et les façons de faire de la Société et optimiser ses canaux de distribution pour accroître son efficience, afin de donner les services au meilleur coût. Maintenir la satisfaction de la clientèle alors que les services évoluent et qu'ils sont offerts différemment sera, en soi, un accomplissement.

Le défi est d'autant plus grand que pendant que les employés verront leur travail changer, qu'ils devront acquérir de nouvelles compétences et apprendre à utiliser de nouveaux outils de travail, ils devront tout de même continuer d'offrir des services de qualité à la satisfaction des clients. Ils devront ainsi, dans ce contexte de transformation, demeurer mobilisés et estimer qu'ils ont toujours les compétences nécessaires pour réaliser leur travail.



ENJEU 2 – L'EXPÉRIENCE CLIENT

Dans une réalité où il est facile d'obtenir des services, peu importe où l'on se trouve et presque sans délai, le niveau d'exigence va en augmentant, et ce, pour tous les clients de la Société, qu'ils soient propriétaires d'un véhicule, conducteurs ou accidentés de la route.

Et ces attentes sont claires :

- des services accessibles, fiables et sécuritaires;
- des renseignements exacts, complets et clairs;
- du personnel courtois et équitable.

La Société accordera une attention particulière à sa prestation de services, pour qu'elle corresponde aux attentes de ses clients.

Augmenter l'utilisation des services électroniques en permis et en immatriculation : une priorité.

Le plus gros volume d'activités de la Société est généré par les 22,8 millions de transactions de ses services en permis de conduire et en immatriculation. Bien qu'il soit maintenant possible de faire un paiement pour renouveler son permis de conduire ou son immatriculation dans 99 % des institutions financières québécoises, on constate que les services électroniques ne sont pas utilisés à leur plein potentiel. La clientèle demande plus, mais il est parfois difficile de l'amener à changer ses habitudes.

Il y a toutefois un potentiel d'accroissement quant à l'utilisation de ces services. Selon une étude récente, 22 % des internautes n'utilisant pas les services bancaires en ligne exprimaient leur intention de le faire au cours de l'année suivante, confirmant ainsi clairement l'intérêt pour les services électroniques. Une priorité sera donc accordée d'ici 2020 à favoriser et à promouvoir l'utilisation de la prestation électronique de services.

► Enjeu 2 : L'expérience client

Orientation² 2.1 : Bonifier l'expérience du client

Objectif 2.1.1 Faire évoluer notre prestation de services en fonction des attentes du client

Indicateur	Valeur de départ	Cible 2020
Indice de satisfaction de la clientèle	8,5/10	8,5/10

Objectif 2.1.2 Augmenter l'utilisation des services électroniques en permis et en immatriculation

Indicateur	Valeur de départ	Cible 2020
Taux d'utilisation de la prestation électronique de services en permis et en immatriculation	21 %	29 %

² Les orientations et les axes d'intervention sont identiques. Pour cette raison, ceux-ci ne sont pas présentés.

ENJEU 3 – NOTRE TRANSFORMATION

Nous croyons fermement qu'en transformant les processus et les façons de faire et en optimisant les canaux de distribution de services en permis de conduire et en immatriculation, il sera possible d'augmenter l'efficacité, pour un service de qualité au meilleur coût. Il est donc incontournable de poursuivre la modernisation des processus et des façons de faire amorcée dans les dernières années et qui s'accroîtra d'ici 2020.

Pour y arriver, la Société s'appuiera sur les meilleures pratiques qu'offrent les solutions technologiques disponibles sur le marché. Toutefois, ces investissements en technologies de l'information n'auront aucune incidence sur les tarifs³ de ses services.

De plus, afin d'optimiser ses canaux de distribution de services en permis de conduire et en immatriculation, elle s'associera à la volonté du gouvernement de faire de Services Québec la porte d'entrée des services gouvernementaux pour les citoyens et les entreprises sur tout le territoire du Québec.

À terme, les clients de la Société bénéficieront de meilleurs services au meilleur coût.

Pour relever ces défis, l'engagement et l'expertise de toute son équipe sont essentiels. Il est donc primordial que la Société assure une gestion du changement digne des meilleures pratiques.

Elle devra ainsi consacrer les efforts nécessaires pour maintenir le haut niveau de mobilisation de ses employés qu'elle connaît aujourd'hui et qui la positionne parmi les meilleurs employeurs.

Il est tout aussi fondamental qu'elle s'assure que ses employés qui verront leur emploi changer de façon importante pourront faire évoluer leur expertise en acquérant les nouvelles compétences requises pour réaliser leur travail.

Aucun effort ne devra être négligé à ce chapitre. C'est la clé du succès d'une transformation réussie.

³ La Politique de financement des services publics est prise en compte dans la tarification.

► Enjeu 3 : Notre transformation

Orientation⁴ 3.1 : Accroître notre efficience

Objectif 3.1.1 Moderniser les processus et les façons de faire

Indicateur	Cible 2020
Coût de l'administration de l'assurance automobile publique par Québécois	Valeur en 2020 avant la modernisation : 56,00 \$ Valeur cible 2020 : 54,00 \$

Objectif 3.1.2 Optimiser nos canaux de distribution de services en permis et en immatriculation

Indicateur	Cible 2020
Coût moyen par transaction en permis et en immatriculation	Valeur en 2020 avant l'optimisation : 6,50 \$ Valeur cible 2020 : 6,25 \$

Orientation⁴ 3.2 : Miser sur l'engagement et l'expertise

Objectif 3.2.1 Maintenir nos équipes mobilisées

Indicateur	Valeur de départ	Cible 2020
Taux de mobilisation du personnel	81 %	81 %

Objectif 3.2.2 Se doter d'une expertise adaptée aux besoins

Indicateur	Valeur de départ	Cible 2020
Pourcentage des employés qui considèrent avoir l'expertise pour réaliser leur travail	71 %	75 %

⁴ Les orientations et les axes d'intervention sont identiques. Pour cette raison, ceux-ci ne sont pas présentés.

RÉSULTATS ATTENDUS

EN 2020, LA SOCIÉTÉ SERA RECONNUE COMME
UN ASSUREUR PUBLIC PERFORMANT ET INNOVANT :

AVEC UN BILAN ROUTIER AMÉLIORÉ

3,5 décès
par 100 000 habitants

16,3 blessés graves
par 100 000 habitants

80 % des Québécois qui font le lien entre leur
comportement et le coût de la contribution d'assurance

55 % d'efficacité
pour le dépistage des conducteurs à risque

69 % de conformité
pour le transport de biens

AVEC LA SATISFACTION DE SA CLIENTÈLE QUI
S'APPUIERA SUR UNE EXPÉRIENCE CLIENT BONIFIÉE
ET UNE TRANSFORMATION RÉUSSIE

8,5/10 Satisfaction
des clients

29 % d'utilisation des services électroniques
en permis et en immatriculation

(\$) Services de qualité au moindre coût

GRÂCE À L'ENGAGEMENT ET À L'EXPERTISE DE SON ÉQUIPE

Mobilisation des équipes à **81 %**

75 % des employés qui considèrent avoir
l'expertise pour réaliser leur travail

PLAN STRATÉGIQUE 2016-2020

		Enjeux
Le bilan routier		L'expérience client
Orientations		
1.1 Améliorer les comportements sécuritaires des usagers de la route	1.2 Adapter nos contrôles à l'évolution de la réalité routière	2.1 Bonifier l'expérience du client
Objectifs		
1.1.1 Bonifier nos stratégies par des interventions ciblées et adaptées au moment opportun Moyenne triennale du nombre de décès par 100 000 habitants Valeur de départ: 4,4 Cible 2020: 3,5 Moyenne triennale du nombre de blessés graves par 100 000 habitants Valeur de départ: 19,8 Cible 2020: 16,3	1.2.1 Raffiner le dépistage des conducteurs à risque Taux d'efficacité du dépistage Valeur de départ: 52 % Cible 2020: 55 %	2.1.1 Faire évoluer notre prestation de services en fonction des attentes du client Indice de satisfaction de la clientèle Valeur de départ: 8,5/10 Cible 2020: 8,5/10
1.1.2 Démontrer le lien entre les comportements et la contribution d'assurance Pourcentage des Québécois qui reconnaissent le lien entre le comportement des usagers de la route et le coût de la contribution d'assurance Valeur de départ: 68 % Cible 2020: 80 %	1.2.2 Améliorer la conformité du transport des biens Taux de conformité du transport des biens Valeur de départ: 64 % Cible 2020: 69 %	2.1.2 Augmenter l'utilisation des services électroniques en permis et en immatriculation Taux d'utilisation de la prestation électronique de services en permis et en immatriculation Valeur de départ: 21 % Cible 2020: 29 %

Notre transformation	
3.1 Accroître notre efficience	3.2 Miser sur l'engagement et l'expertise
3.1.1 Moderniser les processus et les façons de faire Coût de l'administration de l'assurance automobile publique par Québécois Valeur en 2020 avant la modernisation : 56,00 \$ Valeur cible 2020 : 54,00 \$	3.2.1 Maintenir nos équipes mobilisées Taux de mobilisation du personnel Valeur de départ : 81 % Cible 2020 : 81 %
3.1.2 Optimiser nos canaux de distribution de services en permis et en immatriculation Coût moyen par transaction en permis et en immatriculation Valeur en 2020 avant l'optimisation : 6,50 \$ Valeur cible 2020 : 6,25 \$	3.2.2 Se doter d'une expertise adaptée aux besoins Pourcentage des employés qui considèrent avoir l'expertise pour réaliser leur travail Valeur de départ : 71 % Cible 2020 : 75 %





**Société de l'assurance
automobile**

Québec

