



# **Déclaration de services aux citoyens et aux citoyennes**

4 novembre 2003

<b>1.0</b>	<b>MISSION .....</b>	<b>4</b>
<b>2.0</b>	<b>CRÉNEAUX D'ACTIVITÉS .....</b>	<b>4</b>
<b>3.0</b>	<b>SERVICES OFFERTS .....</b>	<b>5</b>
<b>4.0</b>	<b>CONNAISSANCE DE LA CLIENTÈLE ET DE SES ATTENTES .....</b>	<b>6</b>
4.1	LA CLIENTÈLE .....	6
4.2	LA CONNAISSANCE DES ATTENTES DE LA CLIENTELE.....	6
4.3	L'INFORMATION À LA CLIENTÈLE.....	7
<b>5.0</b>	<b>ÉNONCÉ DES NORMES OU STANDARDS DE SERVICES AUXQUELS UN CLIENT PEUT S'ATTENDRE.....</b>	<b>8</b>
5.1	ACCÈS .....	8
5.2	ACCUEIL ET COMPORTEMENT DU PERSONNEL .....	9
5.3	DEMANDES DE SERVICES, PLAINTES ET COMMENTAIRES .....	9
5.4	RESPECT DE LA CONFIDENTIALITÉ DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS .....	9
5.5	ACCESSIBILITE A LA RÉGLEMENTATION .....	9
5.6	LES INDICATEURS DE PERFORMANCE POUR LES PARTENAIRES ET SOUS-TRAITANTS .....	10
<b>6.0</b>	<b>COORDONNÉES DU SERVICE A LA CLIENTELE ET DES SERVICES ADMINISTRATIFS....</b>	<b>10</b>
6.1	SERVICE A LA CLIENTELE .....	10
6.2	SERVICES ADMINISTRATIFS.....	10

# Agence métropolitaine de transport

## Déclaration de services aux citoyens

***L'Agence métropolitaine de transport (AMT) a pour mission d'améliorer l'efficacité des déplacements des personnes dans la région métropolitaine de Montréal, en favorisant l'utilisation des transports collectifs.***

***L'AMT voit donc à la planification, à la coordination, à l'intégration et à la promotion des services de transport collectif ainsi qu'à l'amélioration de l'efficacité des routes qui ont une envergure métropolitaine.***

### Résumé des engagements de l'AMT

Dans sa Déclaration de services aux citoyens, l'AMT s'engage à :

- Offrir ses différents services avec une constante de qualité, de rigueur et de sécurité.
- Être toujours à l'écoute des besoins et des attentes de la clientèle.
  - Moyens mis en œuvre :
    - Mise en place et suivi d'indicateurs de performance ;
    - Mise en place d'un programme systématique d'enquêtes, de sondages et de relevés ;
    - Réalisation d'études de marché.
- Fournir des outils d'information généraux et spécifiques portant sur les services offerts, ses objectifs et le degré d'atteinte des résultats.
- Fournir un accès facile à l'information par le biais du site internet et de documents écrits.
- Fournir un service à la clientèle accessible, efficace et courtois.
- Garantir le respect de la confidentialité des renseignements personnels.
- Gérer les plaintes avec célérité.
  - Garantir un retour d'appel dans les 48 heures pour une plainte formulée verbalement ;
  - Garantir une réponse dans un délai de 10 jours ouvrables pour une plainte formulée par écrit.
- Garantir une accessibilité à la réglementation.

***La direction et tout le personnel de l'Agence métropolitaine de transport souscrivent à ces engagements.***

*La forme masculine utilisée dans ce document désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle est utilisée dans le but d'alléger la présentation du texte et d'en faciliter la compréhension.*

**Pour rejoindre le Service à la clientèle et les Services administratifs  
de l'Agence métropolitaine de transport,  
voir les coordonnées détaillées en page 10.**

## Présentation

La Loi sur l'administration publique rend désormais obligatoire la publication d'une déclaration de services aux citoyens, le terme «citoyens» désignant autant la population que les entreprises.

La déclaration de services aux citoyens constitue un moyen privilégié pour améliorer les services et placer les citoyens au cœur des préoccupations de l'administration gouvernementale.

Le but premier d'une telle déclaration est de prendre des engagements quant au niveau et à la qualité des services, et d'améliorer ainsi les services publics et de promouvoir la qualité.

La présente déclaration a été entérinée par les membres du Conseil d'administration de l'AMT.

### 1.0 MISSION

L'Agence métropolitaine de transport (AMT) a pour mission d'améliorer l'efficacité des déplacements des personnes dans la région métropolitaine de Montréal, en favorisant l'utilisation des transports collectifs. L'AMT voit donc à la planification, à la coordination, à l'intégration et à la promotion des services de transport collectif (autobus, métro, taxi-bus, système léger sur rail (SLR), covoiturage, trains de banlieue et transport adapté) ainsi qu'à l'amélioration de l'efficacité des routes qui ont une envergure métropolitaine. Elle offre à ses partenaires et à ses clients sa collaboration, son expertise, ses services et sa disponibilité, selon une approche de faire-faire. L'AMT a été créée le 15 décembre 1995 par une loi de l'Assemblée nationale du Québec.

### 2.0 CRÉNEAUX D'ACTIVITÉS

Les créneaux d'activités de l'AMT sont multiples et complémentaires :

- l'AMT voit à la planification, à la coordination, à l'intégration et à la promotion des services de transport collectif ainsi qu'à l'amélioration de l'efficacité des routes qui ont une envergure métropolitaine ;
- l'AMT procède aux études de développement des nouveaux services de transport métropolitain tels que le SLR, le métro, les viabus, ainsi qu'à leur réalisation, lorsque les projets sont autorisés ;
- l'AMT développe, gère et finance les réseaux métropolitains des trains de banlieue et des dessertes par autobus, ainsi que les équipements d'envergure métropolitaine comme des stationnements incitatifs, des voies réservées et des terminus d'autobus ;

- l'AMT assiste les entreprises dans l'implantation des programmes-employeurs après en avoir développé les concepts et les outils ;
- l'AMT pilote l'intégration tarifaire et les politiques tarifaires ;
- l'AMT émet les titres de transport métropolitain, en fixe les tarifs et en répartit les revenus entre les transporteurs ;
- l'AMT planifie et coordonne l'intégration des services de transport adapté qui sont offerts sur son territoire par différents organismes ;
- l'AMT apporte un soutien financier aux organismes locaux de transport qui offrent des services sur le réseau métropolitain ;
- l'AMT gère les ressources humaines, matérielles et financières, d'exploitation et d'immobilisations, selon une approche de faire-faire et de partenariat.

### 3.0 SERVICES OFFERTS

Compte-tenu de sa mission métropolitaine et des clientèles très diversifiées qu'elle sert, l'AMT offre une gamme variée de services dans son champs d'intervention :

- des services d'expertise, d'information et de données sur les déplacements des personnes et les systèmes de transport dans la région métropolitaine et dans les métropoles comparables ;
- des services d'études et de planification ;
- des services de support financier ;
- des services de promotion des transports collectifs ;
- des services de réalisation de projets ;
- des services de trains de banlieue ;
- des services d'autobus et d'équipements métropolitains ;
- des services d'animation et de sensibilisation aux changements des habitudes de transport.

## 4.0 CONNAISSANCE DE LA CLIENTÈLE ET DE SES ATTENTES

### 4.1 LA CLIENTÈLE

Les infrastructures et les équipements de transports collectifs sont utilisés quotidiennement par près de 750 000 clients usagers, desservis par les 17 organismes de la grande région de Montréal.

**La clientèle potentielle** est constituée des 3 400 000 citoyens de la région métropolitaine qui ont ou pourraient avoir accès aux transports collectifs.

**Les clientèles directes** de l'AMT sont :

- la clientèle de la TRAM ;
- la clientèle des trains ;
- la clientèle des autobus et des équipements métropolitains ;
- les covoitureurs et la clientèle des taxis.

L'AMT répond aussi aux besoins d'une **clientèle indirecte** que sont les entreprises et les employeurs, les établissements scolaires, de santé et autres qui comptent sur des systèmes performants de transport des biens et des personnes pour accomplir leurs activités. Elle cherche à tisser avec eux des liens privilégiés et les intègre à sa stratégie de mobilisation métropolitaine

Enfin, pour assurer des services efficaces aux clients externes, l'AMT a développé le concept des clients internes au service des clients externes.

**Les partenaires de l'AMT** sont :

- les 17 autorités organisatrices de transport (AOT), composées de 3 sociétés de transport (STM, STL et RTL), 10 conseils intermunicipaux de transport (CIT), 1 Conseil régional de transport (CRT) et 3 municipalités organisant seules leurs services de transport collectif ; 15 organismes de transport adapté (OTA) ;
- les transporteurs privés ;
- les 64 municipalités du territoire et les 12 MRC ;
- les ministères impliqués ;
- les organismes représentant les employés, les entreprises et les usagers.

### 4.2 LA CONNAISSANCE DES ATTENTES DE LA CLIENTELE

Afin de bien répondre aux attentes de ses clients, l'AMT doit connaître les caractéristiques, les besoins et le degré de satisfaction des personnes qui utilisent ses services.

Pour ce faire, l'AMT a mis en place divers moyens pour soutenir ses efforts de promotion, d'information, de planification, de financement et d'exploitation des services métropolitains.

### **Le « système d'information-transport » de l'AMT**

Le « système d'information-transport » permet notamment d'aider à évaluer le niveau d'atteinte des objectifs « transport » de l'AMT par la mise en place d'indicateurs de performances. Il joue un rôle crucial pour la planification car il contribue à orienter les actions de l'AMT et à clarifier les enjeux techniques des projets liés au développement du transport métropolitain. En outre, il permet de maintenir un portrait détaillé de l'achalandage, de la clientèle et de l'usage des transports collectifs de la région métropolitaine. Ce dernier volet est alimenté par un programme systématique d'enquêtes, de sondages et de relevés.

### **Études de marché et sondages périodiques**

Des études de marché auprès des clients actuels et potentiels, de tous les services métropolitains (trains, équipements métropolitains, autobus métropolitains, nouveaux projets) sont réalisées.

Des sondages périodiques, annuels ou bi-annuels selon les cas, sont effectués afin d'évaluer les services et la satisfaction de la clientèle et d'apporter les correctifs requis, ou de planifier de nouveaux services.

## **4.3 L'INFORMATION À LA CLIENTÈLE**

Compte-tenu de sa mission diversifiée et des clientèles multiples auxquelles elle doit répondre, l'AMT s'est dotée d'outils d'information généraux et spécifiques portant sur les services offerts, ses objectifs et le degré d'atteinte des résultats.

### **Le Centre d'information métropolitain sur le transport urbain (CIMTU)**

Le Centre d'information métropolitain sur le transport urbain (CIMTU) a pour objectifs de consolider et de bonifier les efforts d'information à la clientèle et d'observation du système de transport collectif à l'échelle métropolitaine, en collaboration avec les organismes de transport de la région métropolitaine. Le CIMTU permet donc de doter la région métropolitaine d'un patrimoine de données communes, et d'améliorer les mécanismes d'information-clientèle.

### **Le site internet : [www.amt.qc.ca](http://www.amt.qc.ca)**

Le site internet est un élément essentiel : il donne une information claire, complète et mise à jour régulièrement sur l'organisme. Ce site comprend :

- une information sur tout le réseau des transports collectifs de la grande région métropolitaine ;
- les détails concernant les services de train, de métro ou d'autobus, avec les horaires, les tarifs, les cartes ainsi que le moyen de rejoindre le service à la clientèle correspondant ;
- l'historique, la mission et les objectifs de l'AMT ;
- l'organigramme ainsi que le bottin des employés ;
- une information sur les projets à l'étude ;
- la présentation du budget et ses impacts, le plan stratégique, le rapport annuel ;
- une rubrique dédiée aux communications, donnant accès aux communiqués de presse, aux avis à la clientèle, à la présentation des campagnes de promotion de l'AMT, aux archives du Bulletin Info-AMT et à l'abonnement au service Info-Courriel

### **L'Info-AMT**

L'AMT diffuse cinq fois par année un bulletin d'information de huit pages, présentant l'état d'avancement des projets et les nouvelles sur des sujets divers, bulletin diffusé auprès d'un réseau de 1 000 partenaires et décideurs de la région métropolitaine.

### **Le rapport annuel**

Le rapport annuel, document présentant le bilan d'activités et le bilan financier, expose les résultats de l'année par rapport aux objectifs, à l'aide d'indicateurs de performance précis. Il est distribué au même réseau de 1 000 partenaires et décideurs.

### **Le budget annuel d'exploitation et d'immobilisations**

Document de planification d'activités et de financement, le budget annuel d'exploitation et d'immobilisations ainsi que le programme triennal d'immobilisations est véhiculé aux quelque 250 clients institutionnels directs de l'AMT.

### **Les actions de communication**

À chaque fois que la situation le requiert (dévoilement de projet, implantation d'un nouveau service, etc.), l'AMT organise des conférences de presse et diffuse des communiqués, dans le souci de garder le grand public le mieux informé possible.

Tous ces documents d'information générale sur les services offerts sont accompagnés de documents d'information plus particulièrement destinés aux clientèles directes de l'AMT.

### **Ces outils d'information renferment, entre autres, la façon d'avoir accès aux services, la réglementation tarifaire ou toute autre nouvelle pertinente :**

- pour les utilisateurs de la TRAM : avis dans les médias, avis à la clientèle ;
- pour les trains de banlieue : dépliants de service et d'horaire, avis réguliers aux passagers, communication vocale, babillards ;
- pour les autobus métropolitains : dépliants de service et d'horaire, avis réguliers aux passagers, babillards ;
- pour les équipements métropolitains : avis réguliers aux clients, babillards ;
- pour les programmes-employeurs : dépliants, vidéo, logiciels.

## **5.0 ÉNONCÉ DES NORMES OU STANDARDS DE SERVICES AUXQUELS UN CLIENT PEUT S'ATTENDRE**

### **5.1 ACCÈS**

Outre l'information complète disponible sur internet et dans les différents documents mis à la disposition du public, l'AMT gère un service à la clientèle chargé de répondre efficacement aux demandes de renseignements et de commentaires au sujet :

- des **trains de banlieue** ;
- des express **métropolitains** ;
- des **voies réservées** ;
- des **stationnements incitatifs** ;
- de l'**intégration tarifaire**.

Il est possible de communiquer avec le service à la clientèle :

- par **téléphone** ;
- par **télécopie** ;
- par **voie postale** ;
- par **courriel**.

De plus, chaque ressource humaine de l'AMT peut être rejoint par téléphone ou par courriel.

## 5.2 ACCUEIL ET COMPORTEMENT DU PERSONNEL

En plus du personnel consacré au service à la clientèle, formé spécifiquement pour offrir un accueil courtois, fiable, rapide et attentif, l'AMT a implanté des moyens d'améliorer le service à la clientèle. Tous les employés, qu'ils soient réguliers, contractuels ou consultants réguliers, ont été sensibilisés à l'approche-client.

## 5.3 DEMANDES DE SERVICES, PLAINTES ET COMMENTAIRES

Des normes ont été établies pour s'assurer, le plus possible, d'un service à la clientèle efficace.

### **Normes de délais de réponse à une demande :**

- **par voie postale ou courriel** : garantie d'une réponse dans les 10 jours ouvrables suivant la réception de la demande
- **par téléphone** : garantie d'un retour d'appel dans les 48 heures ouvrables suivant la réception de la demande

### **Normes de gestion des commentaires et plaintes**

L'AMT a mis en place un gestionnaire d'enregistrement des commentaires, permettant de répondre efficacement et dans les meilleurs délais à tous les commentaires du public.

Dès la réception d'une plainte écrite, le préposé au service à la clientèle de l'AMT analyse alors la plainte, effectue les recherches d'information adéquates et fait suivre avec diligence une réponse au client, lui assurant que, dans la mesure du possible, des corrections seront apportées à la situation incriminée.

Les mécanismes d'appel sont expliqués au cas où le client reste insatisfait.

## 5.4 RESPECT DE LA CONFIDENTIALITÉ DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Des engagements ont été pris pour garantir le respect de la confidentialité des renseignements personnels recueillis par le biais des appels téléphoniques, de la correspondance, du site internet ou tout autre véhicule.

## 5.5 ACCESSIBILITÉ À LA RÉGLEMENTATION

Les règlements sur les titres de transport et sur le comportement des usagers peuvent être consultés sur le site internet. Les autres règlements de l'AMT sont disponibles sur demande, en contactant le Service à la clientèle.

## 5.6 LES INDICATEURS DE PERFORMANCE POUR LES PARTENAIRES ET SOUS-TRAITANTS

Ayant à cœur la satisfaction de sa clientèle, l'AMT évalue chaque année les différents services qu'elle offre. Elle impose la même politique de satisfaction aux fournisseurs de services avec lesquels elle signe des contrats d'échange de service.

## 6.0 COORDONNÉES DU SERVICE A LA CLIENTELE ET DES SERVICES ADMINISTRATIFS

### 6.1 SERVICE A LA CLIENTELE

**Adresse :** Agence métropolitaine de transport (AMT)  
500, Place d'Armes - 25<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) H2Y 2W2

**Heures d'ouverture :** du lundi au vendredi, de 7 h à 20 h 30  
Samedi, dimanche et jours fériés : de 9 h à 12 h et de 13 h à 17 h

**Téléphone :** (514) 287-TRAM ou 1-888-702-TRAM

**Courriel :** tram@amt.qc.ca  
**Internet :** www.amt.qc.ca

### 6.2 SERVICES ADMINISTRATIFS

**Adresse :** Agence métropolitaine de transport (AMT)  
500, Place d'Armes - 25<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) H2Y 2W2

**Heures d'ouverture :** Du lundi au vendredi, de 8 h 30 à 12 h et de 13 h à 17 h  
Samedi, dimanche et jours fériés, fermé

**Téléphone :** (514) 287-2464

**Courriel :** tram@amt.qc.ca  
**Internet :** www.amt.qc.ca