



2024
2027

Plan stratégique

SOCIÉTÉ DE L'ASSURANCE
AUTOMOBILE DU QUÉBEC



Québec 

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2024

ISBN 978-2-550-89578-7 (version imprimée)

ISBN 978-2-550-89579-4 (version PDF)

© Société de l'assurance automobile du Québec



Table des matières

Message de la vice-première ministre et ministre	5
Message du président du conseil d'administration.....	6
Message du président-directeur général.....	7
Un plan stratégique qui s'appuie sur des assises solides	8
L'organisation en bref.....	9
Mission	9
Vision.....	9
Valeurs	9
La Société en quelques chiffres.....	10
Analyse de l'environnement	11
Contexte d'affaires	11
Contexte interne	16
Les priorités des quatre prochaines années	17
Choix stratégiques.....	18
Enjeu stratégique 1 – La sécurité routière	18
Enjeu stratégique 2 – L'expérience client	20
Enjeu stratégique 3 – L'expérience employé.....	22
Résultats attendus en 2027.....	25
Tableau synoptique du Plan stratégique 2024-2027 de la Société de l'assurance automobile du Québec	26



Message de la vice-première ministre et ministre



À titre de vice-première ministre et ministre des Transports et de la Mobilité durable du Québec, je suis heureuse de présenter le Plan stratégique 2024-2027 de la Société de l'assurance automobile du Québec. Celui-ci tient compte du nouveau contexte d'affaires de la Société et fait état de sa vision pour 2027.

Pour les quatre prochaines années, la Société établit comme priorités la sécurité routière, l'expérience client et l'expérience employé.

La sécurité sur les routes du Québec demeure un enjeu prioritaire et l'affaire de tous. La Société, par ses approches novatrices en matière de sécurité routière, continuera à jouer un rôle de premier plan dans la prévention des accidents, mais également pour susciter chez les Québécois un engagement à l'égard de l'amélioration du bilan routier.

Par ailleurs, au cours des prochaines années, la Société continuera à faire évoluer ses services en tenant compte des attentes de sa clientèle et de ses partenaires. Elle leur offrira un accompagnement adapté à leur réalité, notamment pour l'utilisation des services numériques.

Le Plan stratégique 2024-2027 permettra à la Société de remplir pleinement sa mission.

La vice-première ministre et ministre des Transports et de la Mobilité durable,

Geneviève Guilbault

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Geneviève Guilbault".

Message du président du conseil d'administration



Au nom du conseil d'administration de la Société de l'assurance automobile du Québec, je suis heureux de vous présenter le Plan stratégique 2024-2027 de la Société. Ce plan est le fruit d'une réflexion réalisée en équipe qui place la sécurité routière, l'expérience client et l'expérience employé au cœur des actions qu'entreprendra la Société au cours des prochaines années.

La Société se devra avant tout de rester vigilante, tant pour inciter les usagères et usagers de la route à adopter des comportements sécuritaires que pour offrir à sa clientèle et à ses partenaires des services répondant à leurs attentes. Et pour y arriver, la Société peut miser sur une équipe compétente et diversifiée. C'est pourquoi elle devra continuer de se démarquer comme employeur de choix, car ultimement, c'est l'expérience positive vécue par son personnel qui lui permettra d'atteindre ses objectifs.

Par sa gouvernance digne des meilleures pratiques, le conseil d'administration assurera le suivi rigoureux des objectifs fixés dans ce plan stratégique. Les membres du conseil et moi-même pouvons compter sur une équipe de direction engagée et des employées et employés mobilisés pour mener à bien sa réalisation d'ici 2027.

Le président du conseil d'administration,

Konrad Sioui

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Konrad Sioui".

Message du président- directeur général



J'ai le plaisir de vous présenter le Plan stratégique 2024-2027 de la Société de l'assurance automobile du Québec. À titre d'assureur public, notre organisation repose sur un modèle d'affaires unique et nous pouvons être fiers des résultats obtenus au cours des dernières années.

Ce plan stratégique est le résultat de réflexions visant l'élaboration de notre vision pour 2027 et au cours desquelles nous avons analysé rigoureusement notre contexte d'affaires en considérant tous les niveaux de l'organisation. Ensemble, nous avons établi les priorités de ce plan, lesquelles témoignent de notre volonté d'accroître la sécurité routière et d'améliorer l'expérience client et l'expérience employé. C'est d'ailleurs en nous appuyant sur notre virage numérique et notre régime d'assurance automobile, qui profitent à tous les Québécois et Québécoises, que nous comptons atteindre nos objectifs.

J'ai la ferme conviction qu'en 2027, grâce à la force de son équipe et à son sens de l'innovation, la Société sera reconnue comme un assureur public performant, près de sa clientèle et de ses partenaires, qui fait de la sécurité routière l'affaire de tous.

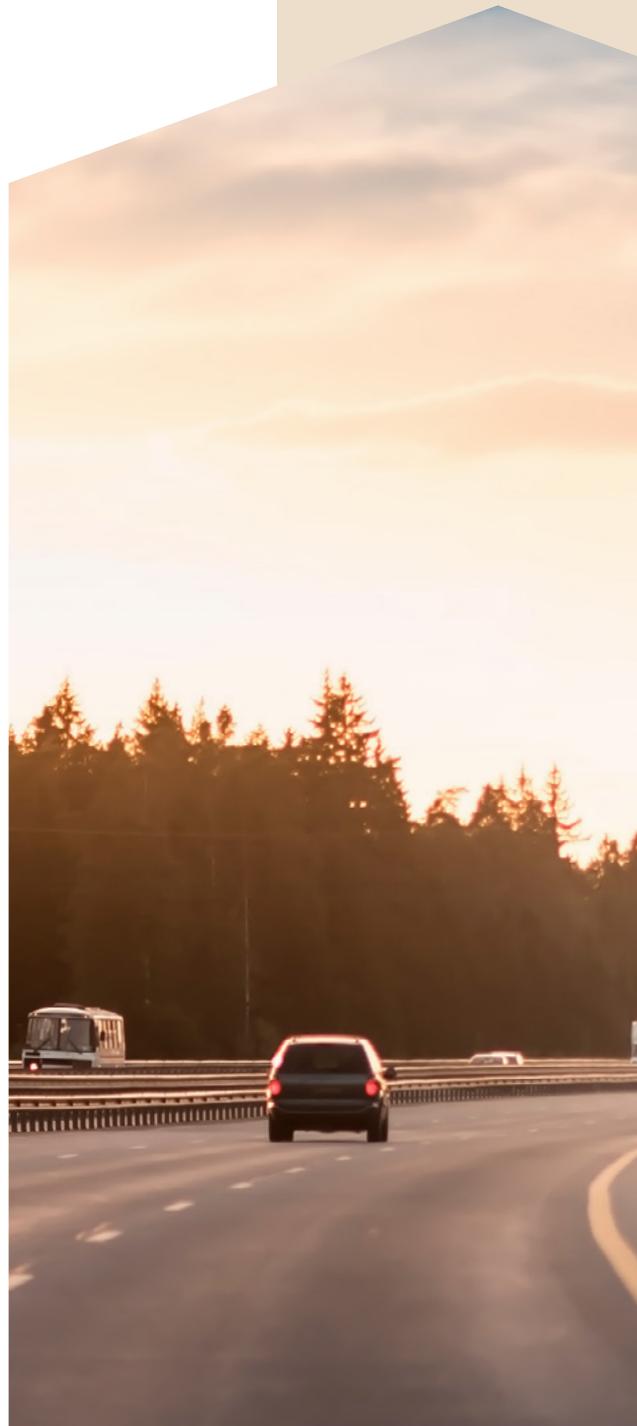
Le président-directeur général,

Éric Ducharme

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Eric Ducharme".

Un plan stratégique qui s'appuie sur des assises solides

- Un régime d'assurance automobile bénéfique pour tous les Québécois et Québécoises, qui fait ses preuves depuis plus de 45 ans et qui s'appuie sur un modèle d'affaires unique au monde, ce qui a permis :
 - une bonification de la couverture d'assurance de plus de 1 milliard de dollars au bénéfice des personnes accidentées;
 - des remises d'excédent de capital de 1,428 milliard de dollars et l'annonce d'une remise de 600 millions de dollars pour 2024;
 - le maintien des contributions d'assurance les plus basses au Canada.
- Une culture organisationnelle bien ancrée qui place la clientèle au cœur des actions de la Société et qui trouve sa source dans une équipe engagée : 94 % du personnel a à cœur de réaliser un travail de qualité.
- Une transformation numérique d'envergure qui a rendu possible :
 - la modernisation des systèmes, des processus numériques et des façons de faire, ce qui a ainsi renforcé la culture d'agilité et d'innovation;
 - la mise en service de SAAQclic et l'offre de nouveaux services en ligne au profit de la clientèle;
 - les interactions, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, avec plus de 22 000 partenaires tels que les corps policiers, les concessionnaires automobiles, les écoles de conduite, les mandataires en vérification mécanique, les autres administrations, les organismes judiciaires, etc.



L'organisation en bref

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;
- gère l'accès au réseau routier;
- surveille et contrôle le transport routier des personnes et des biens et contribue à la protection du réseau routier;
- indemnise les personnes accidentées de la route et facilite leur réadaptation;
- fixe les contributions d'assurance et gère le patrimoine fiduciaire.

VISION

Grâce à la force de son équipe et à son sens de l'innovation, la Société est un assureur public performant, près de sa clientèle et de ses partenaires, qui fait de la sécurité routière l'affaire de tous.

VALEURS



LA SOCIÉTÉ EN QUELQUES CHIFFRES¹

Bilan routier



Sensibilisation et promotion en matière de sécurité routière



Accès sécuritaire au réseau routier



Contrôle routier et sécurité des véhicules



Régime d'assurance



¹ Données de 2023, à moins d'indication contraire.

² Contributions financières offertes en soutien à la mission de la Société pour la réalisation d'activités de sécurité routière menées par des partenaires.

³ Données de 2022.

⁴ Données préliminaires de 2023.

⁵ Contributions d'assurance après remise. Les contributions d'assurance avant remise étaient de 1 191 millions de dollars.

⁶ Taux de financement avant remise. Le taux de financement après remise était de 61% au 31 décembre 2023.

⁷ Taux de capitalisation projeté.

⁸ Le nombre de réclamations traitées comprend les réclamations reçues en 2023.

Analyse de l'environnement

C'est notamment à l'issue de l'analyse de l'environnement d'affaires dans lequel l'organisation évolue que la Société a été en mesure de déterminer les choix stratégiques qui la guideront durant les quatre prochaines années.

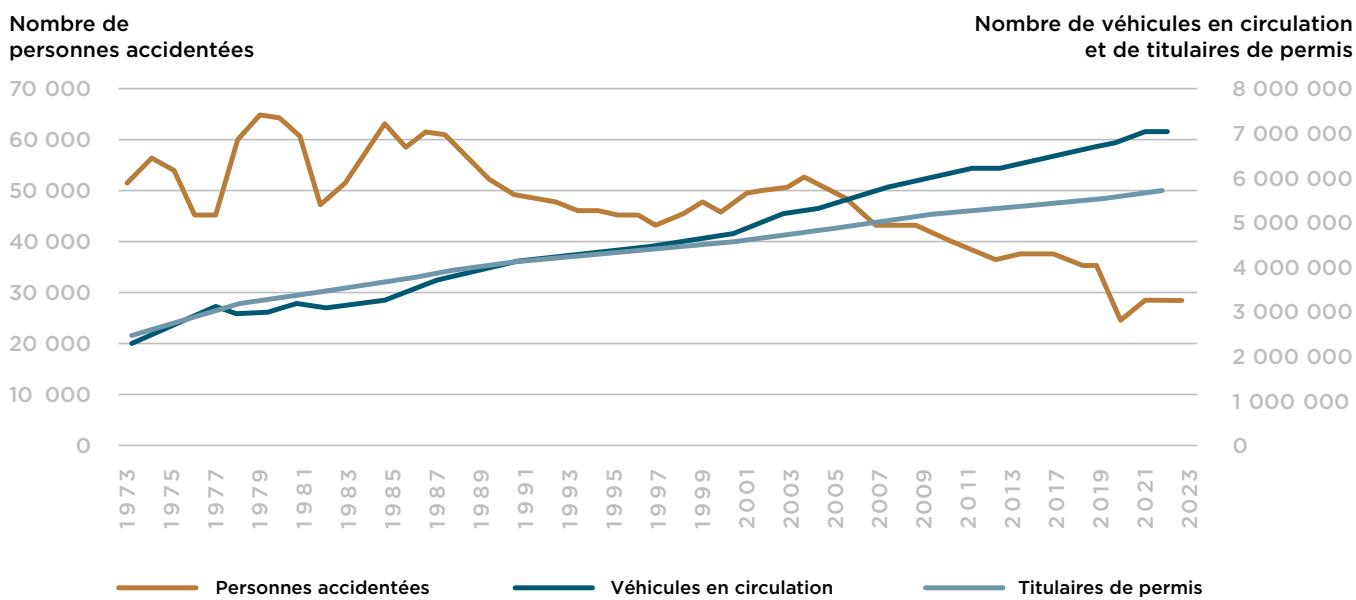
CONTEXTE D'AFFAIRES

La sécurité routière : une réalité en constante évolution

Une diminution du nombre de personnes accidentées, selon le bilan routier

Au cours des 20 dernières années, le bilan routier s'est grandement amélioré et une diminution importante du nombre de personnes accidentées a été constatée, malgré l'augmentation du nombre de véhicules et de nouveaux conducteurs et conductrices sur les routes. Sachant que des gains sont toujours réalisables, le gouvernement du Québec a établi dans sa Politique de mobilité durable une cible ambitieuse consistant à réduire de 25 % le nombre d'accidents mortels ou avec blessés graves, entre 2017 et 2030. La progression vers l'atteinte de cette cible se poursuit.

Nombre de personnes accidentées au Québec, de véhicules en circulation et de titulaires de permis de conduire, depuis 1973





La sécurité routière : l'affaire de tous !

Au fil des ans, de plus en plus d'acteurs se mobilisent en faveur de la sécurité routière. Mentionnons d'abord le gouvernement qui, par le dépôt du Plan d'action en sécurité routière 2023-2028, témoigne de son engagement et de son leadership en matière de sécurité routière. Ensuite, soulignons le grand nombre de partenaires du milieu, comme les municipalités, les corps policiers, les organismes ou organisations citoyennes, qui assurent de plus en plus la prise en charge de proximité de la sécurité routière. La diversité croissante des partenaires qui s'impliquent activement constitue un levier d'importance pour la Société, qui demeure la partenaire par excellence en matière de sécurité routière au Québec. Le défi qu'elle aura à relever au cours des prochaines années sera d'alimenter le mouvement engendré et de continuer d'être novatrice dans ses approches et ses partenariats pour faire en sorte que la sécurité routière devienne plus que jamais l'affaire de tous!

Le partage de la route : un défi bien présent

La diversité des modes de transport continue de poser de nouveaux défis et de complexifier la lecture de l'environnement routier. Si, d'une part, l'utilisation de modes de transport actif comme le vélo, la marche et la course à pied est grandissante, d'autre part, la présence de voitures, de véhicules de transport en commun et de véhicules de transport de biens est toujours importante sur nos routes. Il faut ajouter à ce portrait la présence sur un même réseau routier de nouveaux types de véhicules liés à la micromobilité. Dans ce contexte, la cohabitation sécuritaire entre les différents modes de transport et l'interaction entre divers types de véhicules s'avèrent une préoccupation d'importance.

Enfin, rappelons que la sécurité routière est aussi un enjeu en matière de santé publique et de développement durable, comme l'indique l'Organisation des Nations Unies, qui met en lumière le fait que les accidents de la route constituent une charge importante pour l'économie des pays à cause de leurs conséquences directes sur les services de santé et de rééducation ainsi que par leurs coûts directs. La Société contribue d'ailleurs à l'atteinte des objectifs de la Stratégie gouvernementale de développement durable 2023-2028. Par exemple, en matière de mobilité durable, la Société s'engage, par ses activités de recherche, de promotion de la sécurité routière et de prévention, à renforcer la sécurité des usagers et usagères des transports actifs et collectifs.

L'évolution des attentes de la clientèle et de la main-d'œuvre

L'équité, la diversité, l'inclusion

Qu'il soit question de la clientèle ou de la main-d'œuvre, les organisations doivent indéniablement répondre aujourd'hui à des besoins diversifiés liés à des réalités différentes. À cela s'ajoute l'accroissement de la diversité culturelle au sein de la population, une réalité avec laquelle les prestataires de services et le marché du travail doivent composer.

À ce sujet, l'étude *Citoyens en tête 2023* relève que les attentes de la clientèle sont grandissantes en matière de services publics. Parmi celles-ci, une plus grande personnalisation et des interactions plus fluides sont évoquées par les répondants et répondantes. L'étude a également mis en évidence des inégalités perçues par certains groupes de la population, relativement à l'accès aux services publics. En effet, des groupes tels que les personnes âgées, les personnes handicapées et les communautés rurales ont signalé des besoins bien réels en ce qui concerne l'accès aux services.

En matière de ressources humaines, les organisations doivent également tenir compte des différentes générations qui composent désormais leurs équipes. En ce qui a trait aux stratégies d'attraction des nouveaux talents, on estime que d'ici 2026, plus de 75 % de la nouvelle main-d'œuvre sera constituée de jeunes et de nouveaux immigrants et immigrantes⁹. Les principes d'équité, de diversité et d'inclusion seront des composantes incontournables de l'expérience offerte au personnel au cours des prochaines années.

En somme, la diversité tant générationnelle que culturelle est une richesse pour les organisations. La Société continuera donc à faire évoluer ses pratiques pour demeurer un employeur de choix ouvert et inclusif.



⁹ Estimations d'Emploi-Québec, *Stratégie nationale sur la main-d'œuvre 2018-2023*, p. 15.

Le numérique

Les avancées technologiques des dernières années et les multiples possibilités qui en découlent amènent la clientèle à se tourner davantage vers les plateformes numériques pour obtenir de l'information ou un service. Cette évolution rapide oblige donc les organisations à revoir leurs façons de faire pour s'assurer que les services offerts sont adaptés et accessibles. Elles doivent également veiller à offrir des services sécurisés à leur clientèle. À ce titre, des mesures de surveillance et de cyberprotection sont nécessaires et contribuent à préserver la confiance des Québécois et Québécoises.

En 2023, parmi les adultes québécois :

94 %

disposaient d'au moins un téléphone intelligent, un ordinateur, une tablette électronique ou une montre intelligente;

74 %

ont mentionné avoir réalisé au moins un achat en ligne.

Source : Académie de la transformation numérique, *Enquête NETendances, Le commerce électronique au Québec* (2023).

En 2022, parmi les adultes québécois :

79 %

utilisaient les réseaux sociaux;

75 %

ont utilisé Internet pour interagir avec le gouvernement du Québec;

76 %

ont trouvé que leurs interactions en ligne avec le gouvernement du Québec étaient simples;

69 %

se sont dits préoccupés par la protection des données et renseignements personnels qui les concernent et qui sont collectés, stockés et utilisés par différents acteurs sur Internet.

Source : Académie de la transformation numérique, *Enquête NETendances, Portrait numérique des générations* (2022).

La modernisation des services à laquelle procède la Société pour satisfaire les attentes de sa clientèle s'inscrit dans l'ambition de la Stratégie gouvernementale de cybersécurité et du numérique 2024-2028.



Le développement durable : un levier incontournable

Les préoccupations environnementales ainsi que celles liées à la responsabilité sociale des organisations influencent de plus en plus les attentes de la clientèle et du personnel. L'organisation durable et éthique se trouve dorénavant au cœur des valeurs des citoyennes et citoyens, notamment les plus jeunes, dont l'intégration en grand nombre dans le marché du travail se fera progressivement au cours des prochaines années. Les travailleuses et travailleurs actuels ou futurs s'attendent à ce que leurs employeurs prennent des mesures significatives pour promouvoir le développement durable.

Puisque sa mission en est une de développement durable et qu'elle a des effets importants, notamment sur le plan social et économique, la Société porte une attention particulière aux 16 principes de la *Loi sur le développement durable*. Reconnaissant l'importance des enjeux qu'ils soulèvent, la Société soutient notamment la culture éthique au sein de son organisation et tend à mieux définir sa contribution sociétale en s'inspirant des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).



CONTEXTE INTERNE

Un assureur public qui s'appuie sur un modèle d'affaires unique au monde

Le modèle de la Société est unique. En combinant la prévention, le contrôle de l'accès au réseau routier et du transport des personnes et des biens et l'indemnisation des personnes accidentées de la route, il permet à la population québécoise de bénéficier d'un régime d'assurance public plus que favorable.

Depuis plus de 45 ans, le régime d'assurance automobile du Québec fait ses preuves. La couverture d'assurance permet de compenser, par des indemnités, les pertes financières occasionnées par un accident. Des pertes non financières, comme la perte de qualité de vie consécutive à un accident, sont aussi compensées. Le régime prévoit en outre des mesures contribuant à la réadaptation d'une personne accidentée afin de faciliter la reprise de ses activités quotidiennes et son retour sur le marché du travail. La couverture d'assurance a été révisée et bonifiée en juillet 2022, notamment pour prévoir une indemnité de remplacement du revenu jusqu'au décès dans le cas de personnes rendues inaptes à l'emploi à la suite d'un accident de la route.

Le régime est :

simple : le seul critère pour obtenir une indemnité est que le lien entre les blessures corporelles et un accident de la route soit établi;

universel : tous les Québécois et Québécoises y sont admissibles, sans égard à la responsabilité, que l'accident ait lieu au Québec ou ailleurs dans le monde;

efficace : il permet de prendre rapidement en charge les personnes accidentées de la route et de les accompagner, au besoin, durant toute leur vie;

économique : les contributions (l'équivalent des primes dans les régimes privés) sont les moins élevées au Canada pour une couverture comparable.

Une organisation qui continue d'évoluer pour sa clientèle et ses partenaires

La Société a entrepris une importante transformation en 2023. Au cours des quatre prochaines années, elle continuera à faire évoluer ses services en tenant compte des attentes de ses clients et clientes, tout en leur offrant un accompagnement adapté à leur réalité. Puisque l'apport des partenaires est indispensable pour que la Société mène à bien sa mission, elle doit faire évoluer ses services en tenant également compte de leurs besoins. Cette synergie entre la Société et ses partenaires représente un levier majeur pour l'atteinte de leurs objectifs communs, dont la satisfaction de la clientèle.

Dans un contexte où la nature du travail et le rôle de certaines équipes sont appelés à évoluer au cours des prochaines années, la Société continuera de moduler ses diverses stratégies en portant une attention particulière au rythme d'adaptation de sa clientèle, de ses partenaires et de son personnel, et ce, toujours dans l'objectif de leur offrir une expérience des plus positives.





Les priorités des quatre prochaines années

Le Plan stratégique 2024-2027 s'inscrit dans la continuité des plans précédents et permet à la Société de se projeter sur un horizon de quatre ans. Sur la base du contexte dans lequel elle évolue et en fonction de la vision qu'elle a élaborée pour 2027, trois grandes questions ont guidé ses réflexions :

- Comment inciter tous les usagers et usagères de la route à s'engager dans l'amélioration du bilan routier?
- Comment pouvons-nous continuer à bien accompagner notre clientèle et nos partenaires dans notre processus de transformation et dans l'évolution de nos services?
- Comment pouvons-nous nous démarquer, comme employeur de choix, pour continuer à attirer les talents et ainsi préserver la force et la mobilisation de nos équipes?

C'est après avoir réfléchi à ces grandes questions que nous proposons ce plan stratégique réaliste et mobilisateur, qui place la clientèle, les partenaires et les équipes au cœur de nos priorités.

Choix stratégiques

ENJEU STRATÉGIQUE 1 – LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Orientation 1.1

Vous inciter à adopter des comportements responsables sur la route

La stabilité du bilan routier, l'augmentation constante du nombre d'usagers de la route et la multiplication des types de véhicules en circulation nous amènent à intensifier les efforts pour continuer de réaliser des gains au cours des prochaines années. Bien que l'ensemble des facteurs de risque doive être considéré dans la prévention des accidents, il sera essentiel d'inciter notre clientèle à adopter des comportements responsables sur la route. Pour ce faire, au cours des quatre prochaines années, la Société veillera à :

- concentrer davantage ses efforts pour agir sur les comportements à risque de ses clients et clientes;
- accroître la sécurité du transport routier, tant celui des personnes que celui des biens;
- susciter chez les Québécois et les Québécoises un engagement à l'égard de l'amélioration du bilan routier.

Objectif 1.1.1

Concentrer davantage nos efforts pour agir sur les comportements à risque de notre clientèle

Indicateur	Valeur de départ 2022	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
Nombre de décès par 100 000 habitants	4,5	4,2	4,1	4,0	3,9
Nombre de personnes blessées gravement par 100 000 habitants	14,7	14,0	13,6	13,2	12,8
Nombre de personnes blessées légèrement par 100 000 habitants	311,1	295,9	287,4	279,2	271,3

C'est en concentrant nos actions afin que nos clients et clientes adoptent des comportements responsables sur les routes que nous pourrons continuer, ensemble, d'éviter des drames humains. Des efforts particuliers seront déployés au cours des prochaines années pour influencer ces comportements, qui ont été entre autres définis dans la Stratégie de prévention en sécurité routière et pour lesquels des actions bien précises sont prévues. De plus, la Société réserve une somme additionnelle de 44 millions de dollars à la réalisation d'initiatives novatrices en matière de sécurité routière. Il s'agit d'un investissement majeur qui devrait permettre de nouveaux gains en ce qui a trait à l'amélioration du bilan routier.

Lors du suivi de ces trois indicateurs, la Société sera en mesure de faire preuve d'agilité en modifiant en temps réel ses stratégies afin d'agir sur les comportements à risque de sa clientèle au moment opportun.

Objectif 1.1.2

Accroître la sécurité du transport routier des personnes et des biens

Indicateur	Valeur de départ 2022	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
Nombre de personnes accidentées dans les collisions impliquant un véhicule lourd, par 100 000 habitants	35,4	32,4	31,5	30,6	29,8

La cohabitation sécuritaire de tous les usagers et usagères de la route avec les véhicules lourds demeure un important levier d'amélioration du bilan routier. En 2022, alors que les véhicules lourds ne représentaient qu'environ 4 % du parc de véhicules, ils ont été impliqués dans 24,2 % des collisions mortelles. Il est donc nécessaire de poursuivre les efforts afin d'améliorer la sécurité du transport routier des personnes et des biens. Les activités de sensibilisation, de prévention et de contrôle que réalisent chaque jour les contrôleuses et contrôleurs routiers auprès des propriétaires, exploitants, conducteurs et conductrices de véhicules lourds demeurent une priorité pour que des gains continuent d'être observés. Mais encore faut-il que tous les usagers et usagères de la route, notamment les piétons, piétonnes et cyclistes, qui sont plus vulnérables, soient conscientisés et sensibilisés au partage de la route avec les véhicules lourds. L'amélioration du bilan routier relativement aux véhicules lourds est donc l'affaire de tous et la Société continuera de marteler ce message au cours des prochaines années.

Objectif 1.1.3

Susciter chez les Québécois et les Québécoises un engagement à l'égard de l'amélioration du bilan routier

Indicateur	Valeur de départ 2023	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
Pourcentage des Québécois et Québécoises qui considèrent que leurs comportements ont une influence sur l'amélioration du bilan routier	71 %	72 %	73 %	74 %	75 %

Il est reconnu que bien que la sécurité routière soit multifactorielle, plus de 80 %¹⁰ des accidents mettent en cause le comportement humain. Dans ce contexte, l'engagement de la population québécoise représente incontestablement l'une des clés pour améliorer le bilan routier. Les Québécois et Québécoises font de multiples usages de la route, ceux-ci pouvant tour à tour circuler à pied, à vélo, à moto, en voiture ou encore au volant d'un véhicule lourd. Quel que soit le moment de la journée, quelle que soit la saison de l'année, ils doivent en tout temps garder à l'esprit que leur comportement a une influence sur la sécurité routière et, ultimement, sur le bilan routier. C'est donc en continuant de conscientiser chaque Québécois et Québécoise au fait que les comportements imprudents, même les plus anodins, sont souvent la cause d'accidents que nous pourrons améliorer le bilan routier.

¹⁰ Stratégie de prévention en sécurité routière 2021-2025, Société de l'assurance automobile du Québec, p. 19.

ENJEU STRATÉGIQUE 2 – L'EXPÉRIENCE CLIENT

Orientation 2.1

Vous offrir des services sécurisés, adaptés et accessibles

La clientèle et les partenaires de la Société sont au cœur de ses priorités et ils continueront de l'être tout au long de la réalisation du Plan stratégique 2024-2027. Que les clients et clientes soient conducteurs ou conductrices, propriétaires d'un véhicule ou d'une entreprise de transport routier ou accidentés de la route et peu importe leur âge ou leur origine, leurs besoins et leurs attentes ne cessent d'évoluer rapidement. Il en va de même pour les partenaires de différents milieux qui collaborent régulièrement avec la Société. Ainsi, la Société continuera à offrir à tous et à toutes des services sécurisés, adaptés et accessibles, entre autres :

- en faisant évoluer ses services de manière à tenir compte des attentes de sa clientèle et de ses partenaires;
- en faisant augmenter l'utilisation des services numériques par ses clients et clientes tout en leur offrant un accompagnement adapté à leur réalité.

Objectif 2.1.1

Faire évoluer nos services en tenant compte des attentes de notre clientèle et de nos partenaires

Indicateurs	Valeurs de départ 2023	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
Indice de satisfaction de la clientèle	7,9/10	8,0/10	8,1/10	8,3/10	8,5/10
Indice de satisfaction des partenaires	7,1/10	7,3/10	7,5/10	7,7/10	8,0/10

La Société désire offrir à sa clientèle et à ses partenaires une expérience positive et, pour ce faire, elle doit demeurer à l'écoute de leurs besoins et de leurs attentes. En impliquant ses clients, clientes et partenaires dans l'élaboration et l'évolution de ses services et en mesurant de façon continue leur satisfaction, la Société pourra, d'une part, s'assurer de la qualité de sa prestation et, d'autre part, enrichir les collaborations durables qu'elle entretient avec ses partenaires.

Objectif 2.1.2

Faire augmenter l'utilisation des services numériques par notre clientèle tout en lui offrant un accompagnement adapté à sa réalité

Indicateurs	Valeurs de départ 2023	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
Nombre de comptes SAAQclic créés	1 M	1,4 M	1,8 M	2,2 M	2,5 M
Indice de satisfaction de la clientèle à l'égard des services numériques	7,5/10	7,7/10	7,9/10	8,1/10	8,3/10

Avec la mise en service de SAAQclic, la Société a franchi une étape fondamentale de la modernisation de ses services. Durant la période de transition, certains clients et clientes adopteront rapidement et facilement les nouveaux services numériques tandis que d'autres auront besoin d'accompagnement pour se familiariser avec une nouvelle façon de faire. En effet, la porte d'entrée vers l'utilisation des services numériques demeure la création d'un compte SAAQclic. La Société a donc mis en place des mesures pour la clientèle qui a besoin d'être accompagnée durant cette opération cruciale. Elle devra de plus s'assurer d'offrir dans SAAQclic des services sécurisés, adaptés et accessibles en tout temps. Elle se devra également d'être attentive aux différentes situations vécues par sa clientèle en matière de services numériques. Dans ce contexte, la rétroaction des clients et clientes relativement à leurs attentes et à leurs besoins permettra l'adaptation des façons de faire en continu afin que les barrières qui peuvent freiner l'utilisation des services en ligne soient levées une à une.



ENJEU STRATÉGIQUE 3 – L'EXPÉRIENCE EMPLOYÉ

Orientation 3.1

Être un employeur qui se démarque

C'est grâce à l'apport, à l'engagement et à la mobilisation de ses équipes que la Société peut, jour après jour, atteindre ses objectifs et relever tous les défis. Une expérience employé positive demeure l'ingrédient essentiel d'une expérience client et de partenariats réussis. Ainsi, pour que la Société puisse se démarquer et rester attractive dans un contexte où les organisations publiques et privées se partagent une main-d'œuvre de plus en plus rare, elle doit positionner l'expérience employé comme un enjeu stratégique incontournable.

La Société se distingue par sa mission, sa vision et son virage numérique et c'est en misant sur ces trois facteurs avantageux qu'elle pourra se démarquer. En proposant à son personnel une expérience de travail inspirante et un environnement de travail innovant, la Société souhaite se positionner comme un employeur de choix et mobiliser ses équipes. Elle compte y parvenir entre autres :

- en attirant et en fidélisant des talents diversifiés;
- en offrant une expérience de travail permettant à chacun et à chacune de se réaliser.

Objectif 3.1.1 Attirer et fidéliser des talents diversifiés						
Indicateur	Valeur de départ 2023	Cibles				
		2024	2025	2026	2027	
Pourcentage du personnel qui considère la Société comme un employeur de choix	67 %	70 %	73 %	77 %	80 %	

La force de ses équipes constitue l'un des plus grands atouts de la Société et elle en est consciente. Dans un contexte de rareté de la main-d'œuvre, la Société doit plus que jamais être à l'affût des attentes des membres de son personnel et mettre en valeur leur savoir-faire. La Société, en misant notamment sur son virage numérique, consacrera des efforts à la promotion de sa marque employeur, tant auprès des futurs candidats et candidates qu'auprès du personnel en poste. Ainsi, c'est en faisant rayonner ses équipes, sa mission et ses valeurs et en continuant d'innover en matière d'attraction et de fidélisation que la Société compte attirer de nouveaux talents et être reconnue par son personnel comme un employeur de choix.

Objectif 3.1.2 Offrir une expérience de travail permettant à chacun et à chacune de se réaliser						
Indicateur	Valeur de départ 2023	Cibles				
		2024	2025	2026	2027	
Taux de mobilisation du personnel	76 %	77 %	78 %	79 %	80 %	

La Société porte une grande attention à l'épanouissement professionnel de son personnel et les résultats obtenus au cours des 10 dernières années ne le démentent pas. Tournée vers l'avenir et ayant à cœur d'offrir une expérience de travail permettant à chacun et à chacune de se réaliser, la Société consacrera les efforts nécessaires à la mobilisation de ses équipes afin de se démarquer à titre d'employeur.





Résultats attendus en 2027

Grâce à la force de son équipe et à son sens de l'innovation, la Société est un assureur public performant, près de sa clientèle et de ses partenaires, qui fait de la sécurité routière l'affaire de tous :

BILAN ROUTIER AMÉLIORÉ

3,9 décès
par 100 000 habitants

12,8 personnes blessées gravement
par 100 000 habitants

271,3 personnes blessées légèrement
par 100 000 habitants

29,8 personnes accidentées dans des
collisions impliquant un **véhicule lourd**,
par 100 000 habitants

75 %

des **Québécois et Québécoises**
considèrent que leurs
comportements ont une
influence sur l'amélioration
du bilan routier

EXPÉRIENCE CLIENT BONIFIÉE

Indice de **satisfaction**
de la **clientèle** de **8,5/10**

Indice de **satisfaction**
des **partenaires** de **8,0/10**

Indice de **satisfaction** de la
clientèle à l'égard des
services numériques de **8,3/10**

2,5 millions
de **comptes**
SAAQclic créés

QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE EMPLOYÉ RECONNUE

80 % du personnel considère la Société
comme un **employeur de choix**

Taux de **mobilisation**
des équipes de **80 %**

Plan stratégique 2024-2027 de la Société de l'assurance automobile du Québec

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;
- gère l'accès au réseau routier;
- surveille et contrôle le transport routier des personnes et des biens et contribue à la protection du réseau routier;
- indemnise les personnes accidentées de la route et facilite leur réadaptation;
- fixe les contributions d'assurance et gère le patrimoine fiduciaire.

VISION

Grâce à la force de son équipe et à son sens de l'innovation, la Société est un assureur public performant, près de sa clientèle et de ses partenaires, qui fait de la sécurité routière l'affaire de tous.

VALEURS

- **Respect**
- **Collaboration**
- **Engagement**
- **Rigueur**
- **Ouverture**

Tableau synoptique

ENJEU 1 – LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Orientation 1.1 – Vous inciter à adopter des comportements responsables sur la route

Objectifs	Indicateurs	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
1.1.1 Concentrer davantage nos efforts pour agir sur les comportements à risque de notre clientèle	Nombre de décès par 100 000 habitants	4,2	4,1	4,0	3,9
	Nombre de personnes blessées gravement par 100 000 habitants	14,0	13,6	13,2	12,8
	Nombre de personnes blessées légèrement par 100 000 habitants	295,9	287,4	279,2	271,3
1.1.2 Accroître la sécurité routière du transport des personnes et des biens	Nombre de personnes accidentées dans les collisions impliquant un véhicule lourd, par 100 000 habitants	32,4	31,5	30,6	29,8
1.1.3 Susciter chez les Québécois et les Québécoises un engagement à l'égard de l'amélioration du bilan routier	Pourcentage des Québécois et Québécoises qui considèrent que leurs comportements ont une influence sur l'amélioration du bilan routier	72 %	73 %	74 %	75 %

ENJEU 2 – L'EXPÉRIENCE CLIENT

Orientation 2.1 – Vous offrir des services sécurisés, adaptés et accessibles

Objectifs	Indicateurs	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
2.1.1. Faire évoluer nos services en tenant compte des attentes de notre clientèle et de nos partenaires	Indice de satisfaction de la clientèle	8,0/10	8,1/10	8,3/10	8,5/10
	Indice de satisfaction des partenaires	7,3/10	7,5/10	7,7/10	8,0/10
2.1.2 Faire augmenter l'utilisation des services numériques par notre clientèle tout en lui offrant un accompagnement adapté à sa réalité	Nombre de comptes SAAQclic créés	1,4 M	1,8 M	2,2 M	2,5 M
	Indice de satisfaction de la clientèle à l'égard des services numériques	7,7/10	7,9/10	8,1/10	8,3/10

ENJEU 3 – L'EXPÉRIENCE EMPLOYÉ

Orientation 3.1 – Être un employeur qui se démarque

Objectifs	Indicateurs	Cibles			
		2024	2025	2026	2027
3.1.1 Attirer et fidéliser des talents diversifiés	Pourcentage du personnel qui considère la Société comme un employeur de choix	70 %	73 %	77 %	80 %
3.1.2 Offrir une expérience de travail permettant à chacun et à chacune de se réaliser	Taux de mobilisation du personnel	77 %	78 %	79 %	80 %



**Société de l'assurance
automobile**



Avec vous,
au cœur de votre sécurité