

**GROUPE DE TRAVAIL DE JUILLET 2014**

**DIAGNOSTIC DU RESEAU DE LA DGFIP**

**FICHE N° 3**

**PRATIQUES ET ATTENTES DES USAGERS**

## **1. LES USAGERS PARTICULIERS**

Plus de la moitié des directeurs (56%) indiquent que le canal le plus utilisé des usagers particuliers pour entrer en contact avec nos services est l'accueil physique. Ce mode de contact est accru dans le contexte national de difficultés économiques, de crise et de chômage.

Il n'y a pas de différence marquante entre les usagers ruraux et urbains. Seuls les directeurs des directions de 2ème catégorie considèrent que les usagers particuliers urbains privilégient le téléphone à l'accueil physique.

Le deuxième canal privilégié par les usagers particuliers est le téléphone. Les directeurs considèrent que le courrier et l'internet sont des canaux moins utilisés mais ils ne disposent pas d'une vision complète compte tenu de notre organisation.

Le niveau de fréquentation et la typologie des démarches dans les SIP et trésoreries mixtes attestent d'un fort besoin de contacts (à l'accueil physique ou téléphonique).

En zones rurales, les usagers se déplacent très souvent pour effectuer les opérations simples et souvent procéder au paiement de leur dette, soit par remise de chèques ou en espèces. Ces opérations pourraient être réalisées par d'autres canaux. Le contact physique avec nos services joue ainsi un rôle de réassurance pour les populations rurales ou fragiles. Il faut, bien entendu, promouvoir la nouvelle proximité fondée sur le développement des nouvelles technologies et l'amélioration de l'accueil téléphonique via les futurs centres de contact. Mais, tant que l'observation des pratiques justifiera la présence d'un accueil physique, l'organisation territoriale de la DGFiP doit favoriser l'accompagnement humain consistant à assister l'usagers dans ses démarches dématérialisées et à en faire la promotion. Dans ce cadre, la participation à des plateforme multi services (du type maisons de services publics) prend alors sens.

En zones urbaines, les directeurs considèrent que le haut niveau constaté de fréquentation de l'accueil physique provient notamment de la concentration des moyens sur l'accueil physique en multipliant par ailleurs les canaux téléphoniques (CIE, CPS, pools téléphoniques locaux) les rendant de fait peu lisibles.

L'attente des usagers urbains comme ruraux citée en priorité par les directeurs est la qualité du service et de l'expertise. En revanche, alors que l'attente principale citée en deuxième pour les usagers urbains est l'accessibilité téléphonique accrue, les usagers ruraux souhaitent le maintien

d'une proximité géographique de nos services ouverts aux publics (ce constat est plus marqué pour les directions de 3ème et 4ème catégorie).

70% des directeurs jugent le réseau urbain adapté aux attentes des usagers particuliers alors qu'ils sont 60% à considérer le réseau rural comme insuffisamment adapté et seulement 14% à le considérer comme adapté.

## Hierarchie des principaux canaux utilisés par les usagers particuliers – analyse par les « top » :

L'analyse par les « top » ou « notoriétés de 1<sup>er</sup> rang » permet d'identifier le comportement d'un usager en déterminant son profil type.

Dans ce tableau, les Directeurs avaient quatre possibilités de réponses pour hiérarchiser les principaux canaux utilisés par les usagers particuliers : « Accueil physique », « Accueil téléphonique », « Internet » et « Courrier ». Ces principaux canaux devaient être classés hiérarchiquement de 1 à 4.

L'agrégation de ces données a permis de déterminer un « top » pour le 1<sup>er</sup> canal utilisé, un « top » pour le 2<sup>ème</sup> canal utilisé, un « top » pour le 3<sup>ème</sup> canal utilisé et un « top » pour le 4<sup>ème</sup> canal utilisé. Les résultats ont ensuite été affinés par catégorie de Directions.

### Les usagers particuliers urbains :

Hiérarchie des principaux canaux	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type de canal	Taux	Type de canal	Taux						
1	Accueil physique	66,67%	Accueil téléphonique	48,00%	Accueil physique	62,50%	Accueil physique	55,17%	Accueil physique	55,56%
2	Accueil téléphonique	57,14%	Accueil physique	52,00%	Accueil téléphonique	62,50%	Accueil téléphonique	55,17%	Accueil téléphonique	54,55%
3	Internet	76,19%	Courrier	44,00%	Courrier	62,50%	Courrier	62,07%	Courrier	45,45%
4	Courrier	95,00%	Internet	52,00%	Internet	66,67%	Internet	62,07%	Courrier	51,02%
									Sous forme de questions simples	95,96%

### Les usagers particuliers ruraux :

Hiérarchie des principaux canaux	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type de canal	Taux	Type de canal	Taux						
1	Accueil physique	61,11%	Accueil physique	52,00%	Accueil physique	58,33%	Accueil physique	58,62%	Accueil physique	57,29%
2	Accueil téléphonique	61,11%	Accueil téléphonique	48,00%	Accueil téléphonique	54,17%	Accueil téléphonique	58,62%	Accueil téléphonique	55,21%
3	Internet	66,67%	Courrier	60,00%	Courrier	70,83%	Courrier	82,76%	Courrier	64,58%
4	Courrier	66,67%	Internet	76,00%	Internet	86,96%	Internet	86,21%	Internet	72,63%
									Sous forme de questions simples	96,84%

Ainsi, en ce qui concerne les usagers particuliers urbains, l'item « Accueil physique » sort en « top » à l'échelon national pour le 1<sup>er</sup> canal utilisé (choisit comme 1<sup>er</sup> canal utilisé à 55,56 %).

Ensuite, en ce qui concerne, le 2<sup>ème</sup> canal utilisé, c'est l'item « Accueil téléphonique » qui sort en « top » à l'échelon national (notoriété de rang 1 du 2<sup>ème</sup> canal utilisé à 54,55%).

Il est possible que le même item sorte deux fois en « top » pour deux canaux utilisés différents, étant donné qu'une majorité relative suffit à obtenir une notoriété de rang 1. On retrouve cette situation avec l'item « Courrier » qui sort en « top » du 3<sup>ème</sup> canal utilisé et en « top » du 4<sup>ème</sup> canal utilisé à l'échelon national.

## Les usagers particuliers :

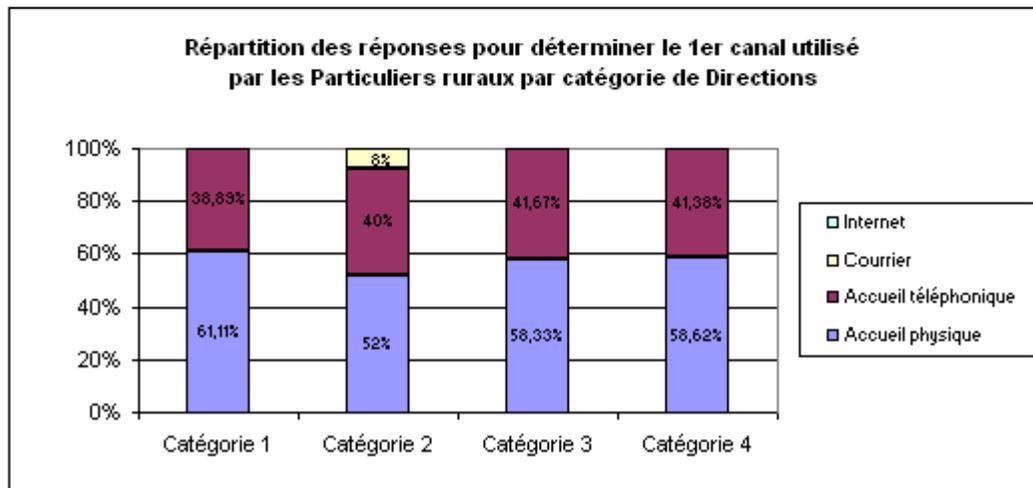
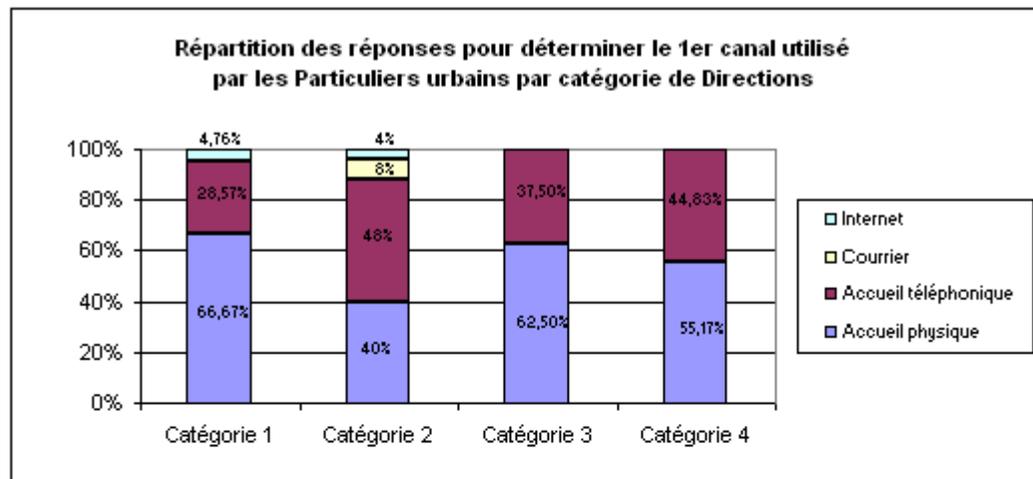
Les graphiques suivants s'attachent à donner le détail des réponses apportées par les Directeurs pour déterminer le « top » du 1<sup>er</sup> canal utilisé par les usagers particuliers (urbains et ruraux).

Cas des usagers particuliers urbains.

L'item « Accueil physique » est en « top » pour le 1<sup>er</sup> canal utilisé pour les Directions de 1<sup>ère</sup>, de 3<sup>ème</sup> et de 4<sup>ème</sup> catégories. L'item « Accueil téléphonique » est en « top » pour les Directions de 2<sup>ème</sup> catégorie. Ces résultats correspondent aux précédents tableaux.

Ces graphiques permettent d'expliquer comment les « top » ont été déterminés à partir des choix agrégés des Directeurs. Ils permettent de connaître les notoriétés de 2<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rangs pour le choix du 1<sup>er</sup> canal utilisé.

Il est à noter par exemple que l'item « Accueil téléphonique » sort majoritairement en 2<sup>ème</sup> rang. Cet item a d'ailleurs été choisi en « top » pour le 2<sup>ème</sup> canal utilisé. Les réponses se corroborent. Le 2<sup>ème</sup> rang pour le 1<sup>er</sup> canal utilisé correspond au « top » du 2<sup>ème</sup> canal...



## Hiérarchie des principales attentes des usagers particuliers – analyse par les « top » :

Le même procédé d'analyse par les « top » ou « notoriétés de 1<sup>er</sup> rang » est proposé pour déterminer le profil des usagers du point de vue des attentes.

Dans ce tableau, les Directeurs avaient six possibilités de réponses pour hiérarchiser les principales attentes des usagers Particuliers : « Proximité géographique du service », « Accessibilité aux services numériques accrue », « Qualité du service et de l'expertise », « Rôle de conseil », « Accessibilité téléphonique accrue », « Autre ». Ces principales attentes devaient être classés hiérarchiquement de 1 à 6.

L'agrégation de ces données a permis de déterminer un « top » pour la 1<sup>ère</sup> attente, un « top » pour le 2<sup>ème</sup> attente, etc. Les résultats ont ensuite été affinés par catégorie de Directions.

Il est à noter que le taux de réponses pour les trois dernières attentes est plus faible que pour les trois premières.

### Les usagers particuliers urbains :

Hiérarchie des principales attentes	Directions de 1 <sup>ère</sup> catégorie		Directions de 2 <sup>ème</sup> catégorie		Directions de 3 <sup>ème</sup> catégorie		Directions de 4 <sup>ème</sup> catégorie		National	
	Type d'attente	Taux	Type de canal	Taux						
1	Qualité du service et de l'expertise	38,10%	Accessibilité téléphonique accrue	44,00%	Accessibilité téléphonique accrue	41,67%	Qualité du service et de l'expertise	55,17%	Qualité du service et de l'expertise	43,43%
2	Rôle de conseil	33,33%	Qualité du service et de l'expertise	36,00%	Qualité du service et de l'expertise	37,50%	Rôle de conseil	44,83%	Rôle de conseil	31,31%
3	Proximité géographique du service	28,57%	Accessibilité téléphonique accrue	24,00%	Rôle de conseil	25,00%	Accessibilité téléphonique accrue	48,28%	Accessibilité téléphonique accrue	29,29%
4	Proximité géographique du service	30,00%	Rôle de conseil	31,82%	Rôle de conseil	33,33%	Proximité géographique du service	37,04%	Proximité géographique du service	30,00%
5	Accessibilité aux services numériques accrue	55,56%	Accessibilité aux services numériques accrue	50,00%	Accessibilité aux services numériques accrue	58,82%	Accessibilité aux services numériques accrue	58,33%	Accessibilité aux services numériques accrue	55,70%
6	Autre	60,00%	Proximité géographique du service	42,86%	Accessibilité aux services numériques accrue	50,00%	Autre	100,00%	Autre	55,56%

### Les usagers particuliers ruraux :

Hiérarchie des principales attentes	Directions de 1 <sup>ère</sup> catégorie		Directions de 2 <sup>ème</sup> catégorie		Directions de 3 <sup>ème</sup> catégorie		Directions de 4 <sup>ème</sup> catégorie		National	
	Type d'attente	Taux	Type de canal	Taux						
1	Accessibilité téléphonique accrue	33,33%	Qualité du service et de l'expertise	44,00%	Accessibilité téléphonique accrue	29,17%	Proximité géographique du service	41,38%	Qualité du service et de l'expertise	34,38%
2	Rôle de conseil	33,33%	Accessibilité téléphonique accrue	24,00%	Qualité du service et de l'expertise	29,17%	Rôle de conseil	31,03%	Qualité du service et de l'expertise	26,04%
3	Qualité du service et de l'expertise	27,78%	Accessibilité téléphonique accrue	29,17%	Accessibilité téléphonique accrue	25,00%	Proximité géographique du service	27,59%	Accessibilité téléphonique accrue	25,26%
4	Proximité géographique du service	44,44%	Rôle de conseil	36,36%	Rôle de conseil	36,84%	Accessibilité téléphonique accrue	32,14%	Rôle de conseil	26,44%
5	Accessibilité aux services numériques accrue	73,33%	Accessibilité aux services numériques accrue	52,94%	Accessibilité aux services numériques accrue	76,47%	Accessibilité aux services numériques accrue	76,00%	Accessibilité aux services numériques accrue	70,27%
6	Autre	60,00%	Accessibilité aux services numériques accrue	66,67%	Accessibilité aux services numériques accrue	50,00%	Autre	100,00%	Autre	47,06%

## Les usagers particuliers :

Le graphique suivant s'attache à donner le détail des réponses apportées par les Directeurs pour déterminer le « top » de la 1ère attente des usagers particuliers (urbains et ruraux).

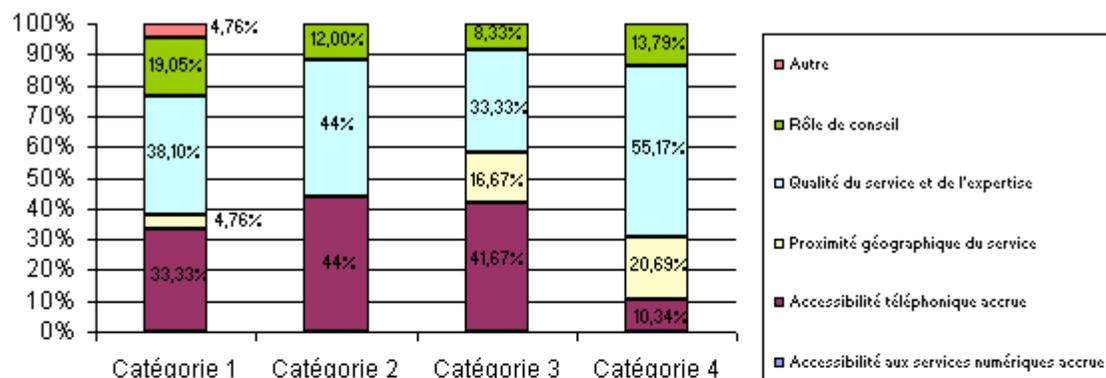
Cas des usagers particuliers urbains.

L'item « Qualité du service et de l'expertise » est bien en « top » de la 1ère attente des usagers pour les Directions de 1ère et de 4ème catégories. L'item « Accessibilité téléphonique accrue » est en « top » pour les Directions de 3ème catégorie. Ces résultats correspondent aux précédents tableaux.

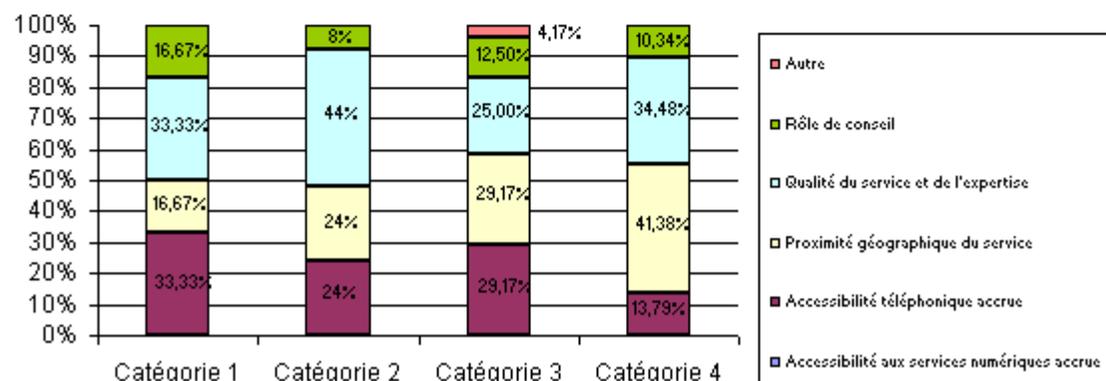
L'intérêt de ce graphique est d'expliquer comment les « top » ont été déterminés à partir des choix agrégés des Directeurs. Il permet de connaître les notoriétés de 2ème, 3ème, 4ème, 5ème et 6ème rangs pour le choix de la 1ère attente identifiée.

Il est à noter par exemple que l'item « Accessibilité téléphonique accrue » sort majoritairement en 2ème rang. Cet item a par contre été choisi seulement en « top » pour la 3ème attente utilisée. Ainsi, cet item se retrouve au 2ème rang de la 1ère attente et au « top » de la 3ème attente. Les deux lectures sont donc bien nécessaires pour bien appréhender les profils types.

**Répartition des réponses pour la 1ère attente des Particuliers urbains par catégorie de Directions**

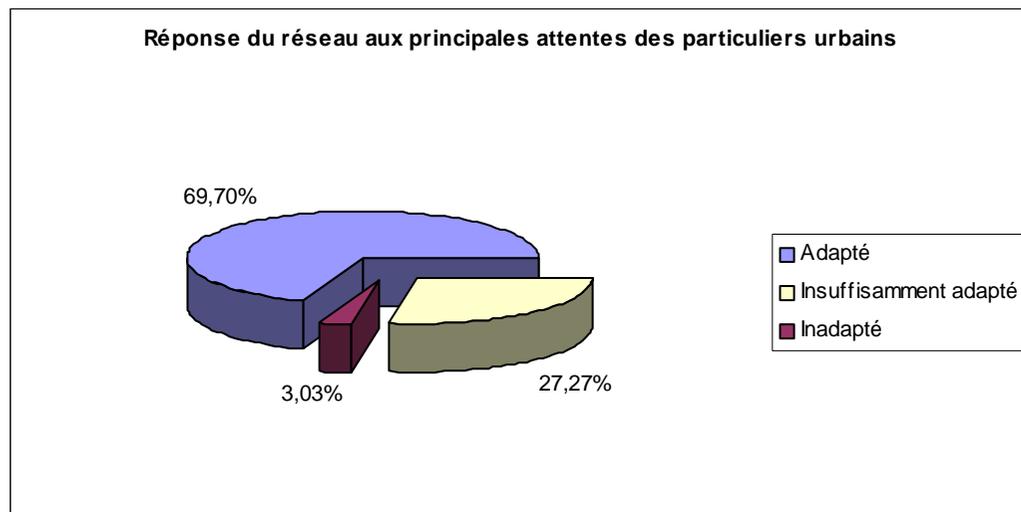


**Répartition des réponses pour la 1ère attente des Particuliers ruraux par catégorie de Directions**

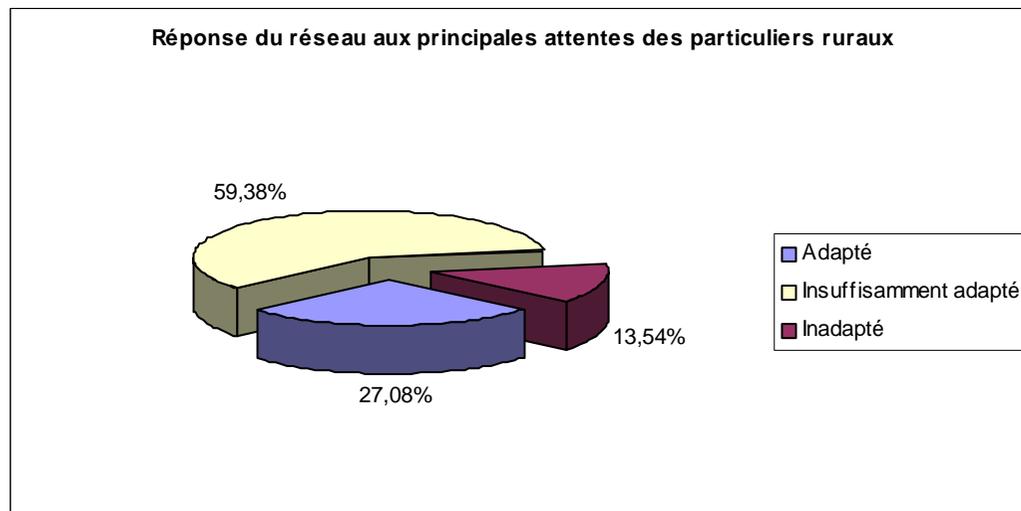


## Réponse du réseau aux principales attentes des usagers particuliers pour les Directeurs :

Les usagers particuliers urbains :



Les usagers particuliers ruraux :



## 2. LES USAGERS PROFESSIONNELS (ENTREPRISES ET TIERS DE CONFIANCE)

Près de 70% des directeurs estiment que les usagers professionnels privilégient le canal téléphonique pour entrer en contact avec nos services devant l'internet, qu'ils soient urbains ou ruraux. L'internet est néanmoins considéré comme le premier canal par plus d'1/3 des directeurs de 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> catégorie contre 18% des directeurs de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> catégorie.

Pour les professionnels, l'informatisation des échanges et la généralisations des téléprocédures de même que les liaisons avec les experts comptables permettent de redéfinir la notion de proximité.

Pour près de 60% des directeurs, les professionnels attendent de nos services d'abord une qualité de service et d'expertise puis une accessibilité aux services numériques accrue (16%) et une accessibilité téléphonique accrue (11%).

La 2<sup>ème</sup> attente des usagers professionnels est le rôle de conseil de nos services.

L'utilisateur professionnel, acculturé à une relation très largement dématérialisée avec les SIE attend de l'expertise, de la réactivité et une sécurité dans les réponses qui sont apportées plutôt que de la proximité.

Le réseau est pour la grande des directeurs (70%) adapté aux attentes des usagers professionnels même si le service rendu aux professionnels n'appelle plus une organisation fondée sur la proximité.

## Hiérarchie des principaux canaux utilisés par les usagers professionnels – analyse par les « top » :

L'analyse par les « top » ou « notoriétés de 1<sup>er</sup> rang » permet d'identifier le comportement d'un usager en déterminant son profil type.

Dans ce tableau, les Directeurs avaient quatre possibilités de réponses pour hiérarchiser les principaux canaux utilisés par les usagers particuliers : « Accueil physique », « Accueil téléphonique », « Internet » et « Courrier ». Ces principaux canaux devaient être classés hiérarchiquement de 1 à 4.

L'agrégation de ces données a permis de déterminer un « top » pour le 1<sup>er</sup> canal utilisé, un « top » pour le 2<sup>ème</sup> canal utilisé, un « top » pour le 3<sup>ème</sup> canal utilisé et un « top » pour le 4<sup>ème</sup> canal utilisé. Les résultats ont ensuite été affinés par catégorie de Directions.

### Les r) urbains :

Hiérarchie des principaux canaux	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type de canal	Taux	Type de canal	Taux						
1	Accueil téléphonique	61,90%	Accueil téléphonique	64,00%	Accueil téléphonique	75,00%	Accueil téléphonique	72,41%	Accueil téléphonique	68,69%
2	Internet	57,14%	Accueil téléphonique	32,00%	Internet	58,33%	Courrier	37,93%	Internet	43,43%
3	Courrier	70,00%	Courrier	58,33%	Courrier	62,50%	Courrier	48,28%	Courrier	58,76%
4	Accueil physique	70,00%	Accueil physique	83,33%	Accueil physique	75,00%	Accueil physique	78,57%	Accueil physique	77,17%
									Sous forme de questions expertes	67,35%

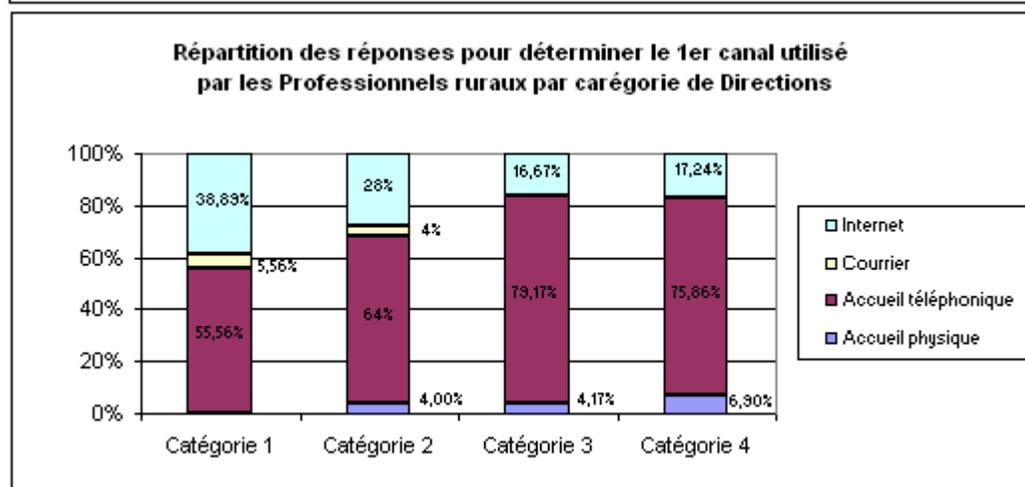
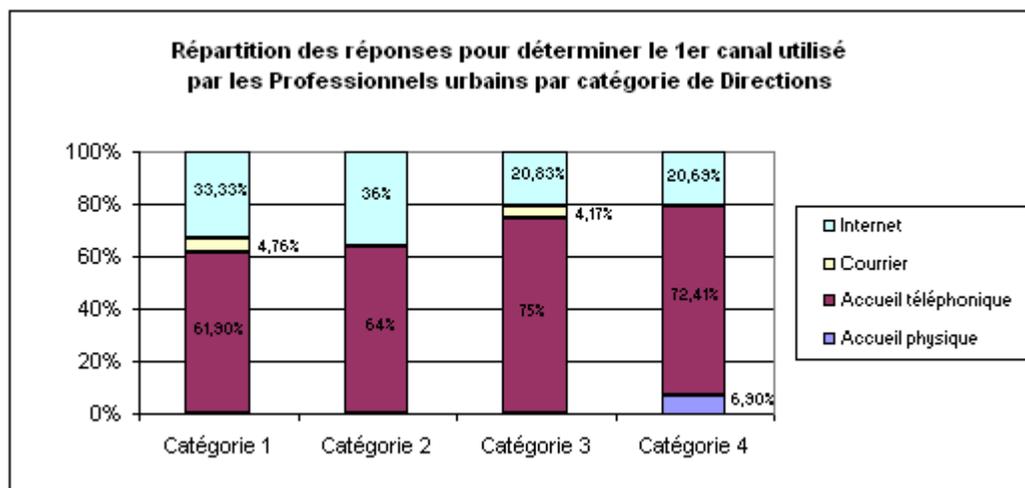
### Les usagers professionnels (entreprises et tiers de confiance) ruraux :

Hiérarchie des principaux canaux	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type de canal	Taux	Type de canal	Taux						
1	Accueil téléphonique	55,56%	Accueil téléphonique	64,00%	Accueil téléphonique	79,17%	Accueil téléphonique	75,86%	Accueil téléphonique	69,79%
2	Internet	44,44%	Accueil téléphonique	36,00%	Internet	45,83%	Internet	37,93%	Internet	38,54%
3	Courrier	72,22%	Courrier	54,17%	Courrier	50,00%	Courrier	62,07%	Courrier	58,95%
4	Accueil physique	66,67%	Accueil physique	70,83%	Accueil physique	66,67%	Accueil physique	72,41%	Accueil physique	69,57%
									Sous forme de questions expertes	67,74%

## Les usagers professionnels :

Le graphique suivant s'attache à donner le détail des réponses apportées par les Directeurs pour déterminer le « top » du 1<sup>er</sup> canal utilisé par les usagers professionnels (urbains et ruraux).

Des similitudes fortes sont mises en exergue par ce graphique s'agissant des canaux utilisés par usagers professionnels urbains et ruraux.



## Hierarchie des principales attentes des usagers professionnels – analyse par les « top » :

Le même procédé d'analyse par les « top » ou « notoriétés de 1<sup>er</sup> rang » est proposé pour déterminer le profil des usagers du point de vue des attentes.

Dans ce tableau, les Directeurs avaient six possibilités de réponses pour hiérarchiser les principales attentes des usagers professionnels : « Proximité géographique du service », « Accessibilité aux services numériques accrue », « Qualité du service et de l'expertise », « Rôle de conseil », « Accessibilité téléphonique accrue », « Autre ». Ces principales attentes devaient être classés hiérarchiquement de 1 à 6.

L'agrégation de ces données a permis de déterminer un « top » pour la 1<sup>ère</sup> attente, un « top » pour le 2<sup>ème</sup> attente, etc. Les résultats ont ensuite été affinés par catégorie de Directions.

Il est à noter que le taux de réponses pour les trois dernières attentes est plus faible que pour les trois premières.

### Les usagers professionnels (entreprises et tiers de confiance) urbains :

Hiérarchie des principales attentes	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type de canal	Taux
1	Qualité du service et de l'expertise	71,43%	Qualité du service et de l'expertise	48,00%	Qualité du service et de l'expertise	54,17%	Qualité du service et de l'expertise	72,41%	Qualité du service et de l'expertise	61,62%
2	Rôle de conseil	38,10%	Qualité du service et de l'expertise	36,00%	Accessibilité téléphonique accrue	29,17%	Rôle de conseil	48,28%	Rôle de conseil	33,33%
3	Accessibilité aux services numériques accrue	38,10%	Accessibilité téléphonique accrue	29,17%	Accessibilité téléphonique accrue	31,82%	Accessibilité aux services numériques accrue	41,38%	Accessibilité aux services numériques accrue	32,29%
4	Accessibilité téléphonique accrue	33,33%	Rôle de conseil	42,86%	Rôle de conseil	38,10%	Rôle de conseil	33,33%	Rôle de conseil	32,18%
5	Proximité géographique du service	68,75%	Proximité géographique du service	70,59%	Proximité géographique du service	75,00%	Proximité géographique du service	80,95%	Proximité géographique du service	74,29%
6	Autre	60,00%	Proximité géographique du service	50,00%	Proximité géographique du service	50,00%	Autre	100,00%	Autre	60,00%

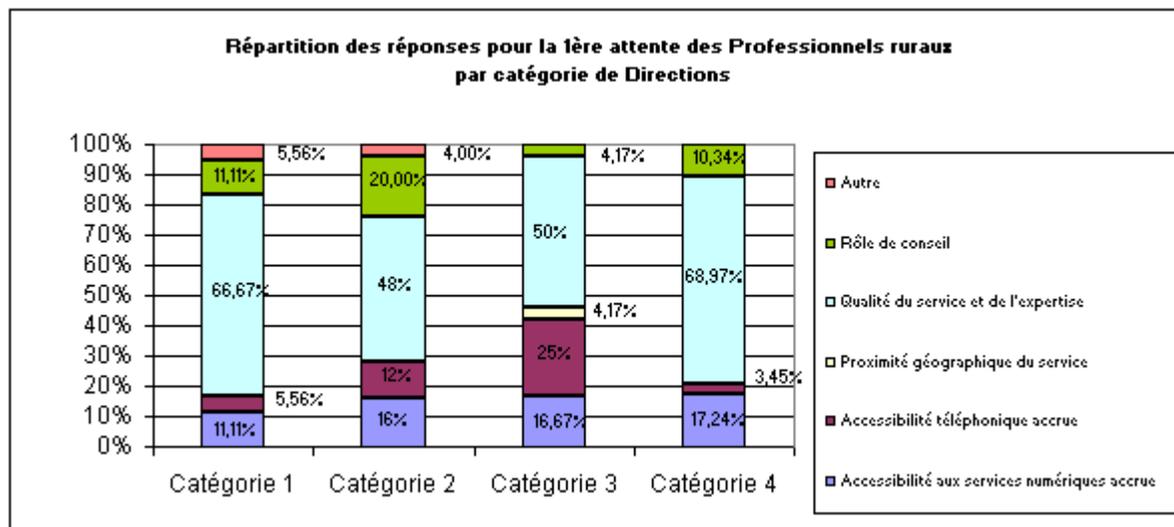
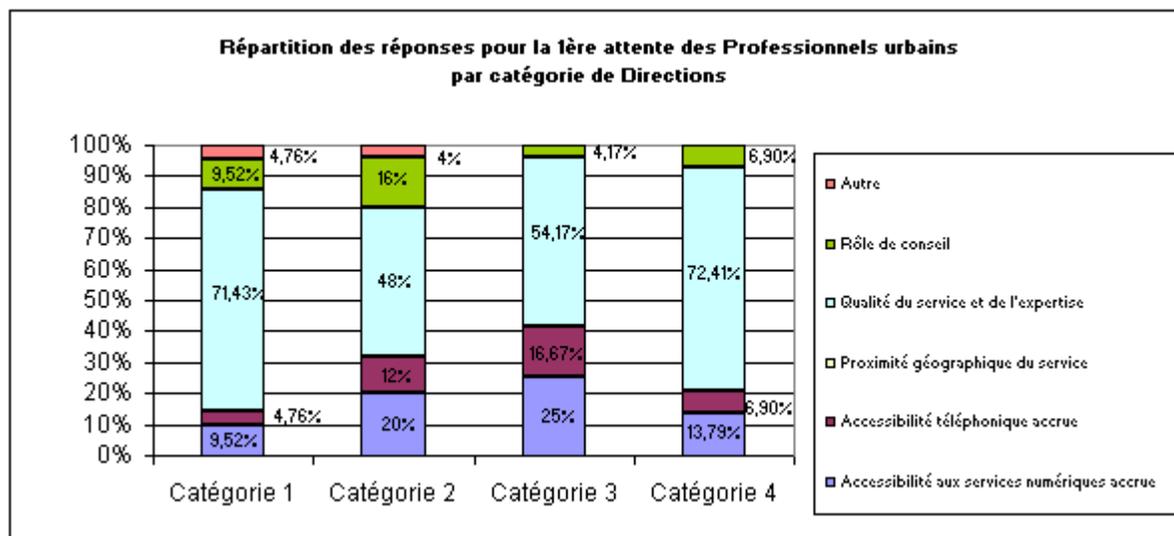
### Les usagers professionnels (entreprises et tiers de confiance) ruraux :

Hiérarchie des principales attentes	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type d'attente	Taux	Type de canal	Taux						
1	Qualité du service et de l'expertise	66,67%	Qualité du service et de l'expertise	48,00%	Qualité du service et de l'expertise	50,00%	Qualité du service et de l'expertise	68,97%	Qualité du service et de l'expertise	58,33%
2	Accessibilité téléphonique accrue	33,33%	Qualité du service et de l'expertise	32,00%	Accessibilité aux services numériques accrue	25,00%	Rôle de conseil	44,83%	Rôle de conseil	31,25%
3	Accessibilité aux services numériques accrue	38,89%	Accessibilité téléphonique accrue	37,50%	Rôle de conseil	30,43%	Accessibilité aux services numériques accrue	37,93%	Accessibilité téléphonique accrue	30,85%
4	Accessibilité aux services numériques accrue	31,25%	Accessibilité aux services numériques accrue	31,82%	Rôle de conseil	33,33%	Rôle de conseil	30,77%	Accessibilité aux services numériques accrue	27,06%
5	Proximité géographique du service	69,23%	Proximité géographique du service	68,75%	Proximité géographique du service	68,75%	Proximité géographique du service	63,64%	Proximité géographique du service	67,16%
6	Autre	60,00%	Proximité géographique du service	66,67%	Proximité géographique du service	40,00%	Autre	100,00%	Autre	53,33%

## Les usagers professionnels :

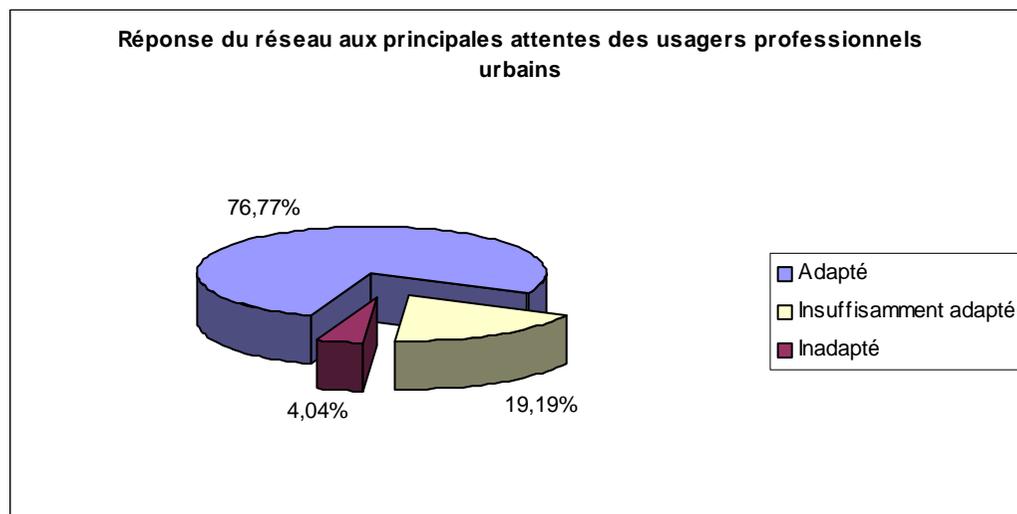
Le graphique suivant s'attache à donner le détail des réponses apportées par les Directeurs pour déterminer le « top » de la 1ère attente des usagers professionnels (urbains et ruraux).

Des similitudes fortes sont mises en exergue par ce graphique s'agissant des attentes des usagers professionnels urbains et ruraux.

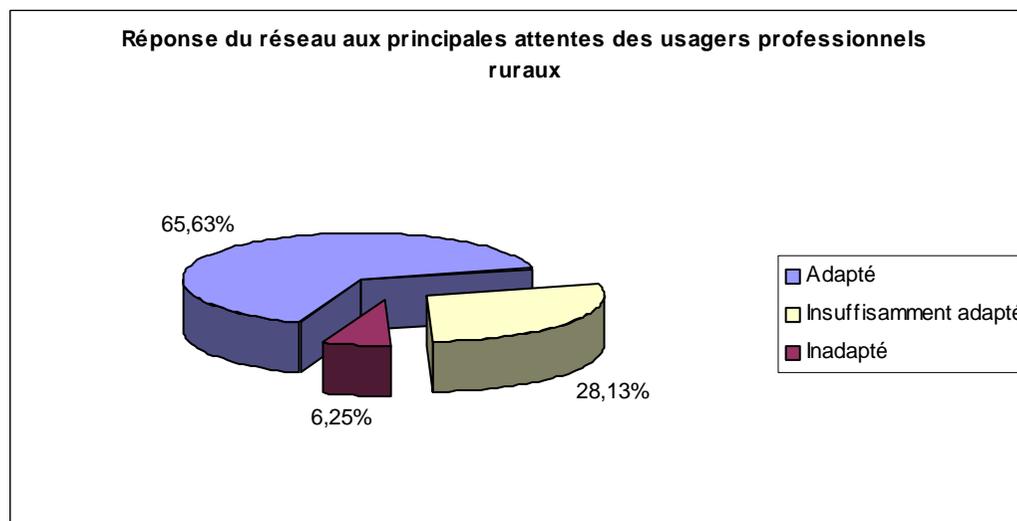


## Réponse du réseau aux principales attentes des usagers professionnels pour les Directeurs :

Les usagers professionnels (entreprises et tiers de confiance) urbains :



Les usagers professionnels (entreprises et tiers de confiance) ruraux :



### 3. LES COLLECTIVITES LOCALES ET LES PARTENAIRES

A près de 60%, les directeurs considèrent que les collectivités locales privilégient le téléphone pour entrer en contact avec les services de la DGFIP, qu'il s'agisse de collectivités rurales ou urbaines. L'internet est le 2ème choix de canal privilégié par les collectivités locales urbaines alors que les collectivités rurales choisissent en 2ème choix le déplacement dans nos services.

La qualité du service et de l'expertise est selon 65% des directeurs l'attente principale des collectivités urbaines. Dans les directions de 3ème et 4ème catégorie, le 2ème choix cité comme attente principale est pour 30% des directeurs, le rôle de conseil aux élus.

Les collectivités urbaines recherchent une qualité de service renforcée par une simplification accrue des procédures via notamment un rapprochement des fonctions ordonnateurs comptables. A ce titre, les avancées en matière de dématérialisation (PES, FDL) sont appréciées.

Pour les collectivités rurales, la qualité du service et de l'expertise et le rôle de conseil aux élus constituent à équivalence la principale attente. Dans les directions de 1er et 2ème catégorie, les collectivités attendent plutôt (selon 50% des directeurs) de la qualité de service et de l'expertise alors que dans les directions de 3ème et 4ème catégorie, elles attendent plutôt (selon 50% des directeurs) un rôle de conseil.

Les collectivités rurales manifestent un grand besoin d'assistance et d'aide de la part du comptable public local. Les services ordonnateurs sont peu étoffés et disposent de peu d'experts en matière financière, fiscale et comptable. La proximité est parfois perçue comme un facteur rassurant et de relation de confiance même si les attentes des collectivités rurales s'orientent aujourd'hui vers un besoin d'expertise dans lesquelles le rôle de conseil constitue un enjeu déterminant. Les avancées en matière de dématérialisation (PESV2, FDL, Tableau de bord de l'élu) sont d'ailleurs particulièrement appréciées. Ceci met en évidence que les élus recherchent, en réalité, davantage une proximité administrative fondée sur la réactivité de la DGFIP, notamment via les outils numériques, que la proximité géographique du comptable.

Le nombre important de petites collectivités et établissements publics locaux pose cependant des difficultés de gestion au quotidien et mobilise les comptables sur des tâches courantes, ne leur permettant pas de se consacrer suffisamment aux demandes d'expertises et de conseil exprimées par les élus.

Le service rendu aux élus est moins dépendant de la proximité géographique que de la disponibilité du comptable pour accomplir la mission de conseil.

Les directeurs estiment que le réseau de la DGFIP est adapté aux attentes des collectivités urbaines mais insuffisamment adapté (pour 57%) aux attentes des collectivités rurales. En effet, la grande fragilité des trésoreries rurales ne permet plus aux responsables d'assurer le rôle de conseil qu'attendent les collectivités.

## Hiérarchie des principaux canaux utilisés par les collectivités locales – analyse par les « top » :

L'analyse par les « top » ou « notoriétés de 1<sup>er</sup> rang » permet d'identifier le comportement d'un usager en déterminant son profil type.

Dans ce tableau, les Directeurs avaient quatre possibilités de réponses pour hiérarchiser les principaux canaux utilisés par les collectivités locales : « Accueil physique », « Accueil téléphonique », « Internet » et « Courrier ». Ces principaux canaux devaient être classés hiérarchiquement de 1 à 4.

L'agrégation de ces données a permis de déterminer un « top » pour le 1<sup>er</sup> canal utilisé, un « top » pour le 2<sup>ème</sup> canal utilisé, un « top » pour le 3<sup>ème</sup> canal utilisé et un « top » pour le 4<sup>ème</sup> canal utilisé. Les résultats ont ensuite été affinés par catégorie de Directions.

### Les collectivités locales et les partenaires urbains :

Hiérarchie des principaux canaux	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type de canal	Taux	Type de canal	Taux						
1	Accueil téléphonique	66,67%	Accueil téléphonique	48,00%	Accueil téléphonique	58,33%	Accueil téléphonique	62,07%	Accueil téléphonique	58,59%
2	Internet	38,10%	Accueil téléphonique	48,00%	Internet	50,00%	Accueil téléphonique	34,48%	Internet	40,40%
3	Courrier	52,38%	Courrier	56,00%	Accueil physique	50,00%	Accueil physique	48,28%	Courrier	40,40%
4	Accueil physique	40,00%	Accueil physique	45,83%	Courrier	52,17%	Courrier	62,07%	Courrier	46,88%
									Sous forme de questions expertes	84,54%

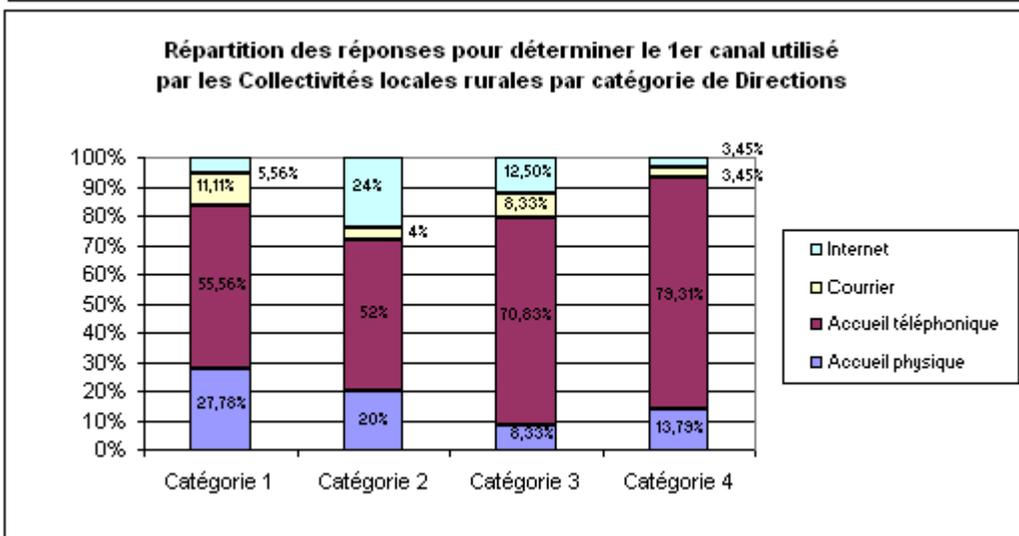
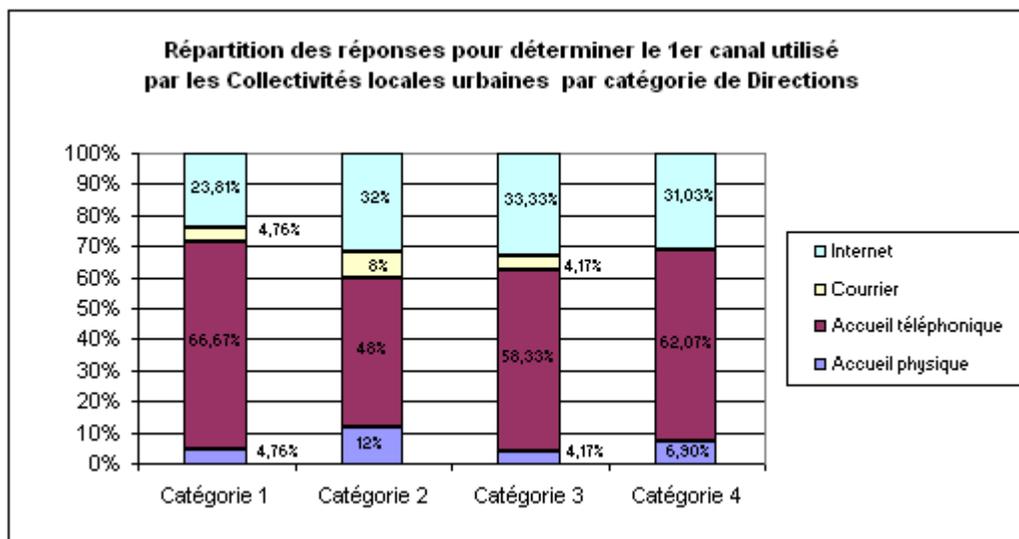
### Les collectivités locales et les partenaires ruraux :

Hiérarchie des principaux canaux	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type de canal	Taux	Type de canal	Taux						
1	Accueil téléphonique	55,56%	Accueil téléphonique	52,00%	Accueil téléphonique	70,83%	Accueil téléphonique	79,31%	Accueil téléphonique	65,63%
2	Accueil téléphonique	38,89%	Accueil téléphonique	44,00%	Internet	54,17%	Internet	37,93%	Internet	38,54%
3	Courrier	72,22%	Courrier	44,00%	Accueil physique	45,83%	Internet	44,83%	Courrier	38,54%
4	Internet	55,56%	Courrier	52,17%	Courrier	56,52%	Courrier	65,52%	Courrier	49,46%
									Sous forme de questions expertes	59,14%

## Les collectivités locales :

Le graphique suivant s'attache à donner le détail des réponses apportées par les Directeurs pour déterminer le « top » du 1<sup>er</sup> canal utilisé par les collectivités locales (urbaines et rurales).

Ce graphique met en exergue notamment le risque de fracture numérique dans les territoires ruraux des directions de 1<sup>ère</sup> et 4<sup>ème</sup> catégories.



## Hiérarchie des principales attentes des collectivités locales – analyse par les « top » :

Le même procédé d'analyse par les « top » ou « notoriétés de 1<sup>er</sup> rang » est proposé pour déterminer le profil des usagers du point de vue des attentes.

Dans ce tableau, les Directeurs avaient six possibilités de réponses pour hiérarchiser les principales attentes des collectivités locales : « Proximité géographique du service », « Accessibilité aux services numériques accrue », « Qualité du service et de l'expertise », « Rôle de conseil », « Accessibilité téléphonique accrue », « Autre ». Ces principales attentes devaient être classés hiérarchiquement de 1 à 6.

L'agrégation de ces données a permis de déterminer un « top » pour la 1<sup>ère</sup> attente, un « top » pour la 2<sup>ème</sup> attente, etc. Les résultats ont ensuite été affinés par catégorie de Directions.

Il est à noter que le taux de réponses pour les trois dernières attentes est plus faible que pour les trois premières.

### Les collectivités locales et les partenaires urbains :

Hiérarchie des principales attentes	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type de canal	Taux
1	Qualité du service et de l'expertise	71,43%	Qualité du service et de l'expertise	72,00%	Qualité du service et de l'expertise	54,17%	Qualité du service et de l'expertise	62,07%	Qualité du service et de l'expertise	64,65%
2	Rôle de conseil	66,67%	Rôle de conseil	64,00%	Rôle de conseil	50,00%	Rôle de conseil	48,28%	Rôle de conseil	56,57%
3	Accessibilité téléphonique accrue	38,10%	Accessibilité aux services numériques accrue	45,45%	Accessibilité aux services numériques accrue	30,43%	Accessibilité aux services numériques accrue	27,59%	Accessibilité aux services numériques accrue	31,58%
4	Proximité géographique du service	30,00%	Accessibilité téléphonique accrue	60,00%	Accessibilité téléphonique accrue	47,62%	Accessibilité téléphonique accrue	48,00%	Accessibilité téléphonique accrue	45,35%
5	Proximité géographique du service	53,33%	Proximité géographique du service	41,18%	Proximité géographique du service	63,16%	Proximité géographique du service	57,14%	Proximité géographique du service	54,17%
6	Autre	100,00%	Proximité géographique du service	80,00%	Proximité géographique du service	100,00%	Autre	100,00%	Proximité géographique du service	60,00%

### Les collectivités locales et les partenaires ruraux :

Hiérarchie des principales attentes	Directions de 1ère catégorie		Directions de 2ème catégorie		Directions de 3ème catégorie		Directions de 4ème catégorie		National	
	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type d'attente	Taux	Type de canal	Taux
1	Qualité du service et de l'expertise	38,89%	Qualité du service et de l'expertise	60,00%	Rôle de conseil	54,17%	Rôle de conseil	44,83%	Qualité du service et de l'expertise	42,71%
2	Rôle de conseil	61,11%	Rôle de conseil	64,00%	Qualité du service et de l'expertise	54,17%	Qualité du service et de l'expertise	41,38%	Rôle de conseil	46,88%
3	Accessibilité téléphonique accrue	38,89%	Accessibilité aux services numériques accrue	21,74%	Proximité géographique du service	45,45%	Proximité géographique du service	31,03%	Proximité géographique du service	28,26%
4	Accessibilité téléphonique accrue	38,89%	Accessibilité téléphonique accrue	47,62%	Accessibilité aux services numériques accrue	33,33%	Accessibilité téléphonique accrue	44,44%	Accessibilité téléphonique accrue	40,23%
5	Accessibilité aux services numériques accrue	56,25%	Accessibilité aux services numériques accrue	38,89%	Accessibilité aux services numériques accrue	47,62%	Accessibilité aux services numériques accrue	54,17%	Accessibilité aux services numériques accrue	49,37%
6	Autre	100,00%	Accessibilité téléphonique accrue	50,00%	Accessibilité aux services numériques accrue	50,00%			Autre	44,44%

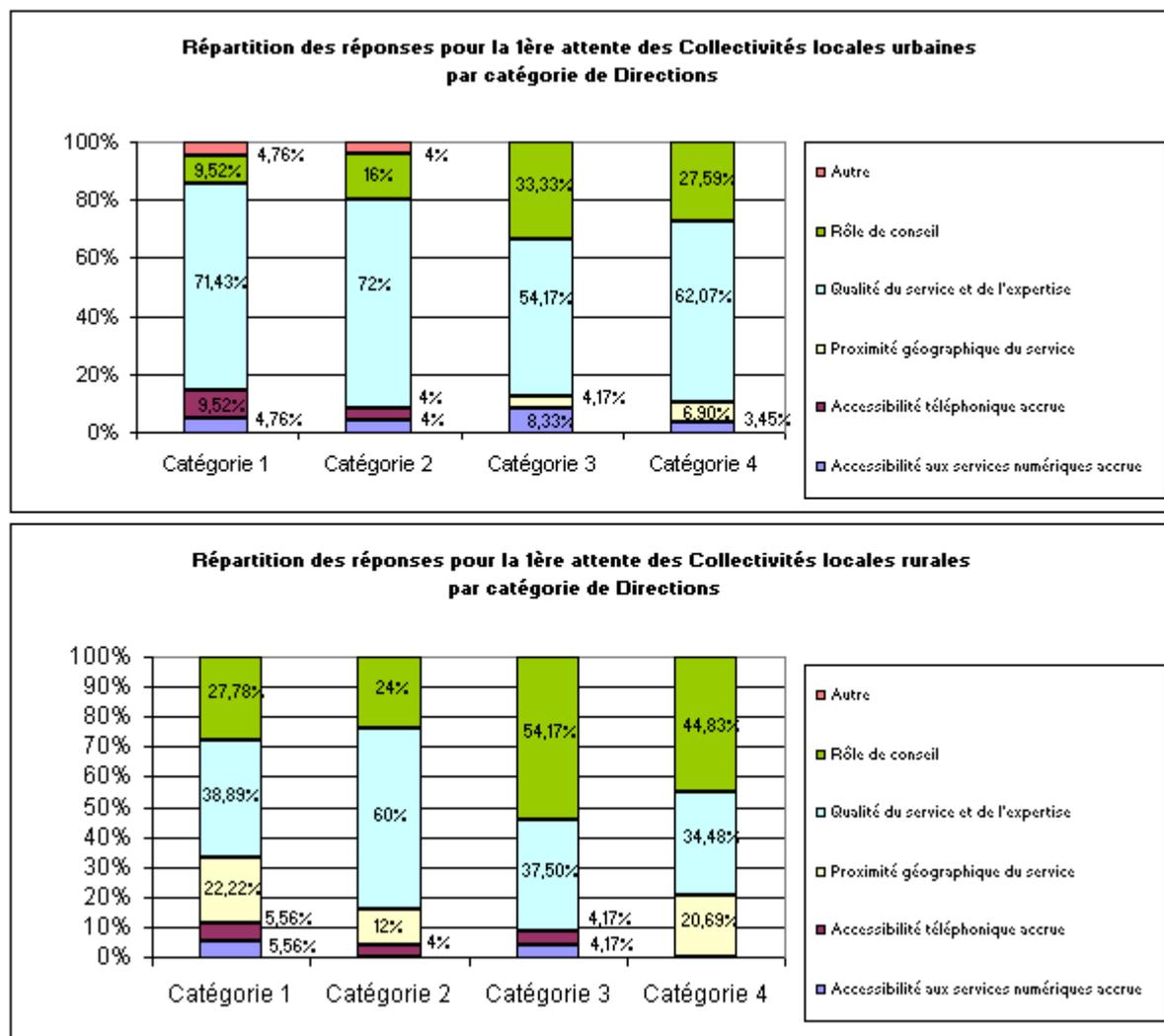
## Les collectivités locales :

Le graphique suivant s'attache à donner le détail des réponses apportées par les Directeurs pour déterminer le « top » de la 1ère attente des collectivités locales (urbaines et rurales).

Enfin, en comparant ces deux tableaux « collectivités locales urbaines » et « collectivités locales rurales », il peut être constaté une prédominance commune pour les items « Qualité du service et de l'expertise » et « Rôle de conseil ».

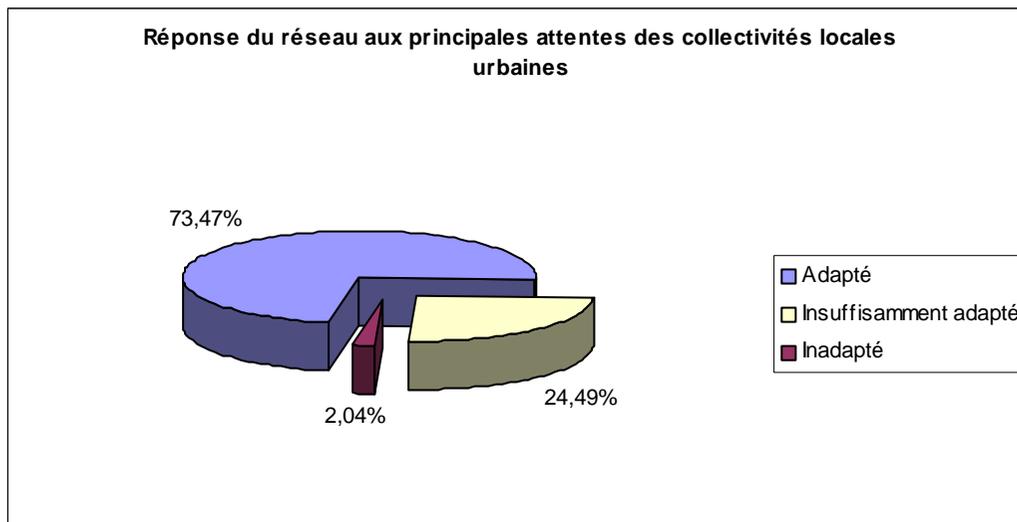
L'item « Proximité géographique du service » concerne avant tout les territoires ruraux.

L'item « Autre » fait référence à la « Disponibilité » et à la « Simplification de la réglementation ».



## Réponse du réseau aux principales attentes des collectivités locales pour les Directeurs :

Les collectivités locales et les partenaires urbains :



Les collectivités locales et les partenaires ruraux :

