



L'administration électronique : Les notions de qualité et de satisfaction

EL MEHDI CHAHIR, (*Doctorant*)¹, SAID EI GUENNOUNI, (*Professeur des Universités*)²

¹ *Laboratoire de Droit et Management des Affaires*
Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales – Ain Chock
Université Hassan II de Casablanca, Maroc

² *Laboratoire de Droit et Management des Affaires*
Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales – Ain Chock
Université Hassan II de Casablanca, Maroc

Résumé : L'administration électronique se réfère à l'exploitation des technologies de l'information et de la communication en vue de fournir des services publics de haute performance, en assurant la transparence, l'efficacité, l'efficience et la rapidité des prestations. Cependant, son objectif essentiel demeure la prestation d'un service de qualité visant à satisfaire au mieux les usagers des administrations publiques. Dans ce papier nous allons passer en revue les notions de base de l'administration électronique, tout en essayant de répondre à la question de vraisemblance entre satisfaction et qualité. Une question primordiale qui va nous aider dans le choix d'un modèle économétrique adéquat dans la partie pratique d'une étude ultérieure, cherchant à mesurer l'impact de la digitalisation des services publics sur la satisfaction des usagers en prenant le cas de la Direction Générale des Impôts au Maroc.

Mots-clés : Administration électronique ; Qualité de service ; Satisfaction.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.8348708>

Published in: Volume 2 Issue 5



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Introduction

Depuis l'émergence de la première machine informatique en 1945 (l'ENIAC - Electrical Numerical Integrator and Calculator), le développement du premier microprocesseur en 1971 (l'Intel 4004) et l'avènement du World Wide Web (www) avec l'introduction emblématique du domaine « .com » dans

les années 1990, notre monde connaît une évolution numérique exponentielle et devient « **un monde de plus en plus digitalisé** ».

Et l'année 2001 exposait le début d'apparition de la plus grande histoire de la digitalisation lorsque **Amazon** avait acquis le groupe **Borders** révolutionnant ainsi le retail des livres en ligne, puis d'autres succès-stories de quelques fameuses firmes du « **Silicon Valley** » s'amassent : **Netflix** qui a bouleversé la puissante industrie cinématographique aux Etats-Unis, sans oublier son impact néfaste sur le domaine de la VOD (Video à la demande) , sur les salles de cinéma ainsi que sur les commerces de vente ou de location des DVD , **iTunes** et **Spotify** qui ont agité le marché musical , **LinekedIn** le secteur du recrutement , **Skype** et plusieurs firmes qui concurrencent le marché des télécoms ... et la liste pourrait d'être plus longue.

Selon « **We Are Social** »¹, les statistiques mondiales du digital pour janvier 2020 montrent que 4.54 milliards de personnes utilisent le Web, soit un accroissement de 7% par rapport à 2019, et que 60% de la population mondiale est connectée à Internet. Un chiffre qui en dit beaucoup sur le changement radical que connaît le monde et sur l'impact que commence à prendre le digital dans notre vie quotidienne, devenant ainsi la démarche essentielle et primordiale pour réussir son projet, minimiser ses coûts, fidéliser sa clientèle, sans oublier qu'il est devenu le levier de développement de toute une économie et tout un pays, et fait l'objet de convoitise des entreprises et de leurs concurrents.

Le Maroc ne fait pas l'exception, profitant ainsi du progrès phénoménal en termes d'accès à Internet, variable clé dans toute stratégie de digitalisation, et comme prédisait Philippe-Edern Klein, le président de la Chambre française de commerce et d'industrie du Maroc, le digital constituera « **un passage incontournable pour toutes les entreprises** ».

De ce fait, nombreuses étaient les entreprises qui ont pris conscience de l'importance cruciale de l'intégration du digital dans leurs stratégies et ainsi à se réinventer dans ce monde numérisé. À commencer par le secteur bancaire marocain , pionnier dans la dématérialisation de ses processus, notamment par le lancement du « **e-pay** » ou le paiement électronique ainsi que de nombreuses fonctionnalités accessibles aux usagers depuis des sites web ou des applications mobiles ; Aussi le domaine du marketing et de la communication était parmi les secteurs les plus impactés par le digital au Maroc de par sa nature et son aptitude à accompagner l'évolution perpétuelle des NTIC dans leurs stratégies, tout en passant par plusieurs PME qui ont vu le jour grâce à l'avènement du digital , à savoir les boîtes **Jumia** ou **Avito** « fondateurs » au Maroc de la vente et de l'achat des produits en ligne , et **Buzzkito** qui fait de la création de contenu digital informatif multiplateforme son cheval de guerre.

Cependant, la digitalisation au Maroc ne s'est pas figée à la sphère privée. Le développement des services en ligne est devenu le chantier phare du gouvernement marocain soucieux de la nécessité

¹ (We are social, 2020)

d'exploiter les avantages incalculables du numérique en termes d'efficacité, de réduction des coûts de fonctionnement et d'élévation de la qualité des prestations publiques, mais surtout de rétablir une relation de transparence et de confiance « perdue », au fil des années, entre l'utilisateur et l'administration publique.

Question à répondre

Dans ce papier, notre objectif est de dresser un diagnostic des concepts fondamentaux de l'administration électronique et de tenter à répondre à une question essentielle : **Est-ce qu'un service public de qualité constitue un service qui contribue à la satisfaction de l'utilisateur ?**

Ainsi, savoir si la qualité équivaut à la satisfaction sera important pour utiliser, dans une recherche postérieure, un modèle économique et statistique (à savoir le SERVQUAL) afin de jauger l'impact de la digitalisation sur la satisfaction des usagers marocains en prenant le cas de la Direction Générale des impôts.

Hypothèse :

Un service public de qualité est un service qui contribue à la satisfaction de l'utilisateur.

1. L'administration électronique

1.1 Définition de l'administration électronique

Il existe de nombreuses définitions concernant l'administration électronique (e-administration), et la plupart d'entre elles convergent vers l'utilisation des procédés électroniques et numériques afin de produire un service public de qualité, tout en garantissant la transparence, l'efficacité, l'efficience et la célérité des prestations offertes aux utilisateurs.

Ainsi, l'e-administration peut être définie comme l'utilisation des potentialités et des opportunités d'Internet dans la planification, l'orientation et le contrôle des ressources et des capacités essentielles de l'administration, visant à atteindre les objectifs convoités par l'administration (2009, محمد سمير احمد). L'OCDE (2004) la définit comme : « **L'utilisation des technologies de l'information et de la communication et en particulier de l'Internet en tant qu'outil permettant de mettre en place une administration de meilleure qualité** ».

Toutefois, la définition la plus courante vise à décrire l'administration électronique à travers le remplacement des transactions en format papier par des procédés électroniques en utilisant amplement les technologies de l'information (2008, علاء عبد الرزاق السالمي, حسين علاء).

1.2 La notion du gouvernement électronique

Le «e-Gouvernement» est un mode de management qui reflète la vision d'un citoyen relativement passif qui répond à ses responsabilités et ses implications, basé sur le besoin de solutions quantifiables et comparables. Ce gouvernement du peuple s'appuie sur des consultations et des délibérations qui

améliorent l'approbation et le consentement à une politique, à savoir le vote électronique qui représente l'outil le plus représentatif d'une démarche de e-Gouvernement et qui facilite la communication de l'opinion des citoyens au gouvernement, tout en conservant un caractère consultatif (Michel H, 2005). Alors, et par rapport à l'administration électronique, la notion de l'e-gouvernement est plus vaste. Elle correspond à l'utilisation des TIC par l'ensemble des administrations publiques qui se complètent et œuvrent pour une utilisation optimale des ressources publiques, et capables de satisfaire leurs prestations pour les usagers que ce soit citoyens, organisations ou investisseurs, tout en développant l'environnement économique et sociale actuel et en proposant de nouveaux processus pour le futur (علاء عبد الرزاق السالمي, حسين علاء، 2008).

Et le tableau ci-après montre quelques dissemblances qui existent entre l'E-administration et l'E-gouvernement :

Tableau 1 : les types de la gestion de relations avec les citoyens en utilisant les TIC²

	E-administration	E-gov
Les composantes de citoyenneté	Droits	Responsabilités
Le rôle donné au citoyen	Consommateur	Passif
Logique sous-jacente	Délivrance de service, amélioration de la satisfaction des citoyens, et présentation de la politique du gouvernement local	Améliorer les chances du succès de la politique publique générale
Rôle des élus locaux	Réguler et améliorer la performance de l'administration	Comprendre et déchiffrer l'opinion des citoyens et progresser leur acceptation de la politique du gouvernement

Cependant, et malgré une certaine similitude et une complémentarité entre les deux notions, il est préférable, surtout dans un pays comme le Maroc et en général dans la plupart des pays arabes, d'utiliser le terme d'administration électronique, car en utilisant le terme **Gouvernement** l'auditeur sous-entend essentiellement l'action politique et moins celle administrative de l'Etat, la première étant la plus dominante. Aussi le terme **Gouvernement** est très restrictif puisqu'il symbolise certaines personnes et organes dont les relations sont très enclouées et restreintes, au contraire de l'**Administration** qui est ouverte à tout son environnement et peut interagir avec tous les individus (حسين باكير، 2006).

² (Michel H, 2005)

1.3 Les caractéristiques de l'administration électronique :

D'après Abdelkader Chalali et Allal Kachi (2014)³ on peut énumérer trois principales caractéristiques pour l'administration électronique :

- La diligence dans le traitement puisque l'utilisateur ne perd plus son temps à faire les queues ou à déposer physiquement son dossier dans les bureaux de l'administration cible.
- La réduction des coûts pour les usagers en matière de coûts de transport pour se rendre à l'administration ou à faire des photocopies de documents, ainsi que pour l'administration elle-même en minimisant le coût de production en termes de papier, principalement, et en diminuant drastiquement le nombre de la main d'œuvre dans les services totalement digitalisés.
- La diminution des procédures administratives en numérisant l'information et en l'archivant électroniquement dans des bases de données, sans avoir besoin d'un espace physique d'archivage.

Aussi Radouane Raafat (2004)⁴, dénombre plusieurs caractéristiques propres à l'administration électronique comme :

- La possibilité de regrouper les données dans un seul site ou fichier facilement accessible, en réduisant les difficultés de prise de décision par l'interconnexion des données et entre les différents acteurs du service digitalisé.
- L'instauration d'un climat de confiance avec le citoyen par l'utilisation des NTIC.
- La création de valeurs et de connaissances en mettant à jour et de manière instantanée les informations utiles pour les usagers.
- La gestion des différentes directions et services décentralisés comme une administration centrale unique.

Cependant d'autres auteurs (2004, الطعمانة، محمد محمود، و العلوش، طارق شريف), se pactisent sur quatre caractéristiques essentielles de l'administration électroniques :

- La minimisation des coûts : en s'articulant sur le virtuel (ordinateurs, internet et logiciels) au lieu de recruter plusieurs salariés pour la même tâche.
- La qualité de service : les transactions sont rapides, minutieuses, et de toute clarté.
- La facilitation des procédures administratives : en utilisant une technologie rapide, facile à manier et ergonomique.

³ (شلاللي عبد القادر ، قاشي علال, 2014)

⁴ (رضوان, 2004)

- La transparence : la notion du contrôle administratif électronique fait surface, puisque la traçabilité et le suivi des demandes et des démarches des usages se fait en ligne, en temps réel et en toute transparence.

1.4 Le rôle et le but de l'administration électronique :

Selon Abou Chaira et al. (2015)⁵, les différentes définitions de l'administration électronique prônent sur l'importance du rôle des TIC dans l'élaboration d'une stratégie de digitalisation de l'administration et qui peuvent contribuer à :

- Une meilleure livraison des services aux usagers au niveau de la forme, la rapidité et l'efficacité avec des coûts moindres.
- Améliorer la qualité des services proposés aux citoyens et aux entreprises, en supprimant les procédures manuelles génératrices d'erreurs et en facilitant l'accès à un service public dans un temps amoindri.
- Proposer des services de qualité, efficaces, fiables, transparents et honnêtes.
- Augmenter la productivité du service public en supprimant les tâches inutiles.
- Créer des canaux supplémentaires de communication entre les citoyens et les organismes gouvernementaux.
- Elargir la base de la population connectée à internet, puisqu'il serait nécessaire d'y être raccordé afin de bénéficier des services publics digitalisés⁶.
- Encourager l'investissement dans les TIC qui constituent le socle d'une économie de plus en plus digitalisée.
- Assurer et défendre la confidentialité des transactions usager-administration.
- Actualiser les données et les informations nécessaires aux usagers en temps réel.
- Réduire le coût des procédures administratives pour l'Etat ainsi que pour les usagers.

1.5 Les avantages de l'administration électronique :

L'étude de l'administration électronique en Arabie Saoudite par le chercheur Saad Galib Yassine (2005)⁷ montre que les TIC peuvent profiter les administrations arabes de plusieurs privilèges, tout en les scindant en trois catégories :

Des avantages pour la société :

- Augmenter le degré de transparence de l'administration au niveau de l'amélioration de la qualité de service et la facilitation des procédures.
- Fournir une Data et des bases de données crédibles et accessibles.

⁵ (أبو شعيرة، نهى محمد حسين، 2015)

⁶ (Un rôle qui peut être aussi vu comme un inconvénient)

⁷ (ياسين ، سعد غالب، 2005)

- Ouvrir de nouveaux canaux de communication entre l'administration et la société.
- Profiter des NTIC qui s'améliorent de jour en jour donnant la possibilité de pénétration sur le marché d'entreprises compétitives dans le domaine et impactant de manière positive la qualité et la quantité des services administratifs dématérialisés.

Des avantages pour les organisations :

- Simplifier les procédures et raccourcir le flux des transactions digitalisées.
- Réduire le fardeau et le poids de la paperasse en collectionnant les données dans des fichiers numérisés à usages multiples.
- Archiver électroniquement les données, sans passer par un stockage physique coûteux et peu fiable.
- Aider les organisations à promouvoir le concept de la qualité de service totale ou de la qualité totale en améliorant la qualité des services fournis.
- Faciliter la communication entre les différents départements des organisations.
- Contribuer à la bonne prise de décision en fournissant des données précises et en temps réel.
- Atteindre l'excellence en réduisant le temps et le coût des transactions.
- Développer les mécanismes du travail en suivant l'évolution des TIC.
- Réduire les coûts de la gestion tout en augmentant la performance.
- La célérité et la diligence dans la réalisation des projets.

Des avantages pour les citoyens :

- Contribuer à une communication meilleure et plus rapide entre l'administration et le citoyen en lui offrant un meilleur service à un moindre coût.
- Consulter en ligne et en temps réel les informations souhaitées sans se déplacer à l'administration.
- Accroître la fidélité des citoyens vis-à-vis de leur gouvernement.
- Surmonter le problème des dimensions géographiques et temporelles du service public.

2. La notion de la qualité de service et sa relation avec la satisfaction de l'utilisateur

2.1 La qualité de service :

L'Agence Française de Normalisation stipule que la qualité représente « **la qualité intrinsèque des services proposés et donc de leur aptitude à satisfaire les besoins exprimés ou implicites** », et dans d'autres cas elle peut alléguer « **un engagement sur un niveau de qualité donné pour une prestation. L'objectif est de valoriser une vente par l'offre de prestations attendues pour chaque client : accueil, conseil, SAV ...** » (Laurent Granger, 2019).

Les standards d'ISO 8402 définissent la qualité comme « **l'ensemble des caractéristiques d'une entité qui lui confèrent l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés et implicites** » tandis que Les standards

d'ISO 9000 la décrivent comme « **l'aptitude d'un ensemble de caractéristiques intrinsèques à satisfaire des exigences** »⁸.

Aussi, dans son intervention en 2019 lors du forum de la faculté de droit en Algérie, le professeur conférencier Baya Sifone (2019)⁹ soulève que la qualité constitue un ensemble de caractéristiques présentes dans un produit et capables à pallier les besoins actuels et futurs des usagers, et ce, en s'appuyant sur plusieurs définitions :

- **Le dictionnaire américain oxford** qui définit la qualité comme le degré ou le niveau de l'excellence.
- **L'institut fédéral américain de la qualité** qui la commente comme la procédure d'élaborer son travail d'une très bonne manière et depuis son début, tout en adoptant une attitude continue d'évaluation de la performance par l'utilisateur.
- **Joseph Juran** qui annote la qualité par l'adéquation et la concordance entre le but recherché et la manière d'y arriver. Aussi, il proclame que la qualité doit contenir tous les aspects du produit qui concordent avec les attentes et les aspirations des consommateurs, elle doit aussi permettre d'avoir un produit de qualité, sans défaut et pratique dans son utilisation.
- **Feign Baum** qui la décrit comme le résultat intégral du produit ou du service en fusionnant le marketing, l'ingénierie, l'exécution et la maintenance afin de répondre aux besoins des clients.

2.2 La qualité de service dans une administration électronique

On peut définir la qualité de service de l'administration électronique par le degré de facilité que la digitalisation des services publics peut engendrer pour tous ses usagers afin parfaire leurs besoins (C.W. Tan, I. Benbasat, and R.T. Cenfetelli, 2008).

Bien que, et dans leur working-paper paru en 2012 dans le journal international du social la science l'économie et de l'art, Choon Yih Goh, Jeen Wei Ong, Su Zhuang Tan, Gerald Guan Gan Goh et Uchenna Cyril Eze (2012) proposent une lecture de la revue de la littérature relative à la qualité de service dans la sphère électronique, et assignent plusieurs aspects qui régissent et définissent cette notion.

Il se **réfèrent à lin et lee (2005) qui prétendent** que la qualité de service relative aux services fournis à partir du web renvoie à la qualité du e-service qui est déterminée par la perception des clients ou des usagers du service proposé dans l'internet (Santos, J., 2003).

De plus une bonne perception du service obtenu engendrera une bonne impression ainsi qu'un sentiment de satisfaction chez l'utilisateur, comme l'a consolidé Fasnacht et Kose (2007).

⁸ (<https://www.iso.org/>, 2022)

⁹ (باية سيفون, 2019)

Aussi les opinions du service rendu vont déterminer si ses fournisseurs sont en mesure de pallier les besoins des usagers et par conséquent la qualité de l'e-service délivré sur le web jouera un rôle primordial dans la détermination de leur satisfaction (S. F. King and J. S. Liou, 2004) (G. J. Udo, K. K. Bagchi, and P. J. Kirs, 2010) (V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, and A. Malhotra, 2002) (M. Wolfenbarger, and M. C. Gilly, 2003).

Également, le statut de citoyen renvoie à une dimension collective dans la représentation de la qualité dans un service public et donc le fonctionnaire ne devrait pas uniquement tenter de satisfaire les usagers pour réaliser une prestation de service de qualité, mais il serait dans l'obligation de préserver la justice sociale et l'intérêt général et de respecter les standards de l'éthique (Roux Laëtitia, 2010).

Ainsi William Sabadie (2002), en se basant sur les travaux de John Rawls et Philippe Van Parijs traitant le concept de justice, démontre que plusieurs éléments d'estimation peuvent influencer le jugement de l'utilisateur sur la qualité d'un service public en général. Ces critères qui sont présents dans l'évaluation de la clientèle dans la sphère concurrentielle sont plus dominants et font la spécificité de la qualité de service dans le domaine public, comme la qualité relationnelle de l'agent qui traite le dossier, sa sympathie, sa compétence, sa courtoisie et même sa volonté d'agir dans l'intérêt du citoyen. Aussi l'accessibilité du service ainsi que la similitude dans le traitement des prestations représentent autant de variables d'évaluation de la qualité d'un service public forcément pas présentes dans la détermination de la satisfaction des usagers du secteur privé.

2.3 La notion de la satisfaction

La digitalisation s'inscrit dans une démarche de modernisation des services publics et de satisfaction des citoyens par une amélioration de la qualité de service rendus. Cette démarche repose sur le concept de la **servuction** élaboré par Eiglier et Langeard (1987) qui la définissent comme « **l'organisation systématique et cohérente de tous les éléments physiques et humains de l'interface client-entreprise nécessaires à la réalisation d'une prestation de service dont les caractéristiques commerciales et les niveaux de qualité ont été déterminés** » posant ainsi les socles du système de production d'un service basé sur l'importance de l'expérience de ce service et ainsi que sur sa nécessité de combler et satisfaire son usager (Sabadie, 2001).

Une satisfaction est supposée similaire dans la sphère privée et publique puisque dans une publication, Strobel (1993) met le point sur l'analogie entre le consommateur désirant obtenir une meilleure qualité de service et le citoyen qui juge les services publics de l'Etat en le confrontant à son système de valeur et sa perception de l'intérêt général.

Et la littérature regorge de définitions de la satisfaction qui mirent dans la même direction.

Selon **Kotler et Dubois (2000)**, elle représente le jugement d'un client de sa pratique de consommation en comparant ses attentes envers un produit avec ses performances.

Oliver (1981) prétend que « **La satisfaction peut être comprise comme une évaluation de la surprise inhérente à l'acquisition d'un produit et/ou à une expérience de consommation** », tandis que Llosa (1996) ajoute qu'elle représente un état cognitif et affectif réjouissant résultant d'une habitude de consommation d'un bien ou d'un service.

Aurier et Evrard (1998) expliquent la satisfaction comme « **un état psychologique résultant du processus d'achat et de consommation** » et Tse et Wilton (1988) comme « **La réponse du consommateur à l'évaluation de l'écart perçu entre ses attentes antérieures (ou quelques autres normes de performance) et la performance actuelle du produit telle que perçue après sa consommation** ».

Aussi, Bisomerine N'nama Bénédicte (2017) énumère plusieurs définitions de la satisfaction et selon différents angles. Elle peut être expliquée par la performance du produit ou du service proportionnellement aux attentes du client ou par la réaction affective de ce dernier à l'utilisation de ce bien incluant une pratique satisfaisante dès l'achat et une satisfaction globale due à son utilisation régulière (Bachelet, D., 1995). Elle peut être aussi perçue comme le point de rencontre entre l'offre et l'attente de l'utilisateur (Hill, N., 1996), ou comme l'écart entre son « expectation » ou son attente et sa perception du bien, ou l'évaluation du client des caractéristiques attendues dans la qualité du produit ou du service par rapport au prix de ce dernier (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., 1985). Mais vu les critiques de plusieurs chercheurs concernant l'ambiguïté et la relativité du concept de l'attente, ils ont estimé que la satisfaction de l'utilisateur doit se focaliser exclusivement sur la perception et la sensation actuelle, et la définissent alors comme « **une évaluation totale de la performance d'une offre actuelle ou d'une expérience de consommation actuelle** » (Cronin, J. J., and Taylor, S. A., 1992).

2.4 La relation entre la qualité de service et la satisfaction

La revue de littérature des deux notions fait sortir deux courants de pensée, le premier tente d'expliquer la différence « proportionnelle » entre la qualité de service et la satisfaction de son utilisateur, tandis que le deuxième démontre la similitude et la vraisemblance entre les deux concepts.

Ainsi, Parasuraman et al (1985) exposent que la qualité du service perçue par un client est une configuration relative de son attitude ou de sa position, une notion alors non-identique à la satisfaction découlant du rapprochement entre ses attentes et les performances du service.

Aussi, dans sa thèse Sabadie William (2001) rapproche les avis de plusieurs chercheurs sur le fait que la qualité perçue symbolise une attitude et un jugement absolu du service au contraire de la satisfaction qui demeure relative à une transaction particulière. Une idée similaire à la position d'Oliver (1980) qualifiant la qualité perçue d'une attitude globale alors que la satisfaction est spécifique à une transaction et stipule que « **L'attitude traduit l'orientation affective relativement stable d'un consommateur vis-à-vis d'un produit, d'un point de vente ou d'un processus (par exemple le service**

consommateur), tandis que la satisfaction traduit la réaction émotionnelle faisant suite à une expérience non confirmatoire qui agit au niveau de l'attitude de base et qui est spécifique à l'acte de consommation. C'est pourquoi l'attitude est mesurée en termes plus généraux relatifs au produit ou au point de vente, et est moins situationnelle ».

D'autres auteurs incluent la variable « **temps** » dans leurs analyses, puisque Prim (1998) postule que la qualité perçue constitue une image post-achat de l'utilisateur à moyen ou à long terme après avoir réalisé plusieurs transactions, tandis que la satisfaction représente le jugement post-achat associé à une consommation particulière.

Dans le même cadre Wilam Sabadie (2001, p 64) développe que plusieurs auteurs affirment que le cumul de plusieurs satisfactions particulières dans le temps forge le jugement global de la qualité perçue.

À noter que Garbarino et Johnson (1999) articulent sur l'existence de deux formes de satisfactions, une « **satisfaction transactionnelle** » qui concerne une seule et unique expérience de consommation d'un service et une « **satisfaction relationnelle** » plus intégrale, analogue à la qualité globale perçue, et qui englobe toutes les satisfactions passées, présentes et futures d'un client. Tandis que quelques auteurs démontrent la possibilité d'exprimer un jugement de qualité après une seule expérience de consommation et ainsi de concevoir un sentiment de satisfaction générale envers une firme (Sabadie, 2001, p. 64).

L'amalgame et la fusion de toutes ces pensées et principes, étalant le rapport entre la qualité et la satisfaction par le biais du temps, a contribué à ce que Parasuraman et al (1985) convergent vers le postulat que les deux termes peuvent être expliqués dans le cadre d'une seule expérience de service bien définie et également de façon plus globale regroupant plusieurs consommations et expériences étalées dans le temps (Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L., 1994).

Cependant, Ngobo (1997) prétend que « **les concepts de qualité et de satisfaction sont aujourd'hui utilisés de façon interchangeable** », aussi l'Agence Française de Normalisation ainsi que des auteurs comme Eiglier et Langeard (1987) décrivent un service de qualité comme un service qui satisfait le client (Lamprecht J.L., 1997).

De même, plusieurs études expérimentales valident le constat d'une forte connexion entre les deux notions, puisque Nguyen (1991) déduit que qualité et satisfaction mesurent le même « **construit sous-jacent** » après avoir discerné des corrélations puissantes entre elles. Tandis que Spreng et Singh (1993), en étudiant les évaluations des clients d'un service bancaire, ont conclu qu'aucune validité discriminante n'existe entre les deux concepts.

Conclusion :

Ainsi, dans la démarche de notre étude, nous pouvons partir de l'hypothèse qu'un service public de qualité est un service qui satisfait au mieux les attentes de ses usagers, tandis qu'une mauvaise qualité des services peut induire de l'insatisfaction (Bénédicte, 2017), Ipso-facto étudier le degré de leur satisfaction sera sans doute le vecteur et l'image d'un service de qualité.

Et en considérant les définitions de l'OCDE de l'administration électronique en 1993 et celle de la qualité dans son sens large à savoir « **l'aptitude d'un produit, processus ou projet de l'organisation à satisfaire les besoins explicites, implicites ou latents des« bénéficiaires » externes (usagers) de la prestation** », nous pouvons très bien repérer l'existence d'un lien entre la digitalisation de l'administration et la qualité de service et nous pourrions ainsi conclure que : « **l'administration électronique serait un outil visant à mettre en place une administration satisfaisant les besoins explicites, implicites ou latents (autrement dit les attentes) des usagers** » (Roux Laëtitia, 2010). Validant ainsi notre l'hypothèse de base de ce papier.

Il convient de noter que cette validation de l'hypothèse de connexion et d'homogénéité entre la satisfaction et la qualité se révèle comme une dimension méthodologique très pertinente, notamment dans notre contexte de la réalisation d'une étude empirique, ultérieure, visant à évaluer l'impact de la digitalisation des services fiscaux au Maroc sur la satisfaction des usagers, en utilisant le modèle SERVQUAL¹⁰. Ce modèle, qui estime principalement la qualité du service, deviendra également un outil pour mesurer la satisfaction, dès lors que la qualité est supposée être équivalente à la satisfaction. Cette question qui s'avère, aussi, appropriée et pertinente d'un point de vue conceptuel et théorique général, offrira une porte d'entrée vers des analyses empiriques et des enquêtes de terrain qui chercheront à corrélérer et à déterminer si véritablement un service, voire même un bien de qualité, représente intrinsèquement un service ou un produit qui satisfait ses usagers ou ses clients.

Bibliographie

- (1) Andreessen, Marc. (2011). Why Software Is Eating the World ? *Wall Street Journal*.
- (2) Aurier P. et Evrard Y. (1998). Elaboration et validation d'une échelle de mesure de la satisfaction des consommateurs. *Actes du Colloque AFM Bordeaux*, (pp. 51-72).
- (3) Bachelet, D. (1995). *Measuring Satisfaction, or the Chain, the Tree and the Nest* in Brooks, Richard Ed. *Customer Satisfaction Research*. Amsterdam: in Brooks, Richard Ed. *Customer Satisfaction Research*. European Society for Opinion and Marketing Research.

¹⁰ Le « SERVQUAL » représente un instrument de recherche multidimensionnel développé par les chercheurs américains A. Parasuraman, Valarie Zeithaml et Leonard L. Berry (1985 et 1988) s'appuyant sur la théorie de la psychologie cognitive intitulée « **la non-confirmation des attentes** ». Il permet ainsi, de mesurer la qualité d'un service en examinant le gap qui existe entre les attentes des usagers et leur perception du service délivré, et ce, à travers l'examen de 5 dimensions : la tangibilité, l'assurance, la fiabilité, l'empathie et la réactivité. Cet examen se fait par l'élaboration d'un questionnaire, garni en premier lieu par des variables d'ordre sociodémographique, puis en divisant les 5 dimensions en 22 items ou questions de l'ordre de 4 pour la tangibilité, 4 pour l'assurance, 5 pour la fiabilité, 5 pour l'empathie et 4 items pour la réactivité.

- (4) Bénédicte, B. N. (2017). *Influence de la satisfaction des abonnées de maison de télécommunications sur leur niveau de rétention dans la ville de Bukavu*. Université Catholique de Bukavu.
- (5) C.W. Tan, I. Benbasat, and R.T. Cenfetelli. (2008). Building Citizen Trust towards E-Government Services: Do High Quality Websites Matter? *the 41st Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE Computer Society*, (p. 217). Hawaii.
- (6) Choon Yih Goh, Jeen Wei Ong, Su Zhuang Tan, Gerald Guan Gan Goh, Uchenna Cyril Eze. (2012). E-Service Quality and User Satisfaction Toward E-Filing. *International Journal on Social Science Economics and Arts*, 2.
- (7) Cronin, J. J., and Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- (8) Eiglier P. et Langeard E. (1987). *Servuction : Le Marketing des services*. McGraw Hill.
- (9) G. G. Lee and H. F. Lin. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176.
- (10) G. J. Udo, K. K. Bagchi, and P. J. Kirs. (2010). An assessment of customers' e-service quality perception, satisfaction and intention. *International Journal of Information Management*.
- (11) Garbarino E. et Johnson M.S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.
- (12) Hill, N. (1996). *Handbook of Customer Satisfaction*. Aldershot: Gower Publishing Limited.
- (13) <https://www.iso.org/>. (2022). Consulté le 10 31, 2019, sur ISO: <https://www.iso.org/>
- (14) Kotler and Dubois. (2000). *Marketing Management* (éd. 10th). Paris: Public union, 2000.
- (15) Lamprecht J.L. (1997). *ISO 9000 et les services (rééd.1995)*. Paris: AFNOR.
- (16) Laurent Granger. (2019). *Qualité*. Récupéré sur Manager-go: www.manager-go.com/management-de-la-qualite/qualite-de-service.html
- (17) Llosa, S. (1996). *Contribution à l'étude de la satisfaction dans les services*. Thèse pour le Doctorat nouveau régime ès-sciences de gestion, Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Aix-Marseille, Institut d'Administration des Entreprises.
- (18) M. Fassnacht and I. Kose. (2007). Consequences of web-based service quality: Uncovering a multifaceted chain of effects. *Journal of Interactive Marketing*, 21(3), 35-54.
- (19) M. Wolfenbarger, and M. C. Gilly. (2003). eTailQ: dimensionalizing, measuring and predictingetail quality. *Journal of Reatailing*, 79, 183-198.
- (20) Michel H. (2005). e-Administration, e-Government, e-Governance and the Learning City: A typology of Citizenship management using ICTs. *The Electronic Journal of e-Government*, 3(4), pp 213-218.
- (21) Ngobo P. V. (1997). Qualité perçue et satisfaction des consommateurs : un état des recherches. *Revue Française du Marketing*, 163, 3, 67-79.
- (22) Nguyen N. (1991). Un modèle explicatif de l'évaluation de la qualité d'un service : une étude empirique. *Recherche et Applications en Marketing*, 83-97.
- (23) OCDE. (2004). *l'Administration électronique un impératif : Etude de l'OCDE sur l'Administration électronique*. Paris: OCDE.
- (24) Oliver R. L. (1980). *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction*.
- (25) Oliver, R. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*, Fall.
- (26) Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. (1994, January). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in measuring Service Quality : Implications for future research. *Journal of Marketing*, 58, pp. 111-124.
- (27) Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing* 49 (Fall), 41-50.
- (28) Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. (2017). *Marketing 4.0 : Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons ,Inc.,Hoboken.
- (29) Prim I. (1998). Qualité de service et satisfaction : une perspective de long-terme pour une approche réconciliatrice. *Actes du XIVème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, (pp. 957-973). Bordeaux.

- (30) Roux Laëtitia. (2010). L'administration électronique : un vecteur de qualité de service pour les usagers ? *Informations sociales*(158), 20-29.
- (31) S. F. King and J. S. Liou. (2004). A framework for international channel evaluation. *International Journal of Information Management*, 26(4), 476-488.
- (32) Sabadie William. (2002). La satisfaction des usagers des services publics : théories et perspectives. *Ragards*(34), 22-34.
- (33) Sabadie, W. (2001). *Contribution à la mesure de la qualité perçue d'un service public*. Université des Sciences Sociales - Toulouse.
- (34) Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimension. *Managing Service Quality*, 13(3), 233-246.
- (35) Spreng R. et Singh A. (1993, Summer). An empirical assessment of the Servqual scale and the relationship between Service Quality and Satisfaction. *AMA*, pp. 1-6.
- (36) Strobel, P. (1993, Janvier). L'usager, le client et le citoyen : quels rôles dans la modernisation du service public ? *Recherches et Prévisions*, pp. 31-44.
- (37) Tse D.K et Wilson P.C. . (1988). Models of consumer satisfaction formation : an extension. *Journal of Marketing Research*.
- (38) V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, and A. Malhotra. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of Academy of Marketing Science*.
- (39) *We are social*. (2020). Consulté le 02 11, 2020, sur www.wearesocial.com
- (40) أبو شعيرة، نهى محمد حسين. (2015). درجة توافر أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية في مدارس التعليم العام بمحافظة غزة و سبل تطويرها. فلسطين قطاع غزة: الجامعة الإسلامية.
- (41) الطعامنة، محمد محمود، و العلوش، طارق شريف. (2004). الحكومة الإلكترونية و تطبيقاتها في الوطن العربي. منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية. 11-12 ,
- (42) بباية سيفون. (2019). دور الإدارة الإلكترونية في تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسة العمومية. قسم الإعلام والاتصال. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- (43) حسين باكي. (2006). المفهوم الشامل لتطبيق الادارة الالكترونية. مجلة آراء حول الخليج، مركز الخليج للأبحاث.
- (44) حماد مختار. (2007). تأثير الإدارة الإلكترونية على إدارة المرافق العامة وتطبيقاتها في الدول العربية. جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام.
- (45) رضوان, ر. (2004). الإدارة الإلكترونية ، الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة. الملتقى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة (p. 4). القاهرة: مركز المعلومات واتخاذ القرار.
- (46) شلالى عبد القادر ، قاشي علال. (2014). الحكومة الإلكترونية عوامة البناء والمعوقات في الجزائر. مدخلية ضمن فعاليات اليوم الدراسي حول مستقبل الحكومة الإلكترونية في الجزائر (p. 4). كلية الحقوق والعلوم السياسية: جامعة البلديدة 2.
- (47) علاء عبد الرزاق السالمي، حسين علاء. (2008). شبكات الإدارة الإلكترونية. الأردن. عمان: دار وائل للنشر.
- (48) محمد سمير احمد. (2009). الإدارة الإلكترونية. الأردن: دار المسيرة.
- (49) ياسين ، سعد غالب. (2005). الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية. المملكة العربية السعودية: معهد الإدارة العامة.