



Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission

Sondage téléphonique sur les services sans fil mobiles au Canada

Sommaire

**Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes**

Janvier 2020

Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Numéro de contrat : 82082-200063/001/CY

Valeur du contrat : 83 043,36 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution du contrat : 2019-06-07

Date de présentation du rapport : 2020-01-13

Numéro d'enregistrement : POR 020-19

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du présent rapport, veuillez communiquer avec le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes à l'adresse suivante : communications@crtc.gc.ca

This report is also available in English.

Canada 

Sondage téléphonique sur les services sans fil mobiles au Canada

Sommaire

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Janvier 2020

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique réalisé auprès de 1 208 Canadiens de 18 ans et plus qui utilisent un cellulaire à des fins personnelles. Le travail sur le terrain a été effectué entre le 25 novembre et le 12 décembre 2019.

Cette publication peut être reproduite uniquement à des fins non commerciales. Une autorisation par écrit doit être préalablement obtenue auprès du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes à :

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

1, promenade du Portage

Gatineau (Québec) J8X 4B1

Tél. : 877-249-2782

Télec. : 819-994-0218

Numéro de catalogue :

BC92-107/2-2020F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-33839-2

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 020:19) :

Numéro de catalogue BC92-107/2-2020E-PDF (version anglaise du rapport final)

ISBN 978-0-660-33838-5

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre du Patrimoine canadien, 2020.

This publication is also available in English under the following title: Telephone Survey on Mobile Wireless Services in Canada – Final Report

SOMMAIRE

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a chargé Phoenix Strategic Perspectives Inc. (Phoenix SPI) de mener une recherche afin de mieux comprendre les besoins, les comportements et les habitudes des Canadiens en ce qui a trait aux services sans fil mobiles.

Contexte et objectifs

Depuis quelques années, les Canadiens comptent sur les services sans fil mobiles dans bien des aspects de leur vie, que ce soit pour communiquer les uns avec les autres, pour se divertir, pour faire des affaires, pour interagir avec tous les ordres de gouvernement ou pour poursuivre leurs études. Parallèlement, les services sans fil mobiles permettent aux entreprises canadiennes d'accroître leur efficacité et leur productivité, ce qui leur donne la chance de demeurer concurrentielles sur le marché mondial.

Le marché des services sans fil mobiles de détail continue d'être le secteur du marché des télécommunications le plus vaste et à la croissance la plus rapide au Canada. En 2018, les services sans fil mobiles de détail ont généré des revenus de 27,1 milliards de dollars, soit une augmentation de 2,6 milliards de dollars ou de 10,7 % par rapport aux revenus de 2017. Le nombre d'abonnés canadiens continue de croître; en 2018, le nombre total d'abonnés s'élevait à 33,2 millions, ce qui représente une hausse de 4,8 % par rapport à l'année précédente.

Dans l'Avis de consultation de télécom CRTC 2019-57 publié le 28 février 2019, le CRTC a entamé un examen des services sans fil mobiles en s'attardant à ce qui suit : (1) la concurrence dans le marché de détail; (2) la réglementation des services de gros; et (3) l'avenir des services sans fil mobiles au Canada. Les parties intéressées ont présenté des interventions écrites sur chacun de ces enjeux et auront également l'occasion de comparaître à une audience publique. Les interventions des parties seront examinées par le Conseil et ce dernier déterminera finalement si des modifications au cadre réglementaire sont nécessaires pour s'assurer : (1) que le cadre réglementaire demeure pertinent; (2) que les besoins des Canadiens continuent d'être satisfaits; et (3) que les objectifs stratégiques énoncés dans la Loi sur les télécommunications sont atteints.

Le CRTC a retenu les services de Phoenix SPI pour réaliser une étude visant à aider le Conseil à mieux comprendre les besoins, les comportements et les habitudes des Canadiens en ce qui a trait aux services sans fil mobiles. Deux rapports ont été produits et figurent dans les dossiers publics : (1) un rapport de recherche sur l'opinion publique (ROP); et (2) un rapport de consultation.

Méthodologie

L'étude comprend deux projets : une recherche sur l'opinion publique et une consultation. La recherche sur l'opinion publique a pris la forme d'un sondage téléphonique représentatif mené pour comprendre les opinions des Canadiens sur des questions connexes. Plus précisément, un sondage téléphonique à composition aléatoire de huit minutes a été administré à un échantillon représentatif à l'échelle nationale de 1 208 Canadiens¹ de 18 ans et plus. Pour répondre au sondage, les personnes devaient posséder un cellulaire à usage personnel. Un échantillon à deux bases de sondage chevauchantes (ligne terrestre et cellulaire) a été utilisé pour minimiser les erreurs de couverture; environ 70 % des numéros étaient des numéros de cellulaire et 30 % étaient des numéros de ligne terrestre.

¹ Cela comprend les citoyens canadiens et les résidents permanents.

La base de sondage était non proportionnelle sur le plan géographique pour améliorer l'exactitude des résultats régionaux. Avec un échantillon de cette taille, les résultats généraux sont jugés exacts avec une marge d'erreur de plus ou moins 2,9 %, 19 fois sur 20 (ajustement afin de refléter l'échantillon non proportionnel sur le plan géographique). La marge d'erreur est plus grande pour les résultats ayant trait aux sous-groupes de l'échantillon total. Le travail sur le terrain a été effectué entre le 25 novembre et le 12 décembre 2019.

Les données du sondage ont été pondérées par région, âge et sexe afin de s'assurer que les résultats sont représentatifs de la population canadienne. Les données démographiques du Recensement de 2016 de Statistique Canada ont été utilisées aux fins de la pondération.

En plus de l'échantillon téléphonique représentatif, le questionnaire était disponible en ligne pour que n'importe quel Canadien puisse y répondre s'il le désirait. La consultation a permis aux Canadiens qui s'intéressent au sujet de fournir des commentaires au CRTC. Les résultats de la plus vaste consultation ne sont pas représentatifs de la population canadienne et sont disponibles sous pli séparé.

Principaux constats

- **Plus de huit Canadiens sur 10 sont satisfaits des services offerts par leur fournisseur de téléphonie mobile. Parmi les personnes ayant indiqué être insatisfaites, le coût est cité comme principale raison.**
 - Un peu plus de huit Canadiens sur 10 (83 %) se disent satisfaits des services offerts par leur fournisseur actuel de téléphonie mobile; 35 % en sont très satisfaits. Moins de un Canadien sur cinq en est plutôt ou très insatisfait.
 - Les personnes qui ne sont pas satisfaites des services offerts par leur fournisseur actuel de téléphonie mobile font mention du coût pour justifier leur réponse. Plus précisément, 65 % d'entre elles se disent insatisfaites en raison du coût ou du tarif de leurs services de téléphonie mobile, 38 % invoquent le coût ou le tarif des données et 12 %, le coût ou le tarif de l'utilisation excédentaire.
- **La moitié des Canadiens ayant un cellulaire ont changé de fournisseur et plusieurs ont trouvé que c'était plutôt ou très facile de le faire.**
 - Cinquante-trois pour cent des Canadiens ayant un cellulaire disent avoir changé de fournisseur de services de téléphonie mobile. Ceux-ci sont plus susceptibles d'être âgés entre 25 et 34 ans (61 %) ou entre 35 et 54 ans (57 %) que d'avoir 55 ans ou plus (45 %).
 - La plupart des Canadiens (81 %) ayant changé de fournisseur de services de téléphonie mobile disent qu'il a été facile de le faire; 53 % ont trouvé cela très facile. En revanche, plus d'un tiers (37 %) des Canadiens qui n'ont pas changé de fournisseur croient qu'il serait plutôt ou très difficile de le faire.
- **À l'heure actuelle, la plupart des Canadiens ne sont pas susceptibles de changer de fournisseur de services de téléphonie mobile. Les Canadiens ont des avis partagés en ce qui concerne l'adoption de marques dérivées.**
 - Près de la moitié des répondants (47 %) ont indiqué ne pas avoir changé de fournisseur de services de téléphonie mobile. Ces Canadiens ont invoqué principalement le fait que leur forfait répond à leurs besoins (51 %). Les personnes ayant fait mention de cette raison sont plus enclines à vivre au Québec (68 %) et à déclarer, pour leur ménage, des revenus de moins de 40 000 \$ (63 %).

- Environ deux tiers (65 %) des Canadiens disent qu'ils ne sont pas susceptibles de changer de fournisseur à la fin de leur contrat.
- Un Canadien sur quatre (25 %) a dit à son fournisseur qu'il avait l'intention de changer de fournisseur, et ce, dans le but de diminuer le montant de sa facture. Parmi ceux-ci, 72 % ont dit que leur fournisseur leur a offert un meilleur forfait ou le même format à un tarif plus avantageux afin d'éviter qu'ils ne changent de fournisseur.
- Plus de la moitié des Canadiens sondés n'utilisent pas de marque dérivée pour leurs services de téléphonie mobile. Lorsqu'on leur demande s'ils envisageraient opter pour une marque dérivée, quatre répondants sur 10 (41 %) disent qu'ils y réfléchiraient, après qu'on leur ait donné la description suivante d'une marque dérivée : Une marque dérivée est une marque utilisée par un grand fournisseur de téléphonie mobile pour offrir des services et forfaits sous un nom différent et souvent à un meilleur prix. Par exemple, Virgin Mobile, FIDO et Koodo sont des marques dérivées. Les personnes dont le ménage touche un revenu annuel de moins de 40 000 \$ (25 %) sont moins susceptibles d'examiner la possibilité d'opter pour une marque dérivée que les personnes qui font partie de ménages ayant des revenus annuels plus élevés.
- En revanche, 47 % des Canadiens qui n'utilisent pas actuellement une marque dérivée disent qu'ils n'envisageraient **pas** opter pour l'une de ces marques. Lorsqu'on leur demande quelles en sont les raisons, un tiers (34 %) disent qu'ils sont satisfaits des services offerts par leur fournisseur actuel. De plus, près de trois répondants sur 10 (28 %) sont préoccupés par la qualité ou la couverture des services de téléphonie mobile.
- **Peu de répondants croient que les tarifs des services de téléphonie mobile au Canada sont meilleurs que ceux dans d'autres pays.**
 - On a demandé aux Canadiens s'ils croyaient que les tarifs des services de téléphonie mobile sont meilleurs, pire ou à peu près les mêmes que ceux qu'ils retrouveraient dans d'autres pays. Peu de répondants (4 %) croient qu'ils sont meilleurs et deux tiers (66 %) estiment qu'ils sont pires.

Notes aux lecteurs

- Pour des fins rédactionnelles, les termes « Canadiens », « consommateurs canadiens de services sans fil » et « répondants » sont utilisés de manière interchangeable pour désigner les participants au sondage. De plus, le terme « Canadiens » est utilisé pour désigner les citoyens canadiens et les résidents permanents.
- Tous les résultats dans le présent rapport sont exprimés en pourcentages, à moins d'indication contraire. Les pourcentages peuvent ne pas toujours totaliser 100 % en raison de l'arrondissement ou des multiples réponses fournies par les participants.
- Le nombre de répondants change tout au long du rapport parce que certaines questions n'étaient souvent pas posées à tous les répondants. Les lecteurs doivent en être conscients et faire preuve de prudence lorsqu'ils interprètent des résultats en fonction d'un petit nombre de répondants.
- Les différences sur le plan démographique sont mentionnées dans le rapport.
 - Lorsqu'on fait état des écarts entre les sous-groupes, seules les différences significatives à un niveau de confiance de 95 % et qui ont trait à un échantillon de plus de 30 répondants (n=30) sont indiquées.
 - Si une catégorie d'un sous-groupe n'est pas mentionnée dans une discussion sur les différences entre les sous-groupes (par exemple, si un seul groupe d'âge sur quatre est

comparé), on peut présumer que des différences significatives n'ont été remarquées que dans les catégories indiquées.

La valeur du contrat était de 83 043,36 \$ (incluant la TVH).

Certification de neutralité politique

En ma qualité de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique qui sont décrites dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.

Signature:



Alethea Woods, présidente
Phoenix Strategic Perspectives