



Recherche sur l'opinion publique concernant les Codes de protection des consommateurs du CRTC 2023

Rapport final

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro de contrat : CW2247024

Date d'attribution du contrat : 2022-11-03

Valeur du contrat : 113 466,13 \$ (incluant les taxes applicables)

Date de présentation du rapport : 2023-03-27

Numéro d'enregistrement : POR 075-22

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du présent rapport, veuillez
communiquer avec le CRTC à l'adresse ROP-POR@crtc.gc.ca.

This report is also available in English.

Recherche sur l’opinion publique concernant les Codes de protection des consommateurs du CRTC 2023

Rapport final

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro d’enregistrement : POR 075-22

Ce rapport de recherche sur l’opinion publique présente les résultats d’un sondage téléphonique par composition aléatoire de 15 minutes mené auprès de 1 671 Canadiens de 18 ans et plus. Le travail sur le terrain s’est déroulé du 1^{er} au 22 décembre 2022.

This publication is also available in English under the title : *Public Opinion Research on the CRTC’s Consumer Protection Codes 2023*.

Autorisation de reproduction

Cette publication peut être reproduite uniquement à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès du CRTC. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, prière de communiquer avec le CRTC à l’adresse ROP-POR@crtc.gc.ca ou à l’adresse :

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

1, promenade du Portage

Gatineau (Québec) J8X 4B1

Numéro de catalogue :

BC92-117/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-47522-6

Publication connexe (numéro d’enregistrement : POR 075-22) :

Numéro de catalogue : BC92-117/2023E -PDF (version anglaise)

ISBN : 978-0-660-47521-9 (version anglaise)

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2023

Table des matières

Sommaire	1
Introduction	6
Contexte.....	6
Objectifs de la recherche	6
Méthodologie.....	7
Notes à l’intention du lecteur	7
Constats détaillés	9
1. Connaissance des Codes de protection des consommateurs.....	9
2. Code sur les services sans fil.....	10
3. Code des fournisseurs de services de télévision	36
4. Code sur les services Internet	40
5. Perspectives concernant le CRTC	43
6. Profil des répondants au sondage	46
Annexe	48
1. Spécifications techniques.....	48
2. Questionnaire du sondage	51

Liste des diagrammes

Diagramme 1 : Souvenir des codes de protection des consommateurs	9
Diagramme 2 : Type de forfait de service sans fil : individuel ou familial/partagé	10
Diagramme 3 : Nombre de membres du forfait partagé	11
Diagramme 4 : Type de forfait sans fil : prépayé contre postpayé	12
Diagramme 5 : Caractéristiques du forfait de service sans fil	13
Diagramme 6 : Type d’appareil	15
Diagramme 7 : Type d’acquisition de nouveau téléphone.....	17
Diagramme 8 : Type de données incluses dans le forfait de service sans fil	18
Diagramme 9 : Quantité de données incluses dans le forfait mensuel	19
Diagramme 10 : Activités pour gérer ou limiter l’utilisation de données	20
Diagramme 11 : Facilité à gérer l’utilisation de données	21
Diagramme 12 : Nombre de fois que des frais d’utilisation excédentaire de données ont été payés au cours des 12 derniers mois	22
Diagramme 13 : Réception d’une facture-surprise	23
Diagramme 14 : Principales raisons expliquant la facture-surprise	24
Diagramme 15 : Montant des frais imprévus sur la facture.....	25
Diagramme 16 : Niveau de difficulté à gérer les frais d’itinérance en voyage	26
Diagramme 17 : Plaintes concernant les services sans fil formulées au cours des 12 derniers mois	27
Diagramme 18 : Motifs des plaintes	28
Diagramme 19 : Principaux motifs des plaintes : au fil du temps	28
Diagramme 20 : Plaintes déposées auprès du fournisseur de services sans fil	29
Diagramme 21 : Facilité à comprendre le contrat de service sans fil	30
Diagramme 22 : Facilité à comprendre l’explication de la période d’essai	31
Diagramme 23 : Modifications au contrat sans préavis.....	32
Diagramme 24 : Changement de fournisseur de service sans fil au cours des deux dernières années	32
Diagramme 25 : Raisons pour le changement de fournisseur de services	33
Diagramme 26 : Facilité de changer de fournisseur de services sans fil	34
Diagramme 27 : Raisons expliquant les difficultés éprouvées à changer de fournisseur de services	35
Diagramme 28 : Clarté des contrats de services télévisuels	36
Diagramme 29 : Connaissance du forfait de base.....	37
Diagramme 30 : Plaintes formulées auprès du fournisseur de services télévisuels au cours des 12 derniers mois.....	38
Diagramme 31 : Motifs des plaintes formulées auprès du fournisseur de services télévisuels	39
Diagramme 32 : Facilité à comprendre le contrat de services Internet	40
Diagramme 33 : Plaintes concernant les services Internet au cours des 12 derniers mois.....	41
Diagramme 34 : Nature de la plainte au sujet du service Internet	42
Diagramme 35 : Répondants informés sur le rôle et le mandat du CRTC	43
Diagramme 36 : Impressions du CRTC	44
Diagramme 37: Impressions du CRTC au cours de la dernière année	45

Sommaire

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a chargé Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) de mener auprès des Canadiens une recherche quantitative sur l’opinion publique (ROP) concernant les Codes de protection des consommateurs.

1. But et objectifs de la recherche

Cette recherche avait pour but de déterminer les niveaux de connaissance et de satisfaction des Canadiens à l’égard du Code sur les services sans fil, du Code des fournisseurs de services de télévision (FSTV) et du Code sur les services Internet. Les objectifs précis de cette ROP étaient les suivants : mieux comprendre les enjeux qui touchent le plus les Canadiens en ce qui a trait à leurs services sans fil, de télévision et Internet ; obtenir des données pour évaluer si le Code sur les services sans fil, le Code des FSTV et le Code sur les services Internet continuent d’atteindre leurs objectifs ; obtenir des données sur le niveau de connaissance des Canadiens concernant les trois codes de protection des consommateurs ; et mesurer la perception des Canadiens à l’égard du CRTC.

2. Méthodologie

Un sondage téléphonique par composition aléatoire de 15 minutes a été mené auprès de 1 671 Canadiens¹ âgés de 18 ans et plus entre le 1^{er} et 22 décembre 2022. La base d’échantillonnage était disproportionnée sur le plan géographique afin d’améliorer l’exactitude des résultats régionaux. Avec un échantillon de cette taille, les résultats globaux peuvent être considérés comme précis à 2,7 % près, 19 fois sur 20 (données rajustées pour refléter l’échantillonnage géographiquement disproportionné). Les marges d’erreur sont plus grandes pour les résultats relatifs aux sous-groupes de l’échantillon total.

3. Principales conclusions et implications

Codes de protection des consommateurs

On n’observe pratiquement pas de changement par rapport à l’an dernier pour ce qui est du rappel concernant les codes sur les services sans fil, les services Internet et des FSTV, collectivement appelés codes de protection des consommateurs. Dans l’ensemble, 17 % des Canadiens se souvenaient d’avoir clairement ou vaguement entendu ou vu quelque chose à propos de ces codes, comparativement à 20 % en 2022.

Forfaits de service sans fil

Les deux tiers (66 %) des Canadiens ont leur propre forfait de service sans fil et le un tiers (32 %) ont un forfait familial ou partagé. Quarante-vingt-neuf pour cent des Canadiens ont choisi un forfait de service sans fil postpayé (ce qui représente une légère baisse par rapport à 2022, alors que 92 %

¹ La citoyenneté n’était pas une condition d’admissibilité, ce qui signifie que les répondants au sondage peuvent inclure des citoyens canadiens, des immigrants admis, des résidents permanents ainsi que des résidents non permanents. Dans le rapport, les répondants au sondage sont appelés « Canadiens » et « répondants » de façon interchangeable pour des raisons de clarté et de lisibilité.

ont déclaré avoir un tel forfait). L’abonnement à un forfait de service prépayé se maintient (8 % comparativement à 7 % en 2022 et 9 % en 2021).

Utilisation des données sans fil

Après avoir subi une légère augmentation entre 2021 et 2022, le nombre de forfaits de service sans fil avec données n’a pas changé cette année : près de 9 Canadiens sur 10 (88 %) ont un forfait qui comprend des données. Les forfaits incluant des données limitées continuent d’être le type de forfait le plus souvent mentionné par les Canadiens ; 63 % (même pourcentage qu’en 2022) ont déclaré que leur forfait comprend une limite mensuelle de données.

Plus des trois quarts (77 %) des Canadiens qui ont un forfait sans fil avec données ont déclaré utiliser le Wi-Fi, lorsqu’il est disponible, pour gérer ou limiter leur utilisation de données. Ensuite, 3 personnes sur 10 (30 %) réduisent leur utilisation de données après avoir reçu une notification indiquant qu’elles approchent leur limite, tandis qu’un nombre beaucoup moins important de répondants (15 %) se servent d’outils pour surveiller leur utilisation des données. Cette année, on observe une forte baisse de la proportion de Canadiens qui prennent de telles mesures pour gérer ou limiter les données.

Gestion des données sans fil

La plupart des Canadiens (83 %) continuent de trouver la gestion de leurs données facile. Soulignant ceci, très peu de Canadiens (9 %) ont payé des frais d’utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois et seulement 2 sur 10 (17 %) ont reçu une facture étonnamment élevée (« facture-surprise ») dans la dernière année. Exactement un tiers des personnes ayant reçu une facture-surprise ont déclaré que la situation était attribuable aux frais d’utilisation excédentaire de données (une baisse par rapport à 56 % en 2019). Tout comme les années précédentes, la majorité des répondants ayant reçu une facture-surprise ont dû payer moins de 50 \$ (27 %) ou entre 50 \$ et 100 \$ (35 %) supplémentaires.

Plaintes concernant les services sans fil

Le pourcentage de plaintes déposées au sujet des services sans fil a été constant au cours des dernières années, allant de 15 % cette année à 17 % en 2020. Il est considérablement inférieur à celui de 2014, année où 26 % des répondants ont déclaré avoir déposé une plainte. La plus grande proportion (43 %) des plaignants ont parlé d’un service inadéquat, suivi de frais facturés à tort (36 %) et de modifications à la quantité de données (14 %).

Quatre-vingt-douze pour cent des personnes ayant déposé une plainte l’ont fait directement auprès de leur fournisseur de services. Très peu de plaignants (6 %) se sont adressés à la fois à leur fournisseur et à la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST).

Contrats visant des services sans fil

Au fil du temps, on assiste à une augmentation de la proportion de Canadiens qui comprennent bien leur contrat (un creux de 57 % en 2020 à un sommet de 64 % cette année). Comme en 2022, un pourcentage moins important de Canadiens (46 %) ont une compréhension claire de leur période d’essai.

Un peu plus d'un Canadien sur 10 (13 %) s'est vu imposer, par son fournisseur de services, des modifications à son forfait sans avoir été informé expressément des nouvelles modalités. Bien qu'il s'agisse d'une légère baisse depuis 2022 (diminution de 4 %), la proportion de Canadiens ayant déclaré des changements de cette nature est demeurée relativement constante au fil du temps, passant d'un creux de 12 % en 2018 à un sommet de 17 % en 2022.

Code des fournisseurs de services de télévision

Près des deux tiers (64 %) des Canadiens détenant un forfait de services de télévision trouvent leur contrat clair et facile à comprendre. Au cours des cinq dernières années, la proportion de Canadiens qui étaient de cet avis a augmenté progressivement, passant de 54 % en 2019 à 59 % en 2021 et à 64 % en 2023. Comme en 2022, 3 Canadiens sur 10 (30 %) abonnés à un service de télévision ont déclaré avoir été informés des forfaits de service de base de leur fournisseur (une diminution par rapport au sommet de 55 % enregistré en 2021).

Deux Canadiens sur dix (21 %) abonnés à des services de télévision ont déposé une plainte au sujet de leurs services au cours des 12 derniers mois. Il s'agit d'une légère baisse par rapport à l'an dernier, alors que 25 % des répondants avaient déclaré avoir formulé une plainte dans la dernière année. Exactement la moitié des répondants ayant déposé une plainte contre leur FSTV ont déploré la qualité des services. En outre, d'autres se sont plaints de frais facturés à tort (30 %) et de modifications apportées sans préavis par leur fournisseur aux prix ou aux chaînes (12 %).

Code sur les services Internet

Les deux tiers (65 %) des Canadiens abonnés à un service Internet résidentiel ont déclaré que leur contrat était clair et facile à comprendre. Ce pourcentage est le même qu'en 2022. Deux Canadiens sur dix (21 %, soit une diminution par rapport à 27 % l'an dernier) ont déposé une plainte au sujet de leurs services Internet au cours des 12 derniers mois. Parmi ces personnes, près de la moitié (45 %) ont remis en question la légitimité ou le montant des frais pour la résiliation anticipée de leur contrat. Les autres raisons invoquées comprenaient la qualité inadéquate du service (28 %), des frais facturés à tort (18 %) et des appels de service (12 %).

CRTC

Environ le tiers des Canadiens se sentent bien (24 %) ou très bien (7 %) informés au sujet du mandat et du rôle du CRTC. Il s'agit d'une baisse depuis 2022, alors que 38 % des répondants s'estimaient informés au sujet de l'organisme. Après être demeurées stables depuis 2019, les impressions des Canadiens à l'égard du CRTC sont moins positives cette année, avec le quart (26 %) ayant une opinion plutôt favorable ou très favorable du CRTC (comparativement à 33 % en 2022).

Observations finales

- Le souvenir en ce qui concerne les codes de protection des consommateurs n'a pas changé au cours de la dernière année. Bien que le niveau de connaissance soit le même, il est assez faible. Il s'agit d'une occasion importante pour le CRTC de se positionner comme une source de renseignements pour les Canadiens, en leur permettant d'approfondir leurs connaissances et de prendre des décisions éclairées au moment de choisir leur fournisseur.
- Par ailleurs, un grand nombre de Canadiens ne sont pas informés au sujet du CRTC. Bien que le niveau de connaissance relatif au mandat et au rôle du CRTC ait fluctué au fil du temps, on a

observé cette année la baisse la plus importante depuis 2018. De plus, seulement le quart des Canadiens ont une impression favorable du CRTC, et la plupart des Canadiens qui ne font pas état d’une impression positive sont neutres à l’égard du CRTC. Une compréhension limitée du rôle et du mandat du CRTC et des impressions généralement neutres à modérément favorables de l’organisme offrent au CRTC l’occasion de mieux faire connaître son rôle de défenseur des intérêts des Canadiens.

- La compréhension des contrats des fournisseurs de services sans fil, de télévision et d’Internet est relativement bonne chez les Canadiens et est demeurée stable au cours des dernières années. Cependant, il est possible de mieux informer les Canadiens de leurs droits. Plus précisément, le nombre de Canadiens au courant de l’offre d’entrée de gamme de leurs fournisseurs de services de télévision a diminué au cours de 2022 ; on peut donc estimer que les fournisseurs de services doivent mieux communiquer les renseignements pour s’assurer que les clients soient au courant de la disponibilité, du prix et du contenu de leur offre de services d’entrée de gamme (c.-à-d. les services de base). De plus, en ce qui concerne les fournisseurs de services sans fil, une minorité importante de Canadiens ont trouvé que l’explication de la période d’essai et des frais de résiliation n’était pas claire. Les fournisseurs doivent déployer plus d’efforts pour aider les Canadiens à mieux comprendre cet aspect de leurs contrats. De plus, le Code sur les services sans fil pourrait possiblement mieux soutenir les consommateurs à cet égard.
- Les Canadiens ont tendance à rester fidèles à leur fournisseur de services sans fil pendant deux ans ou plus. Parmi les quelques clients qui ont décidé de changer de fournisseur, la plupart ont trouvé le processus facile. De plus, le nombre de Canadiens qui achètent un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur de services sans fil a continué de diminuer au fil du temps ; bon nombre d’entre eux apportent leurs propres appareils plutôt que de se procurer un nouveau téléphone. De plus, la proportion de clients qui choisissent d’acheter un nouvel appareil auprès de leur fournisseur et qui décident de placer l’achat sur le solde de leur facture de services sans fil a considérablement diminué au cours des dernières années depuis l’introduction des forfaits de location ou de retour d’appareils.
- La plupart des Canadiens continuent de s’abonner à un forfait de service sans fil avec une quantité limitée de données. La plupart trouvent encore facile de gérer l’utilisation de données et n’ont pas payé de frais d’utilisation excédentaire de données au cours de la dernière année. Quoiqu’un nombre relativement faible de clients reçoivent des factures-surprises, les frais d’utilisation excédentaire de données demeurent la principale raison des factures-surprises. De plus, on observe une augmentation du nombre de Canadiens qui reçoivent des factures-surprises en raison des frais pendant leurs voyages à l’étranger. L’augmentation, tant des frais d’utilisation excédentaire de données que des frais pour les voyages à l’étranger, peut être attribuée à un retour aux comportements antérieurs, alors que les restrictions liées à la COVID-19 ont été assouplies et qu’un plus grand nombre de Canadiens choisissent de voyager à nouveau ou de passer moins de temps à la maison. Idéalement, il faudra surveiller cet élément au fil du temps pour déterminer les répercussions sur le Code sur les services sans fil.

4. Utilisation escomptée des résultats

Les résultats serviront à faire ce qui suit : 1) orienter les mesures que le CRTC devrait prendre pour s’assurer que les Canadiens disposent des outils dont ils ont besoin pour comprendre leurs contrats de service sans fil et leurs droits connexes ; 2) cerner les lacunes potentielles du Code sur les

services sans fil et 3) servir de mesure du niveau de connaissance et de satisfaction des Canadiens à l’égard du Code sur les services sans fil, du Code des FSTV et du Code sur les services Internet au fil du temps.

5. Valeur du contrat

La valeur du contrat était de 113 466,13 \$ (taxes applicables incluses).

6. Déclaration 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.



Alethea Woods
Présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Introduction

Contexte

En juin 2013, le CRTC a créé le Code sur les services sans fil, un code de conduite obligatoire pour les fournisseurs de services vocaux et de données sans fil mobiles au détail. Le Code sur les services sans fil avait pour objectif de permettre aux Canadiens de comprendre plus facilement leurs contrats de services mobiles, de changer de fournisseur de services et de prévenir les factures-surprises.

Dans sa décision relative au Code sur les services sans fil, le CRTC a indiqué qu’il évaluerait l’efficacité du Code au fil du temps et que les résultats de cette évaluation feraient partie d’un examen officiel du Code. Selon la décision relative au Code sur les services sans fil, l’examen officiel devait être entrepris dans les trois années suivant la mise en œuvre du Code. En juin 2017, le CRTC a achevé un examen officiel et a annoncé plusieurs modifications au Code sur les services sans fil.

Afin de suivre l’efficacité du Code sur les services sans fil et les opinions des Canadiens au fil du temps, le CRTC effectue régulièrement des recherches sur l’opinion publique (ROP). En 2014, le CRTC a réalisé une ROP de base concernant le Code sur les services sans fil. Les données préliminaires recueillies ont été utilisées en vue d’établir des points de référence pour les évaluations futures. Cette ROP a été répétée chaque année depuis 2014 afin de recueillir des données sur l’évolution de la compréhension des Canadiens concernant les contrats de service sans fil et leurs droits connexes entre la mise en œuvre du Code sur les services sans fil et l’examen.

Depuis la ROP de 2014, des questions supplémentaires concernant la perception des Canadiens à l’égard du CRTC ont été ajoutées au sondage, ainsi que des questions pour explorer des sujets pertinents, tels que le Code des fournisseurs de services de télévision (FSTV) du CRTC (politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-1) qui est entré en vigueur le 1^{er} septembre 2017 (ajouté dans la ROP du printemps 2018) et le Code sur les services Internet (politique réglementaire de télécom CRTC 2019-269), qui est entré en vigueur le 31 janvier 2020 (ajouté à la ROP en 2021). De plus, les questions liées au Code des FSTV et au Code sur les services Internet ont été modifiées pour répondre aux besoins changeants en matière de renseignements, et des questions liées au Code sur les services sans fil ont été ajoutées au besoin pour mesurer, par exemple, l’adoption de « forfaits de location d’appareils » par les Canadiens (également ajoutées à la ROP de 2021).

Objectifs de la recherche

Cette recherche avait pour but de recueillir des données qui aideront le CRTC à comprendre le niveau de connaissance et de satisfaction des Canadiens à l’égard du Code sur les services sans fil, du Code des FSTV et du Code sur les services Internet. Les objectifs précis de la ROP de cette année étaient les suivants : mieux comprendre les enjeux qui touchent le plus les Canadiens en ce qui a trait à leurs services sans fil, de télévision et Internet ; obtenir des données pour évaluer si le Code sur les services sans fil, le Code des FSTV et le Code sur les services Internet continuent d’atteindre leurs objectifs, notamment en veillant à ce que les consommateurs soient habilités à prendre des décisions éclairées ; mesurer la perception des Canadiens à l’égard du CRTC et son évolution au fil

du temps ; et obtenir des données sur le niveau de connaissance des trois codes de protection des consommateurs.

Pour atteindre ces objectifs, cette ROP ciblait les sous-groupes de population suivants : des Canadiens ayant des forfaits de service sans fil ; des Canadiens sans forfait de service sans fil ; des Canadiens sous contrat avec un FSTV ; et des Canadiens sous contrat avec un fournisseur de services Internet (FSI). Les résultats serviront à faire ce qui suit : 1) orienter les mesures que le CRTC devrait prendre pour s’assurer que les Canadiens disposent des outils dont ils ont besoin pour comprendre leurs contrats de service sans fil et leurs droits connexes 2) cerner les lacunes potentielles du Code sur les services sans fil et 3) mesurer le niveau de connaissance et de satisfaction des Canadiens à l’égard du Code sur les services sans fil, du Code des FSTV et du Code sur les services Internet au fil du temps.

Méthodologie

Un sondage téléphonique par composition aléatoire a été mené auprès de 1 671 Canadiens âgés de 18 ans et plus entre le 1^{er} et le 22 décembre 2022. Il fallait en moyenne 15 minutes pour répondre au sondage. Deux bases d’échantillonnage (ligne fixe et cellulaire) chevauchantes ont été utilisées pour réduire au minimum les erreurs de couverture². La base d’échantillonnage était disproportionnée sur le plan géographique pour améliorer l’exactitude des résultats régionaux. Avec un échantillon de cette taille, les résultats globaux peuvent être considérés comme précis à 2,7 % près, 19 fois sur 20 (ajustés pour refléter l’échantillonnage géographiquement disproportionné). Les marges d’erreur sont plus grandes pour les résultats relatifs aux sous-groupes de l’échantillon total. Pour une description plus complète de la méthodologie, prière de consulter l’annexe 1, Spécifications techniques.

Notes à l’intention du lecteur

- Dans le rapport, les répondants au sondage sont appelés « Canadiens » et « répondants » de façon interchangeable pour des raisons de clarté et de lisibilité. La citoyenneté n’était toutefois pas une condition d’admissibilité, ce qui signifie que les répondants au sondage peuvent inclure des citoyens canadiens, des immigrants admis, des résidents permanents ainsi que des résidents non permanents.
- Tous les résultats sont exprimés en pourcentages, sauf indication contraire. Tout au long du rapport, la somme des pourcentages peut ne pas toujours correspondre à 100 en raison de l’arrondissement ou des réponses multiples fournies par les répondants.
- Parfois, le nombre de répondants change dans le rapport parce que des questions ont été posées à des sous-échantillons de la population sondée. Par conséquent, les lecteurs doivent en être conscients et faire preuve de prudence lorsqu’ils interprètent les résultats en fonction d’un plus petit nombre de répondants.

² Une erreur de couverture se produit lorsque tous les segments de la population cible ne sont pas inclus dans la base d’échantillonnage. Si seules les lignes fixes avaient été incluses dans la base d’échantillonnage de cette enquête, les Canadiens qui n’ont qu’un téléphone cellulaire n’auraient pas eu la possibilité de participer à l’enquête. Les résultats du sondage ne refléteraient donc que les opinions des Canadiens qui ont une ligne fixe au sein de leur foyer.

- Lorsque la taille de la base de référence est indiquée dans les graphiques, elle reflète le nombre réel de répondants à qui la question a été posée.
- Lorsqu’il s’agit de signaler des variations entre les sous-groupes, les seules différences abordées dans le rapport sont celles qui sont significatives à un niveau de confiance de 95 %, qui dépassent la marge d’erreur pour l’échantillon global et qui se rapportent à un échantillon de sous-groupe d’au moins 30 personnes. La seule exception concernant le critère de taille de l’échantillon pour les variations entre sous-groupes concerne les différences significatives qui font partie d’un modèle ou d’une tendance. Celles-ci *peuvent* être déclarées même lorsque la taille de l’échantillon d’un sous-groupe est inférieure au seuil de déclarations de 30 personnes.
- Les données de suivi sont incluses dans l’analyse. Comme indiqué, cette ROP est menée chaque année depuis 2014. Lorsque l’on fait part des écarts au fil du temps, seules les différences qui dépassent la marge d’erreur d’échantillonnage pour le sondage sont mentionnées.
- Le questionnaire du sondage se trouve à l’annexe [Questionnaire du sondage](#).

Constats détaillés

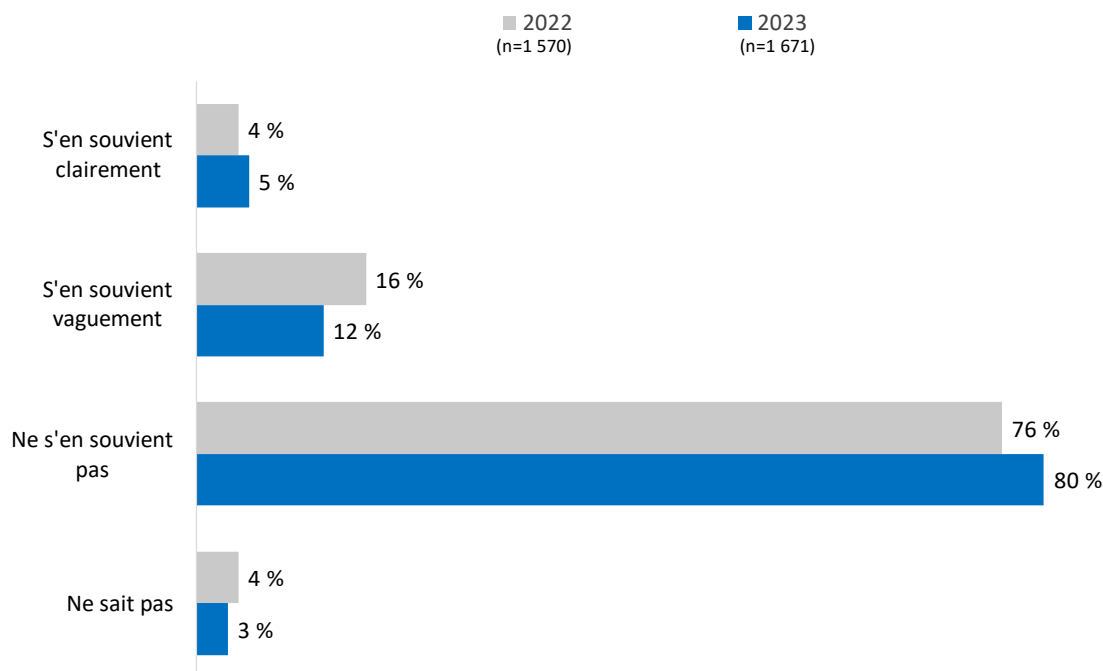
1. Connaissance des Codes de protection des consommateurs

Les Codes de protection des consommateurs sont peu connus.

On n’observe pratiquement pas de changement par rapport à 2022 pour ce qui est du souvenir concernant les codes sur les services sans fil, les services Internet et des fournisseurs de télévision, collectivement appelés codes de protection des consommateurs. Dans l’ensemble, 17 % des répondants se souvenaient d’avoir clairement ou vaguement entendu ou vu quelque chose à propos de ces codes, comparativement à 20 % en 2022. Quatre-vingts pour cent des répondants ne se souvenaient pas d’avoir vu ou entendu parler de ces codes, comparativement à 76 % en 2022.

Les répondants ont été informés que le Code sur les services sans fil, le Code sur les services Internet et le Code des FSTV ont été créés pour faciliter la compréhension des contrats et contribuer à un marché plus dynamique, et ce, avant qu’on leur demande s’ils se souvenaient d’avoir entendu ou vu quoi que ce soit au sujet de ces codes.

Diagramme 1 : Souvenir des codes de protection des consommateurs



WC1. Le Code sur les services sans fil, le Code sur les services Internet et le Code des FSTV ont été créés afin de simplifier la compréhension des contrats de service et de contribuer à un marché plus dynamique. Dans quelle mesure vous souvenez-vous d’avoir entendu ou vu quoi que ce soit au sujet des codes ? Diriez-vous que vous vous en souvenez clairement, que vous vous en souvenez vaguement ou que vous ne vous en souvenez pas ?

Base de référence : tous les répondants.

Le genre, le niveau de scolarité et l’origine ethnique jouent un rôle dans le souvenir des codes de protection des consommateurs. Le niveau de connaissance est plus faible chez les femmes (82 % n’en ont aucun souvenir comparativement à 79 % des hommes), les répondants ayant au plus un diplôme d’études secondaires (86 % n’ont aucun souvenir contre 78 % de ceux qui ont terminé une

partie de leurs études postsecondaires) et les membres des communautés racisées (84 % n’ont pas de souvenir comparativement à 78 % des personnes non-racisées).

2. Code sur les services sans fil

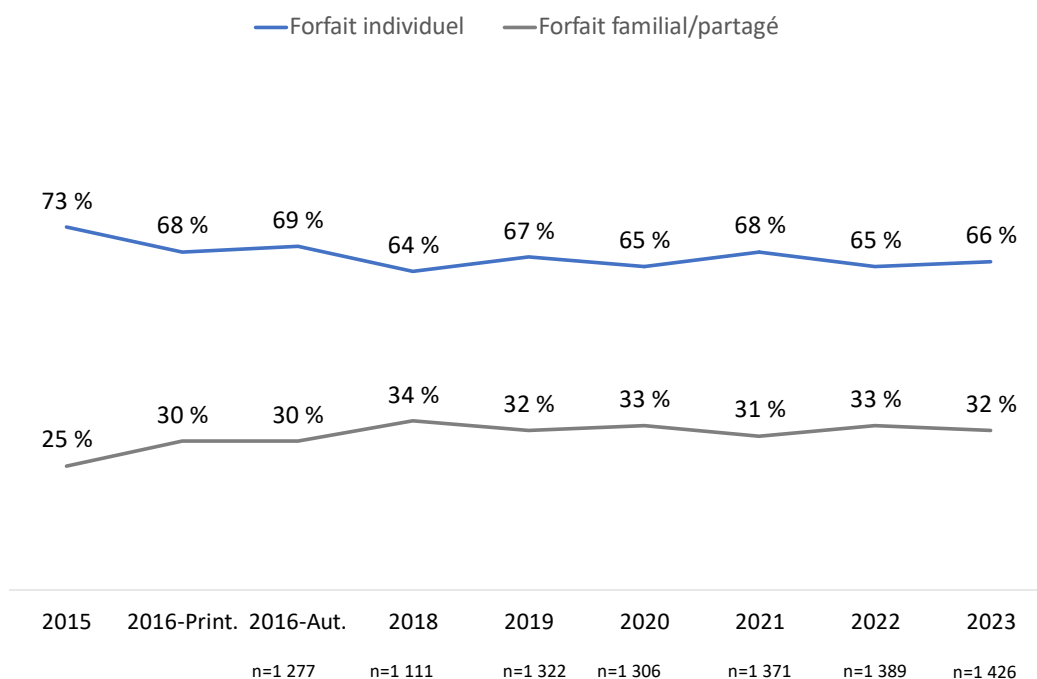
Près de 9 Canadiens sur 10 (88 %) ont déclaré posséder un téléphone cellulaire, un téléphone intelligent ou un autre appareil sans fil. On observe un plus grand nombre de propriétaires chez les personnes vivant en Ontario (92 % contre 84 % à 88 % des personnes habitant ailleurs au pays), les répondants de moins de 65 ans (90 % contre 84 % des répondants âgés de 65 ans et plus) et les ménages à revenu plus élevé (94 % des ménages ayant un revenu annuel totalisant 100 000 \$ et un peu moins de 150 000 \$ contre 82 % des ménages dont le revenu annuel est inférieur à 40 000 \$).

2.1 Type de forfait pour des services sans fil

La majorité des Canadiens sondés ont un forfait de service sans fil individuel.

Les deux tiers (66 %) des Canadiens détiennent un forfait sans fil individuel et le tiers (32 %) ont un forfait familial ou partagé. L’utilisation des données est relativement stable depuis 2018 ; la proportion de Canadiens qui ont chaque type de forfait varie d’au plus trois pour cent d’une année à l’autre.

Diagramme 2 : Type de forfait de service sans fil : individuel ou familial/partagé



WC2. S’agit-il d’un forfait individuel ou d’un forfait familial ou partagé ?

Base de référence : n=1 426 ; répondants ayant un contrat ou forfait de service cellulaire ou sans fil.

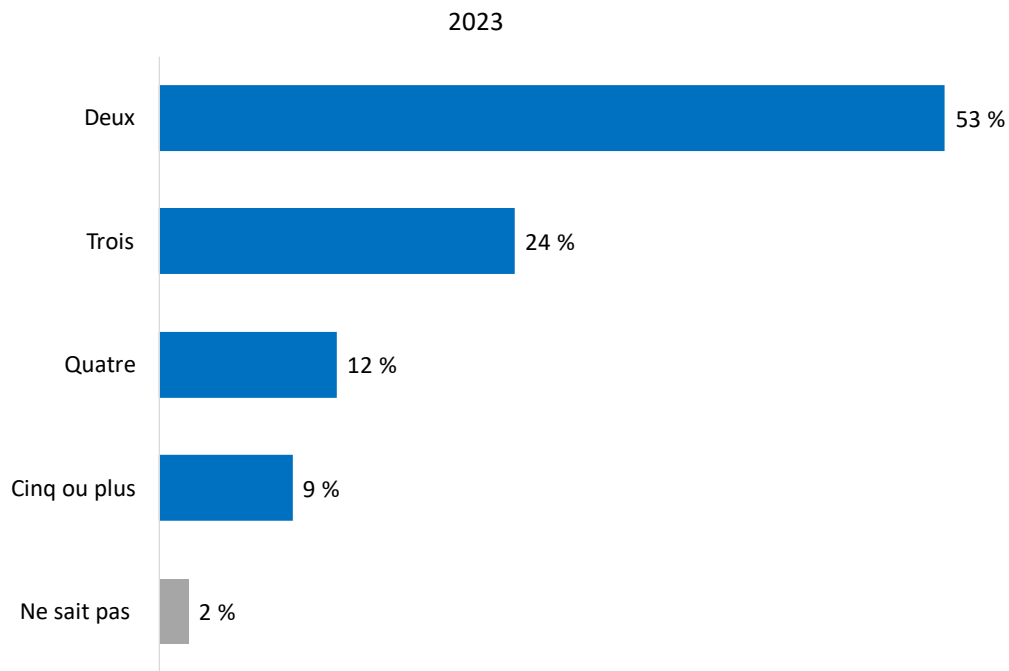
Plus le revenu annuel du ménage augmente, plus la probabilité de détenir un forfait individuel diminue (76 % des Canadiens dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ et 53 % des Canadiens dont le revenu est de 150 000 \$ et plus). Cela correspond aux données de 2022, alors

que les ménages à plus faible revenu étaient plus susceptibles d’avoir un forfait individuel. De plus, les groupes de répondants suivants sont plus enclins à avoir un forfait individuel : les résidents du Québec (73 %) comparativement aux personnes vivant dans les provinces de l’Atlantique (58 %), en Ontario (65 %) et dans les Prairies (61 %) ; les répondants de 18 à 34 ans (72 %) et de 65 ans et plus (72 %) ; et les hommes (69 %).

La moitié des Canadiens qui bénéficient d’un forfait partagé comptent deux membres dans leur forfait.

Parmi les Canadiens qui partagent un forfait de service sans fil, la moitié (53 %) ont déclaré que leur forfait comprenait deux membres. La probabilité d’avoir deux membres augmente avec l’âge, passant de 41 % des répondants de 18 à 34 ans à 75 % des répondants de 65 ans et plus. C’est une situation possiblement attribuable à l’étape de vie. Parmi les autres répondants, le quart (24 %) ont déclaré que trois personnes se partageaient leur forfait et un plus petit nombre ont dit que leur forfait comptait quatre (12 %) ou cinq personnes ou plus (9 %).

Diagramme 3 : Nombre de membres du forfait partagé

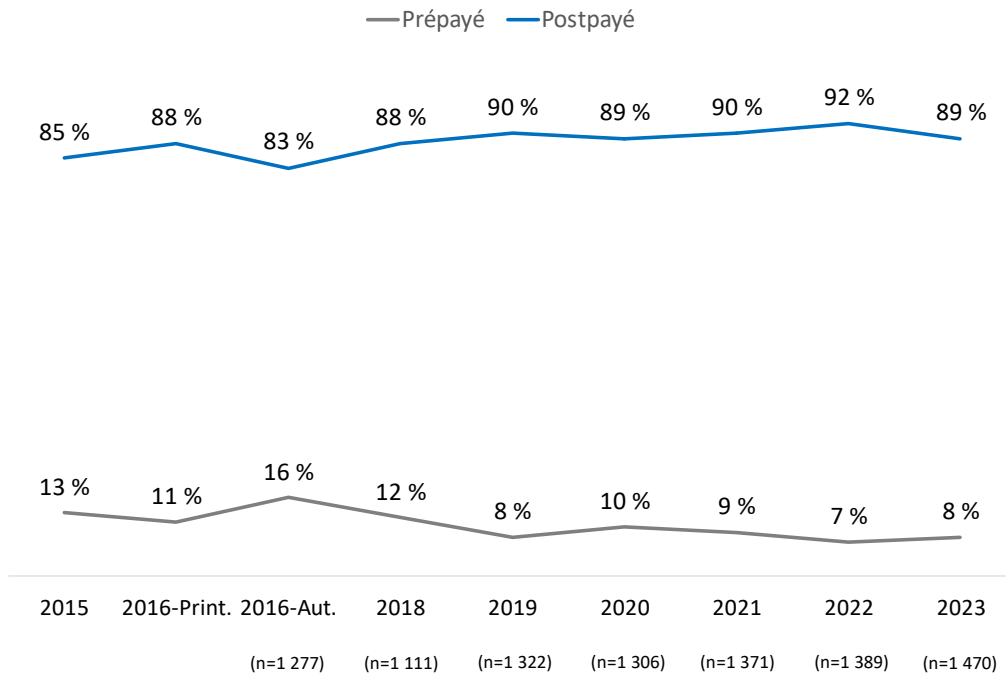


WC3. Combien de membres partagent votre forfait ?
Base de référence : n=486 ; répondants ayant un forfait partagé.

Neuf Canadiens sur dix ont un forfait de service sans fil postpayé.

Quatre-vingt-neuf pour cent des Canadiens ont choisi un forfait de service sans fil postpayé (ce qui représente une légère baisse par rapport à 2022, alors que 92 % ont déclaré avoir un tel forfait). Ce pourcentage est demeuré en grande partie inchangé depuis 2018. On observe une tendance stable pour les services prépayés (8 % contre 7 % en 2022 et 9 % en 2021). Tout comme l’année précédente, les personnes âgées de 65 ans et plus sont plus susceptibles d’être abonnées à un forfait prépayé (14 % comparativement à 9 % des répondants de 18 à 34 ans).

Diagramme 4 : Type de forfait sans fil : prépayé contre postpayé



WC4. Et s’agit-il d’un forfait mensuel ou d’un forfait prépayé ou à la carte ?

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

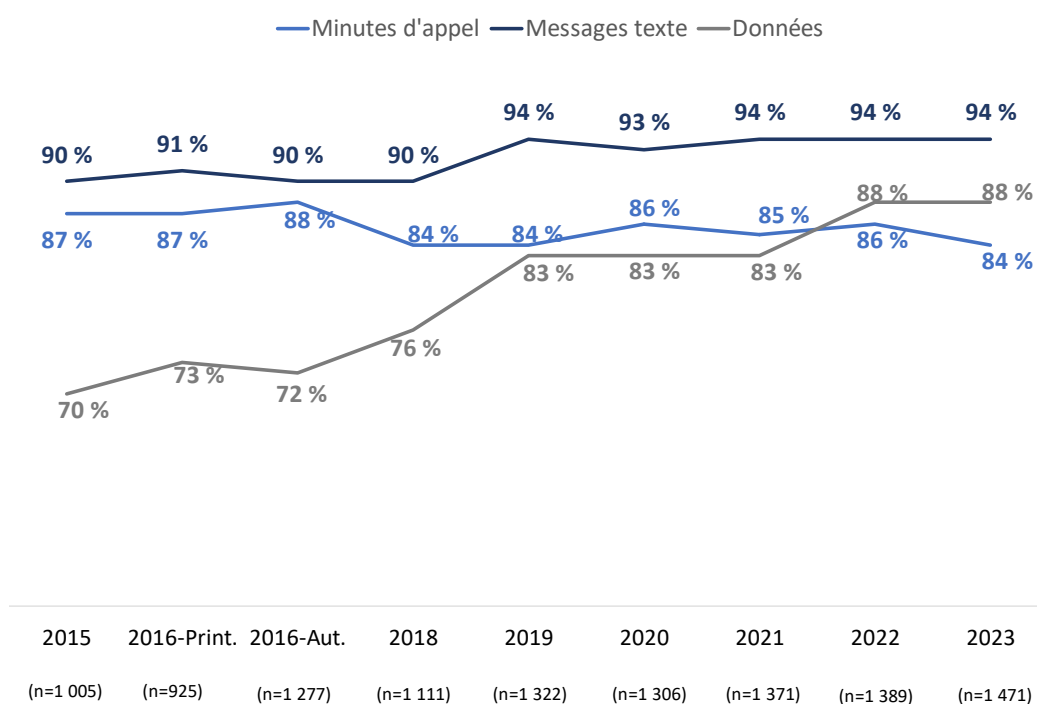
En ce qui concerne les forfaits postpayés, à mesure que le revenu du ménage augmente, la probabilité d’être abonné à un forfait mensuel s’accroît également (84 % des personnes dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ et 96 % des répondants dont le revenu du ménage s’élève à 150 000 \$ ou plus).

2.2 Services inclus dans les forfaits de service sans fil des Canadiens

Les forfaits de service sans fil de la plupart des Canadiens comprennent des minutes d'appel, la messagerie texte et des données.

La majorité des forfaits de service sans fil continuent d'inclure des minutes d'appel (84 %), des données (88 %) et la messagerie texte (94 %). L'inclusion de la messagerie texte dans les forfaits sans fil est demeurée stable depuis 2019. Après avoir subi une légère augmentation entre 2021 et 2022, le nombre de forfaits de service sans fil avec données n'a pas changé d'année en année et continue de dépasser le nombre de forfaits avec des minutes d'appel (84 %).

Diagramme 5 : Caractéristiques du forfait de service sans fil



WC5. Lesquelles des fonctions suivantes sont comprises dans votre forfait de service sans fil ? [Plusieurs réponses acceptées.]

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

Les différences démographiques suivantes sont dignes de mention :

- Les répondants ayant fait des études supérieures, en particulier les titulaires d'un certificat collégial, d'un certificat d'apprentissage ou d'un certificat universitaire inférieur au baccalauréat, et les personnes qui possèdent un baccalauréat ou un diplôme d'études supérieures, sont plus susceptibles que les répondants ayant au plus un diplôme d'études secondaires d'avoir des minutes d'appel (87 % et 85 %, respectivement, par rapport à 78 %) et la messagerie texte (96 % et 95 %, respectivement, par rapport à 89 %) dans le cadre de leur forfait. De plus, la probabilité d'avoir des données avec le forfait augmente avec le niveau de scolarité, passant de 81 % chez les titulaires d'un diplôme d'études secondaires ou moins à 91 % des répondants détenant un baccalauréat ou un diplôme d'études supérieures.

- Les personnes âgées (65 ans et plus) sont moins susceptibles que les répondants plus jeunes d’avoir la messagerie texte (87 % comparativement à 96 % des répondants de 18 à 64 ans) et des données (70 % comparativement à 94 % des personnes de 18 à 64 ans) dans le cadre de leur forfait sans fil.
- La probabilité d’avoir la messagerie texte et des données augmente avec le revenu du ménage. Quatre-vingt-neuf pour cent des ménages dont le revenu annuel est inférieur à 40 000 \$ ont déclaré avoir des messages textes dans le cadre de leur forfait, comparativement à 98 % des ménages ayant un revenu annuel de 150 000 \$ et plus. De même, soixante-dix-neuf pour cent des ménages dont le revenu est inférieur à 40 000 \$ disposent de données, comparativement à 97 % des répondants dont le ménage touche un revenu annuel de 150 000 \$ et plus.
- Les membres des communautés racisées (92 %) ont plus tendance que les autres répondants (87 %) à détenir un forfait de service sans fil qui inclut des données.

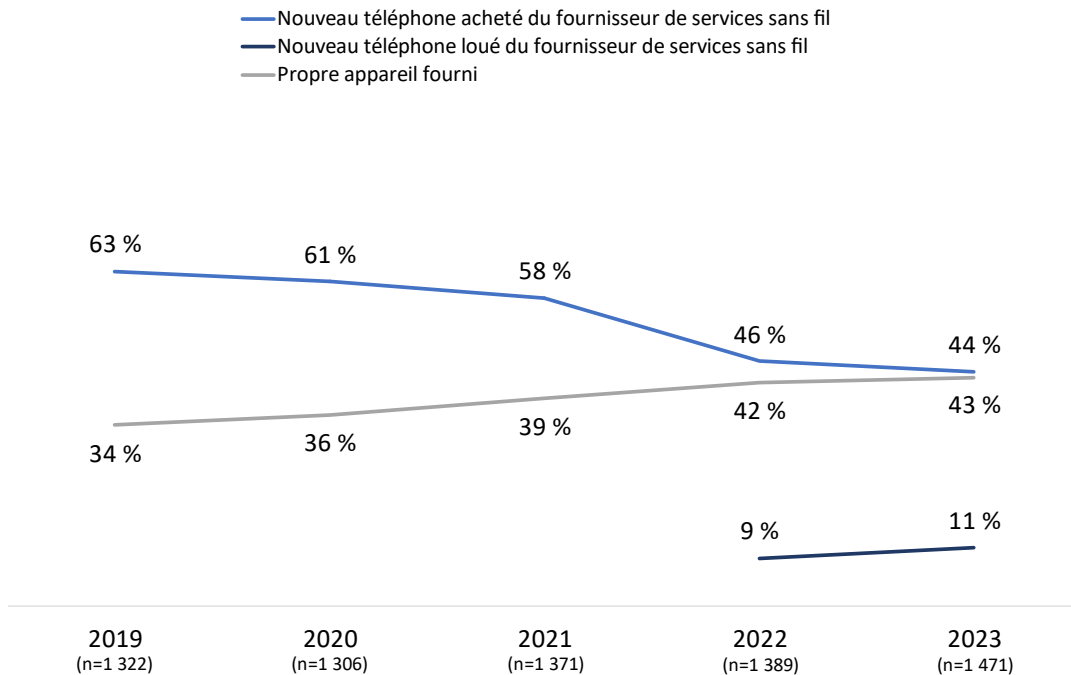
2.3 Appareils

La plupart des Canadiens ont déclaré avoir acheté un nouveau téléphone ou apporté leur propre appareil lorsqu’ils se sont abonnés à leur forfait de service sans fil.

L’achat d’un téléphone demeure constant d’une année à l’autre. Les Canadiens sont répartis également entre ceux qui achètent un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur de service sans fil (44 % comparativement à 46 % en 2022) et ceux qui apportent leur propre appareil (43 % comparativement à 42 % en 2022). Onze pour cent louent leur téléphone auprès de leur fournisseur (comparativement à 9 % en 2022). Bien que les données laissent croire que les nouveaux achats de téléphone sont en baisse au profit des locations et des propres appareils fournis par les clients³, il faudra plus de temps pour confirmer une telle tendance.

³ En 2022, les choix de réponse ont été modifiés pour inclure les locations. Par conséquent, la baisse des nouveaux achats de téléphone qui s’est accélérée en 2022 pourrait refléter ce changement plutôt qu’un changement dans les préférences des Canadiens. Lorsque la location de téléphone (le nouveau choix de réponse) est ajoutée aux achats de téléphone, la proportion de Canadiens n’apportant pas leur propre appareil correspond davantage à la proportion de 2021.

Diagramme 6 : Type d’appareil



WC6. En souscrivant à votre dernier forfait sans fil, avez-vous fourni votre propre appareil, avez-vous fait l’achat d’un nouvel appareil ou avez-vous loué l’appareil auprès de votre fournisseur de services ?

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

Les différences démographiques suivantes sont dignes de mention :

- Les personnes vivant en Ontario (46 %) sont plus susceptibles que celles du Québec (36 %) de fournir leur propre appareil lorsqu’elles s’abonnent à un forfait de service sans fil. En revanche, les résidents du Québec (49 %) et des Prairies (50 %) ont plus tendance que les répondants de l’Ontario (40 %) à se procurer un nouveau téléphone auprès du fournisseur de services.
- Les répondants âgés de 18 à 34 ans (46 %) et de 65 ans et plus (47 %) sont plus susceptibles que les répondants de 35 à 54 ans (37 %) de fournir leur propre appareil. Les personnes âgées de 35 à 54 ans sont plus susceptibles d’avoir acheté un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur (49 % comparativement à 41 % des personnes de moins de 35 ans et de 65 ans et plus).
- Les répondants à faible revenu ont plus tendance à fournir leur propre appareil (50 % des répondants dont le ménage a un revenu annuel inférieur à 40 000 \$ et 48 % des répondants dont le revenu du ménage totalise entre 40 000 \$ et un peu moins de 60 000 \$), tandis que la probabilité d’acheter un nouveau téléphone augmente généralement avec le revenu annuel du ménage, passant de 35 % des personnes dont le ménage gagne moins de 40 000 \$ à 51 % des répondants au sein d’un ménage touchant annuellement 150 000 \$ ou plus.
- Les membres des communautés racisées sont *plus* susceptibles de fournir leur propre appareil (51 % comparativement à 38 % des répondants non racisés) et *moins* enclins à

acheter un téléphone directement auprès de leur fournisseur de services (36 % par rapport à 48 % des répondants non racisés).

- Les personnes vivant en milieu urbain sont *plus* susceptibles de fournir leur propre appareil (44 % comparativement à 32 % des résidents des collectivités rurales) et ont *moins* tendance à se procurer un téléphone auprès de leur fournisseur de services (43 % comparativement à 52 % des résidents des régions rurales).

Le type de nouveau téléphone acheté varie.

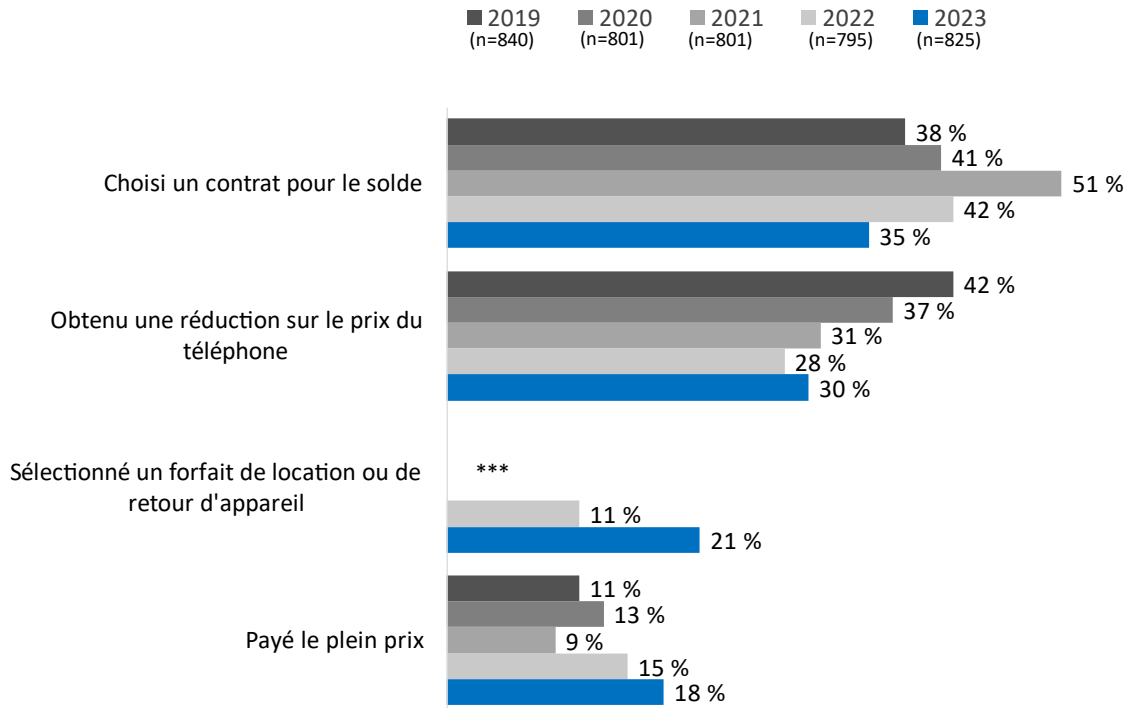
Parmi les personnes ayant acheté ou loué un nouveau téléphone, environ 2 sur 10 (18 %) ont payé le plein prix et cette proportion continue d’augmenter (il s’agit d’une légère hausse par rapport à 15 % en 2022 et d’une augmentation considérable par rapport à 9 % en 2021). Les personnes âgées de 65 ans et plus (22 %) sont plus susceptibles que les répondants de 35 à 54 ans (14 %) d’avoir versé au fournisseur de services le plein prix pour leur téléphone.

Le nombre de Canadiens qui choisissent de placer l’achat d’un nouveau téléphone sur le solde de leur facture continue de diminuer, passant d’un sommet de 51 % en 2021 à 42 % en 2022 et à 35 % en 2023. Les résidents du Québec sont moins susceptibles de choisir un tel contrat (18 % contre 34 % à 45 % des Canadiens vivant ailleurs) tout comme les aînés de 65 ans et plus (22 % par rapport à 33 % des personnes de 55 à 64 ans, 37 % des répondants de 35 à 54 ans et 44 % des répondants de 18 à 34 ans).

Trois répondants sur dix (30 %) bénéficient d’une réduction sur le prix d’un nouvel appareil lorsqu’ils en font l’achat auprès de leur fournisseur de services sans fil (le pourcentage est pratiquement le même qu’en 2022, alors qu’il se trouvait à 28 %). Comparativement aux résidents de l’Ontario (26 %) et des Prairies (29 %), les répondants du Québec (40 %) sont plus susceptibles d’avoir obtenu un rabais.

La proportion de Canadiens qui souscrivent à un forfait de location ou de retour d’appareil a presque doublé cette année, passant de 11 % en 2022 à 21 % en 2023.

Diagramme 7 : Type d’acquisition de nouveau téléphone



***Pas un choix de réponse en 2019, 2020, 2021.

WC7. Parmi les éléments suivants, qu’avez-vous fait ... ? [Plusieurs réponses acceptées.]

Ne sait pas : 9 % 2019, 2020, 2021, 2022-Janv. ; 10 % 2022-Déc.

Base de référence : répondants ayant acheté ou loué un nouveau téléphone de leur fournisseur de services sans fil.

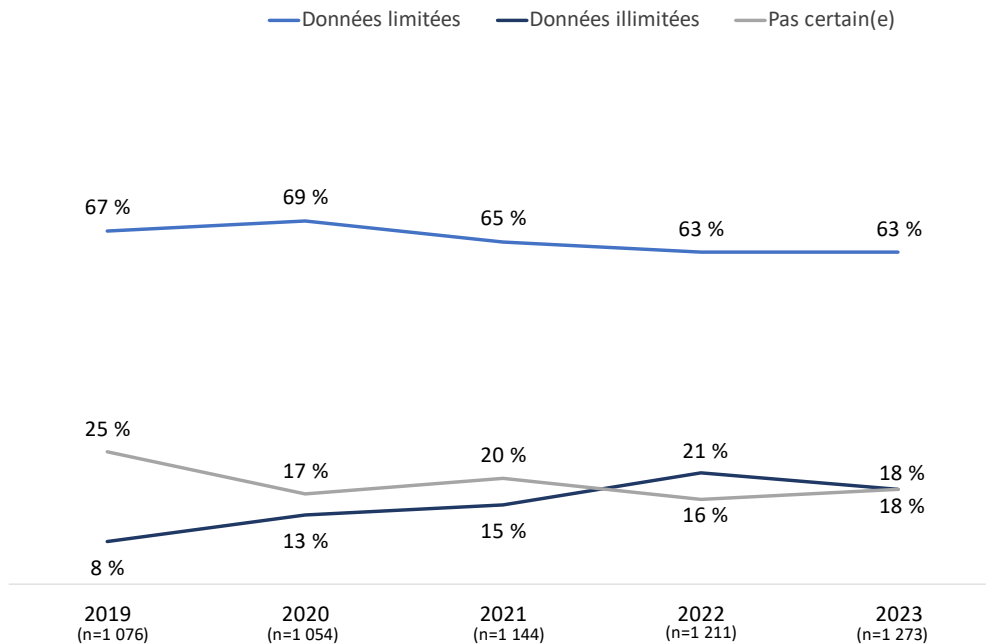
2.4 Données sans fil

Le forfait de service sans fil des Canadiens comprend le plus souvent une quantité limitée de données.

Comme il a été mentionné précédemment, près de 9 Canadiens sur 10 (88 %) sont abonnés à un forfait de service sans fil comprenant des données.

Les personnes ayant un tel forfait détiennent principalement un forfait avec une quantité limitée de données ; 63 % (soit la même proportion qu’en 2022) ont un forfait avec une limite mensuelle de données. La tendance croissante vers les forfaits proposant une quantité illimitée de données que l’on avait observée en 2022 s’est arrêtée à 18 % (soit une baisse de 3 % d’année en année) déclarent être abonnés à un forfait de service sans fil avec données illimitées. Les personnes vivant dans les Prairies (25 %), âgées de 55 ans et plus (22 %) et issues de communautés non racisées (20 %) sont plus susceptibles d’avoir un forfait de service sans fil avec données illimitées.

Diagramme 8 : Type de données incluses dans le forfait de service sans fil



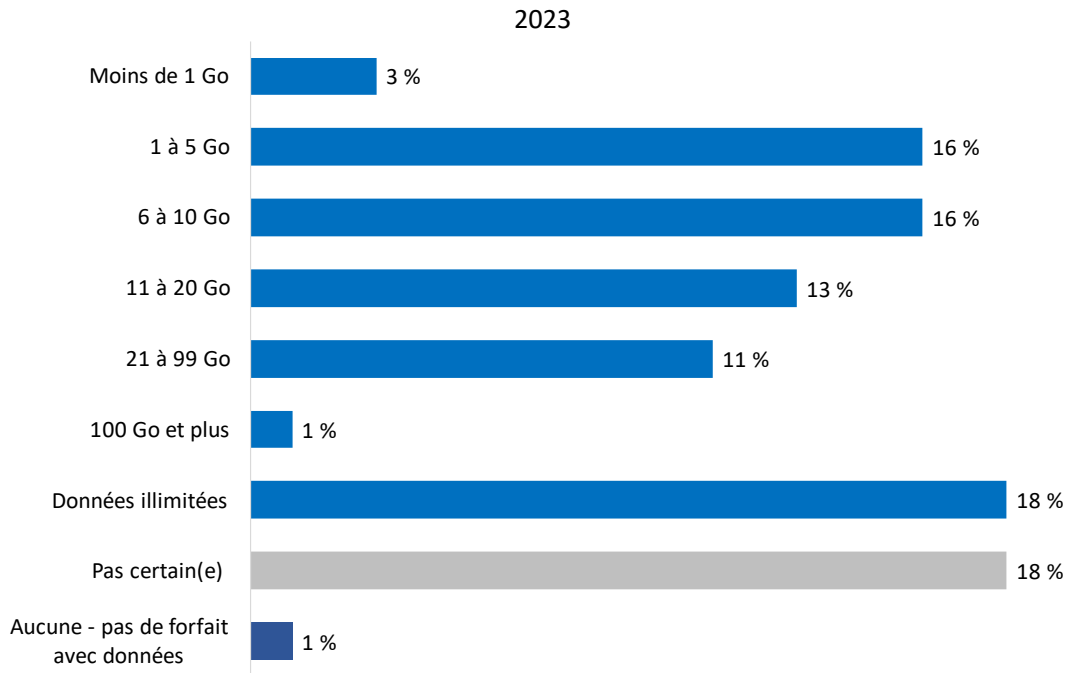
WC8. Certains forfaits de service sans fil offrent une utilisation illimitée de données, d’autres, une utilisation limitée. Lorsqu’un forfait comprend une limite de données mensuelles, vous pouvez avoir à payer des frais d’utilisation excédentaire si vous utilisez plus de données dans un mois que ce que prévoit votre forfait. Quelle est la quantité de données présentement incluse dans votre forfait ?

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil qui inclut des données.

La quantité de données incluses dans les forfaits varie.

Très peu (3 %) de répondants ont moins de 1 Go de données incluses dans leur forfait, et une proportion encore moins importante (1 %) ont 100 Go ou plus. Un tiers des répondants ont déclaré avoir un forfait proposant une quantité limitée de données qui comprend 1 à 5 Go (16 %) ou 6 à 10 Go (16 %) de données, tandis qu’un quart ont mentionné avoir une limite de 11 à 20 Go (13 %) ou de 21 à 99 Go (11 %).

Diagramme 9 : Quantité de données incluses dans le forfait mensuel



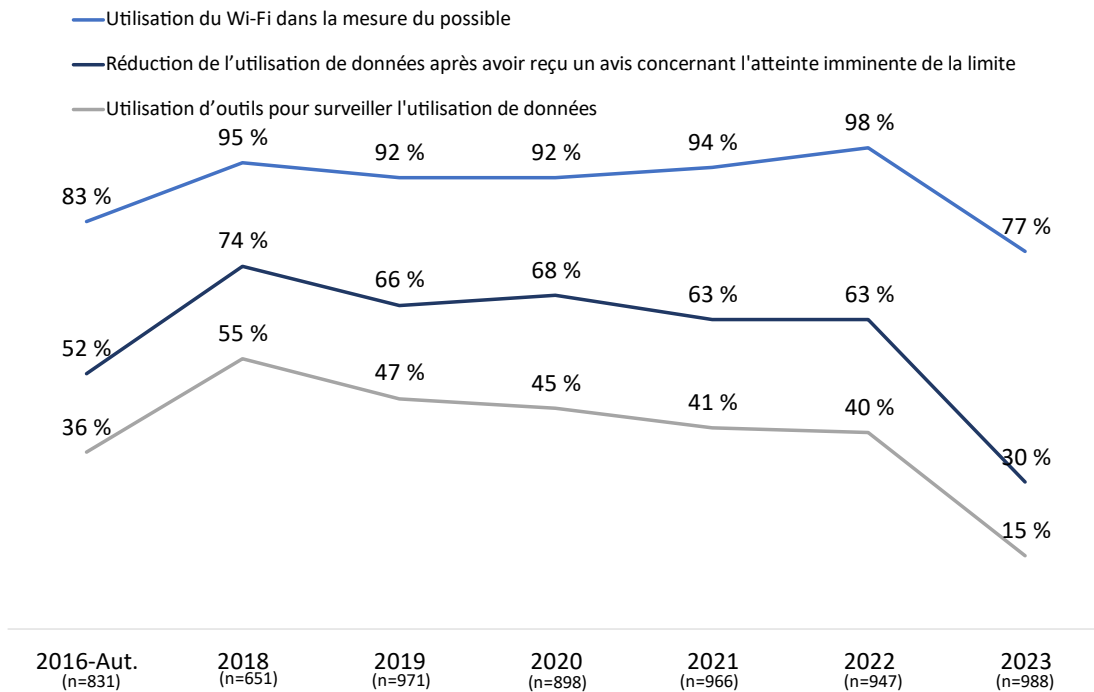
WC8. Certains forfaits de service sans fil offrent une utilisation illimitée de données, d’autres, une utilisation limitée. Lorsqu’un forfait comprend une limite de données mensuelles, vous pouvez avoir à payer des frais d’utilisation excédentaire si vous utilisez plus de données dans un mois que ce que prévoit votre forfait. Quelle est la quantité de données présentement incluse dans votre forfait ?

Base de référence : n=1 273 ; répondants ayant un forfait de service sans fil qui inclut des données.

Un nombre moins important de répondants ont pris des mesures pour gérer ou limiter l’utilisation des données cette année.

Plus des trois quarts (77 %) des Canadiens qui ont un forfait sans fil avec données ont déclaré utiliser le Wi-Fi, lorsqu’il est disponible, afin de gérer ou de limiter leur utilisation de données. En outre, 3 personnes sur 10 (30 %) réduisent leur utilisation de données après avoir reçu une notification indiquant qu’elles sont près de la limite, tandis qu’une proportion beaucoup moins importante de répondants (15 %) se servent d’outils pour surveiller leur utilisation de données. Cette année, on observe une forte baisse de la proportion de Canadiens qui prennent de telles mesures pour gérer ou limiter l’utilisation de données.

Diagramme 10 : Activités pour gérer ou limiter l’utilisation de données



WC9. Lesquelles des méthodes suivantes, s’il y a lieu, utilisez-vous pour gérer ou limiter votre utilisation de données ? [Plusieurs réponses acceptées.]

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil qui inclut des données.

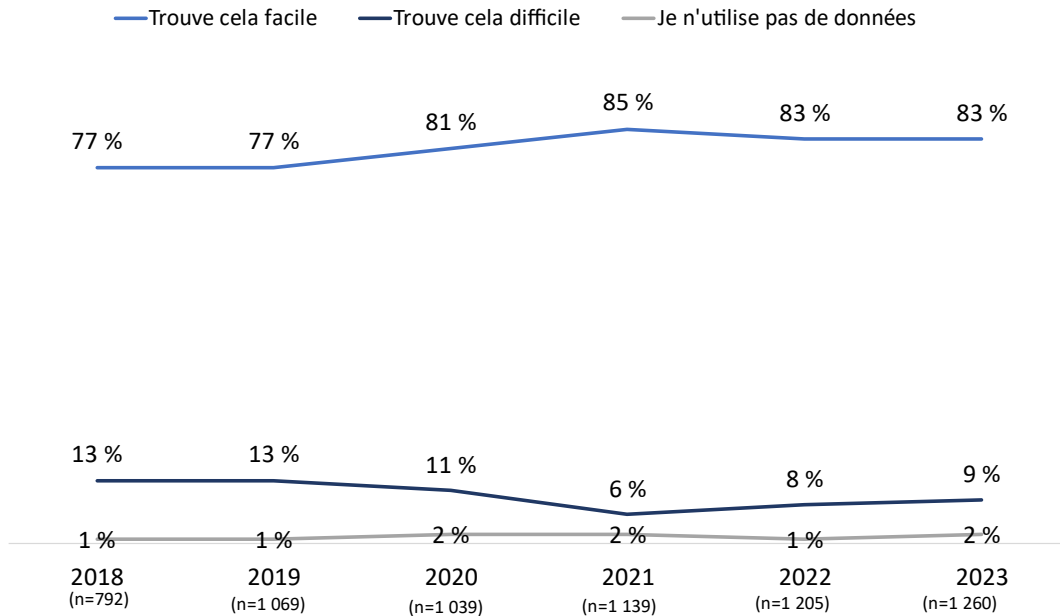
Les répondants âgés de 55 ans et plus sont moins enclins que les participants plus jeunes à utiliser le Wi-Fi, lorsqu’il est disponible (70 %), à réduire leur utilisation des données après avoir reçu une notification (22 %) et à se servir d’outils pour surveiller leur utilisation des données (9 %).

La majorité des Canadiens trouvent qu’il est facile de gérer leur utilisation de données.

Les Canadiens continuent de trouver facile la gestion de leurs données chaque mois. Un peu plus de 8 répondants sur 10 (83 %) considèrent cela facile (cotes de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points).

Les personnes vivant en Colombie-Britannique (66 %) ont plus tendance à dire qu’il leur est « extrêmement facile » de gérer leur utilisation de données chaque mois, comparativement aux répondants de l’Ontario (55 %) et des Prairies (52 %).

Diagramme 11 : Facilité à gérer l’utilisation de données



WC10. Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer votre utilisation de données ou celle de votre famille chaque mois ?

Veillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant « très difficile » et 7 étant « très facile ».

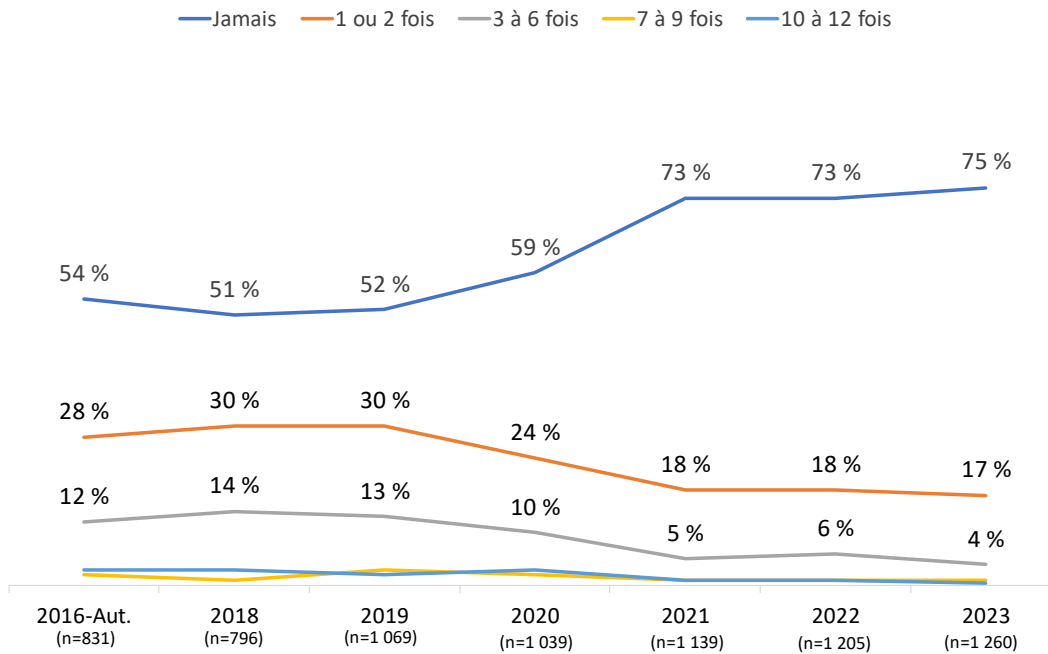
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil qui inclut des données.

La plupart des Canadiens n’ont pas payé de frais d’utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois.

Les trois quarts des Canadiens abonnés à un forfait de service sans fil qui comprend des données n’ont payé aucuns frais d’utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois. La tendance amorcée en 2021 semble donc se prolonger ; la proportion de répondants ne payant pas de frais d’utilisation excédentaire de données avait considérablement augmenté, passant de 59 % en 2020 à 73 % en 2021. Bien qu’un nombre relativement peu élevé de répondants aient payé des frais d’utilisation excédentaire de données, la plupart ne l’ont fait qu’une fois ou deux (17 %).

Les personnes âgées de 55 ans et plus (81 % comparativement à 72 % des personnes de moins de 55 ans) sont *plus* susceptibles de dire qu’elles n’ont jamais payé de frais d’utilisation excédentaire de données. En revanche, les personnes suivantes sont moins susceptibles de déclarer n’avoir jamais payé de tels frais : les membres des communautés racisées (70 %) ; les personnes ayant reçu une facture-surprise (45 %) ; et les répondants ayant déposé une plainte au sujet de leurs services sans fil (65 %) ou Internet (68 %).

Diagramme 12 : Nombre de fois que des frais d’utilisation excédentaire de données ont été payés au cours des 12 derniers mois



WC11. Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous payé des frais d’utilisation excédentaire de données ?
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil qui inclut des données.

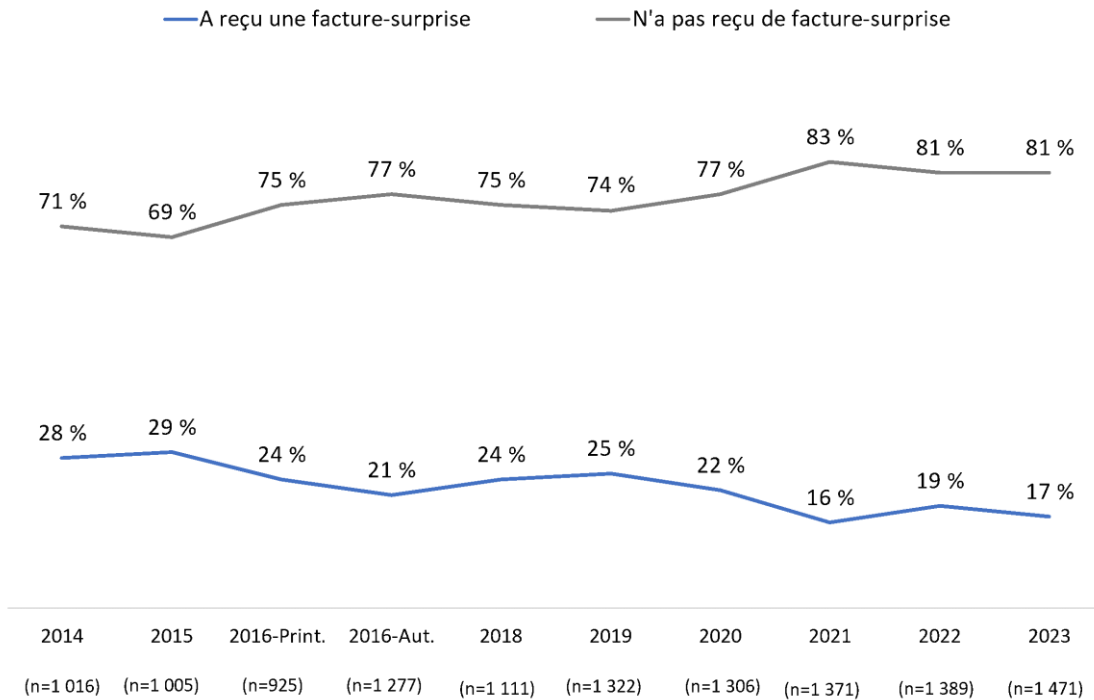
2.5 Facture-surprise

La plupart des Canadiens n’ont pas reçu de facture-surprise.

Huit Canadiens sur dix (81 %) abonnés à un forfait de service sans fil n’ont pas reçu une facture étonnamment élevée (« facture-surprise ») au cours de la dernière année. La proportion de Canadiens qui ont reçu une telle facture (17 %) continue de baisser, malgré une très faible augmentation observée en 2022.

Conformément aux années précédentes, les répondants plus jeunes et d’âge moyen sont plus susceptibles d’avoir reçu une facture-surprise (19 % des répondants de 18 à 34 ans et 21 % des personnes de 35 à 54 ans) que les répondants âgés de 55 ans et plus (13 %). De plus, les membres d’une communauté racisée sont plus susceptibles d’avoir reçu une facture-surprise au cours de la dernière année (23 % contre 14 % des autres répondants). À l’échelle régionale, les résidents de l’Ontario (19 %) et des Prairies (18 %) sont plus susceptibles que ceux du Québec (12 %) à s’être fait imposer une telle facture. Les ménages dont le revenu annuel s’élève à 150 000 \$ ou plus (25 %) sont également plus susceptibles d’avoir été aux prises avec cette situation que les ménages à revenu moyen (10 % des répondants provenant de ménages dont le revenu se situe entre 40 000 \$ et un peu moins de 60 000 \$ et 17 % faisant partie de ménages dont le revenu totalise entre 60 000 \$ et un peu moins de 100 000 \$).

Diagramme 13 : Réception d’une facture-surprise



WC12. Au cours de la dernière année, avez-vous reçu une facture-surprise, c’est-à-dire une facture étonnamment élevée ?

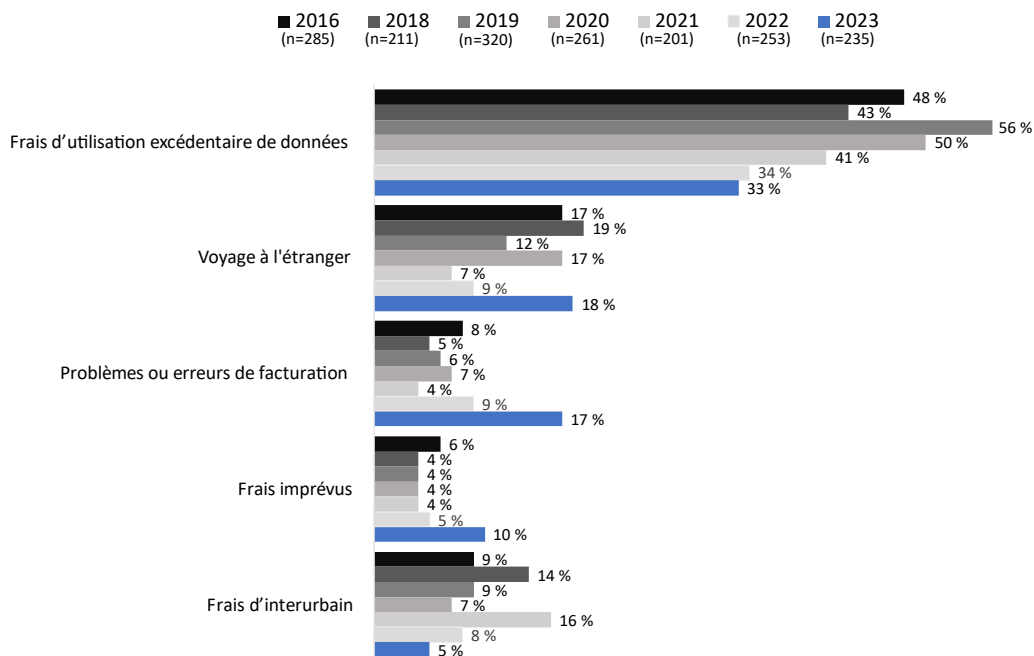
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

Les factures-surprises attribuables aux frais d’utilisation excédentaire de données ont considérablement diminué au fil du temps, mais ces frais demeurent la principale raison des factures-surprises.

Exactement un tiers des personnes ayant reçu une facture-surprise au cours de la dernière année ont déclaré qu’elle était attribuable aux frais d’utilisation excédentaire de données. Bien que le nombre de personnes ayant reçu une telle facture en raison de tels frais n’ait pas changé dans la dernière année, les changements au fil du temps ont été plus importants. Le nombre de Canadiens qui se sont vu imposer des frais d’utilisation excédentaire de données a atteint un sommet en 2019, puis a amorcé une tendance à la baisse l’année suivante (-6 % en 2020 ; -9 % en 2021 ; -7 % en 2022). Comparativement à 2019, la proportion de Canadiens attribuant leur facture-surprise aux frais d’utilisation excédentaire de données a diminué de 23 %, passant de 56 % à 33 % en 2023.

Par ailleurs, d’autres ont reçu des factures plus élevées que la normale en raison de voyages à l’étranger (18 % contre 7 % en 2020 et 9 % en 2022 au plus fort de la pandémie mondiale de COVID-19), de problèmes de facturation (17 % contre 9 % en 2022) ou de frais imprévus (10 % contre 5 % en 2022). Les frais en raison des interurbains continuent de diminuer (un sommet de 16 % en 2021 à 5 % en 2023).

Diagramme 14 : Principales raisons expliquant la facture-surprise



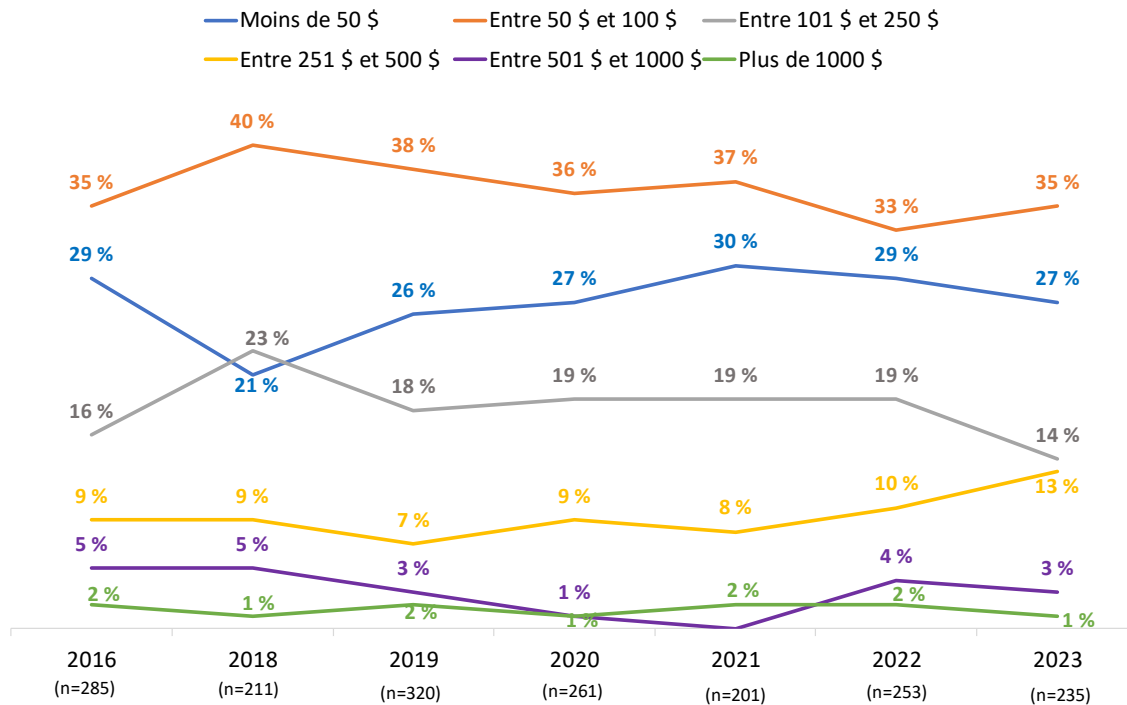
WC13. Quelle était la principale raison des frais élevés de la facture-surprise que vous avez reçue ? [Plusieurs réponses acceptées.]

Base de référence : n=235 ; répondants ayant un forfait de service sans fil qui ont reçu une facture-surprise au cours des 12 derniers mois.

La plupart des frais de données imprévus ne dépassent pas 100 \$.

La majorité des personnes ayant reçu une facture-surprise devaient payer un montant supplémentaire inférieur à 50 \$ (27 %) ou qui se situait entre 50 \$ et 100 \$ (35 %). Ces données correspondent à celles des années précédentes.

Diagramme 15 : Montant des frais imprévus sur la facture



WC14. Quel était le montant des frais non prévus sur votre facture ?

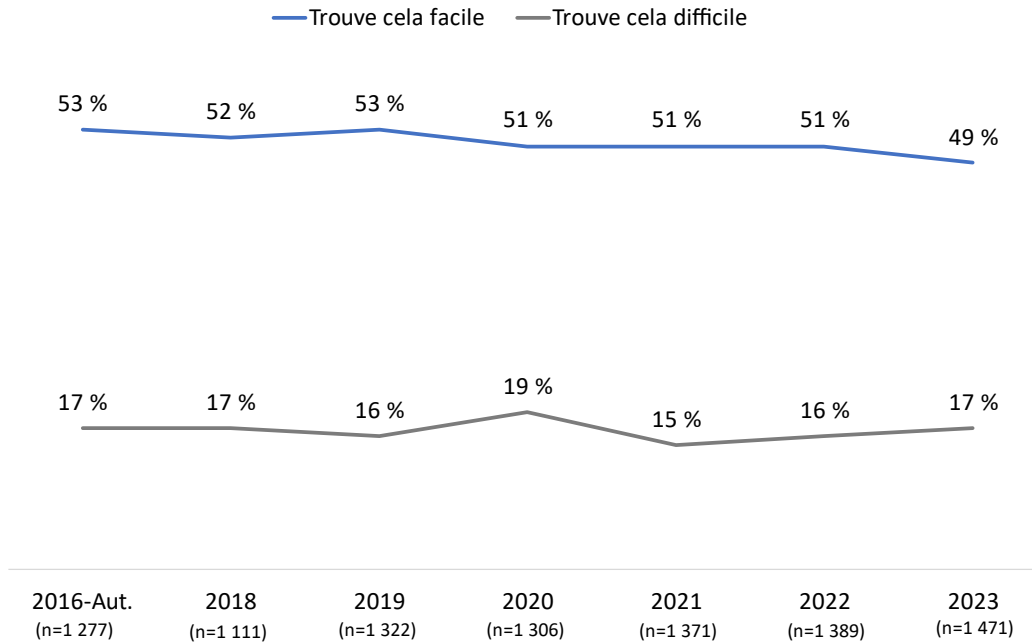
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil qui ont reçu une facture-surprise au cours des 12 derniers mois.

2.6 Frais d’itinérance

La moitié des répondants trouvent qu’il est facile de gérer les frais d’itinérance lors de leurs voyages.

Environ la moitié (49 %) des abonnés à un service sans fil trouvent qu’il est facile (cotes de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) de gérer les frais d’itinérance lorsqu’ils voyagent. Ce pourcentage est pratiquement le même qu’en 2022, année où 51 % d’entre eux ont déclaré être en mesure de gérer les frais d’itinérance. Bien que bon nombre de répondants trouvent la gestion des frais d’itinérance facile, près de 2 personnes sur 10 (17 %) trouvent cela difficile (cotes de 1, 2 ou 3 sur une échelle de 7 points).

Diagramme 16 : Niveau de difficulté à gérer les frais d’itinérance en voyage



WC15. Si vous utilisez votre forfait lorsque vous voyagez, vous pourriez devoir payer des frais d’itinérance. Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer vos frais d’itinérance lorsque vous voyagez ? Veuillez utiliser une échelle à sept points, dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ».
 Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

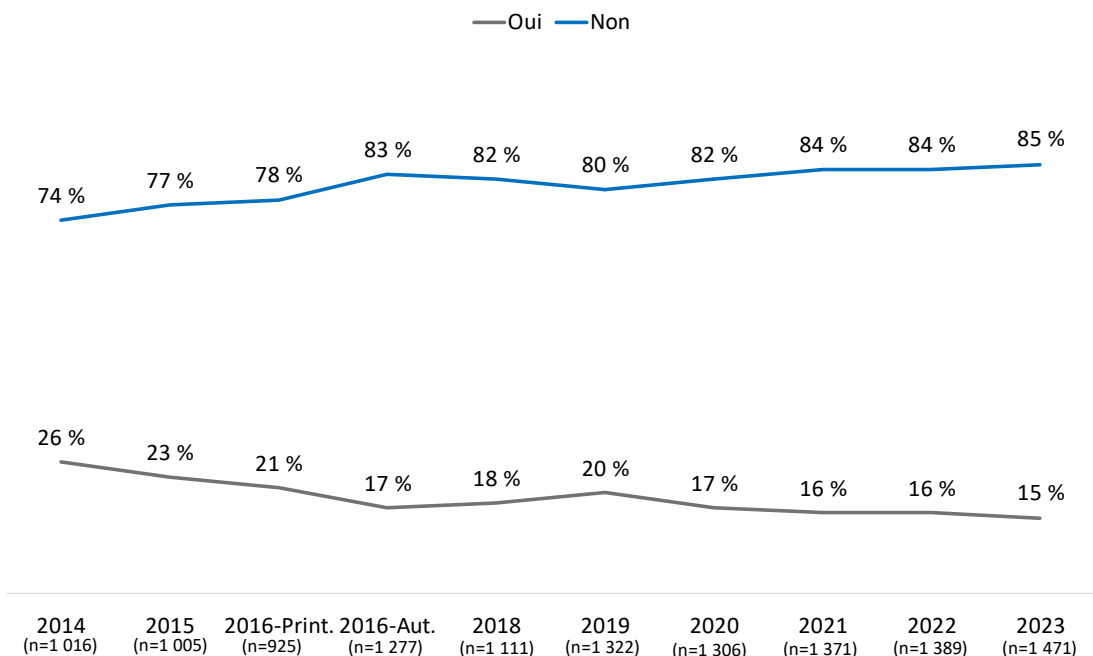
Les répondants plus jeunes et d’âge moyen sont plus susceptibles de trouver facile la gestion de leurs frais d’itinérance (54 % des personnes de 18 à 34 ans et 51 % des répondants de 35 à 54 ans comparativement à 43 % des personnes de 55 ans et plus). C’est également le cas des répondants faisant partie des ménages dont le revenu annuel s’élève à 60 000 \$ ou plus (55 % ont déclaré que c’était facile, comparativement à 39 % des personnes au sein de ménages ayant un revenu annuel inférieur à 40 000 \$). Comme on pouvait s’y attendre, les personnes qui ont reçu une facture-surprise (33 % contre 14 % des autres répondants) ou qui ont formulé une plainte concernant leur service sans fil (34 % contre 14 %) ont plus tendance à avoir de la difficulté à gérer les frais d’itinérance.

2.7 Plaintes

Peu de Canadiens ont déposé une plainte auprès de leur fournisseur de services sans fil au cours des 12 derniers mois.

Les dépôts de plaintes concernant les services sans fil ont été constants au cours des dernières années, allant de 15 % cette année à 17 % en 2020. Il s’agit d’une proportion considérablement inférieure à celle de 2014, année où 26 % ont déclaré avoir déposé une plainte.

Diagramme 17 : Plaintes concernant les services sans fil formulées au cours des 12 derniers mois



WC16. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services sans fil ?

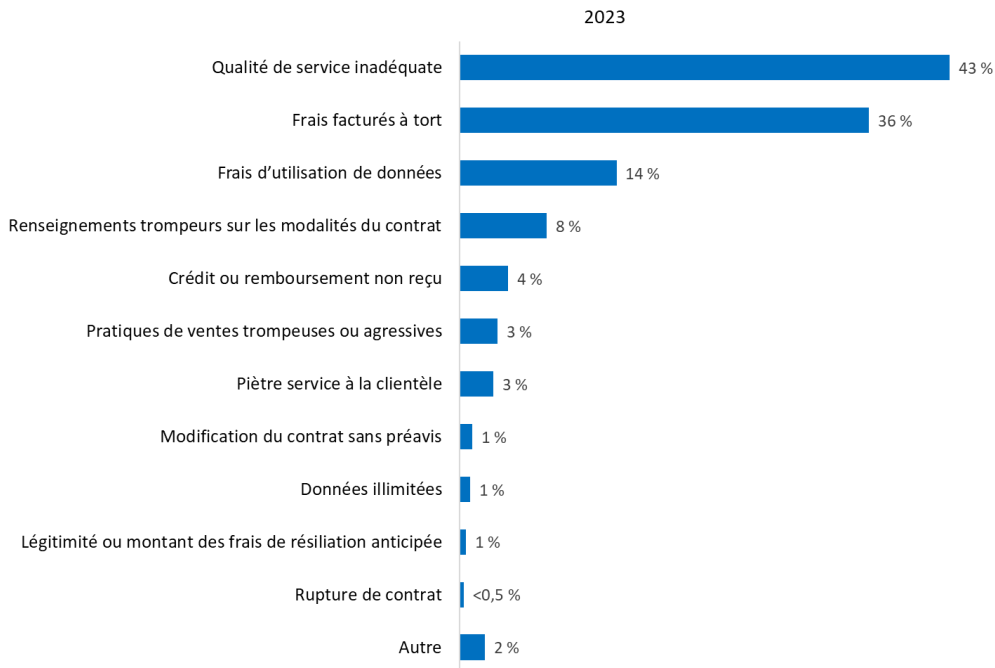
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

Les membres des communautés racisées (21 % par rapport à 12 % des autres répondants) et les personnes vivant en milieu urbain (16 % par rapport à 8 % des résidents de régions rurales) sont plus susceptibles d’avoir déposé une plainte. À l’échelle régionale, les répondants du Québec (95 %) sont plus nombreux à *ne pas* avoir déposé de plainte au cours de la dernière année. Comme on pouvait s’y attendre, les personnes ayant reçu une facture-surprise (37 % contre 10 % des autres répondants), ainsi que les gens qui ont déposé une plainte au sujet des services de télévision (25 % contre 10 %) ou d’Internet (35 % contre 10 %) sont plus enclins à avoir également déposé une plainte au sujet de leurs services sans fil au cours de la dernière année.

Les plaintes sont souvent liées à une piètre qualité du service ou à des frais facturés à tort.

La plus grande proportion de répondants qui ont déposé une plainte auprès de leur fournisseur de services sans fil a indiqué que la qualité inadéquate du service (43 %) était la raison de la plainte. Ensuite, un peu plus du tiers (36 %) ont déposé une plainte en raison de frais facturés à tort. D’autres raisons ont été mentionnées par un petit nombre de répondants et sont énumérées dans le diagramme 18.

Diagramme 18 : Motifs des plaintes



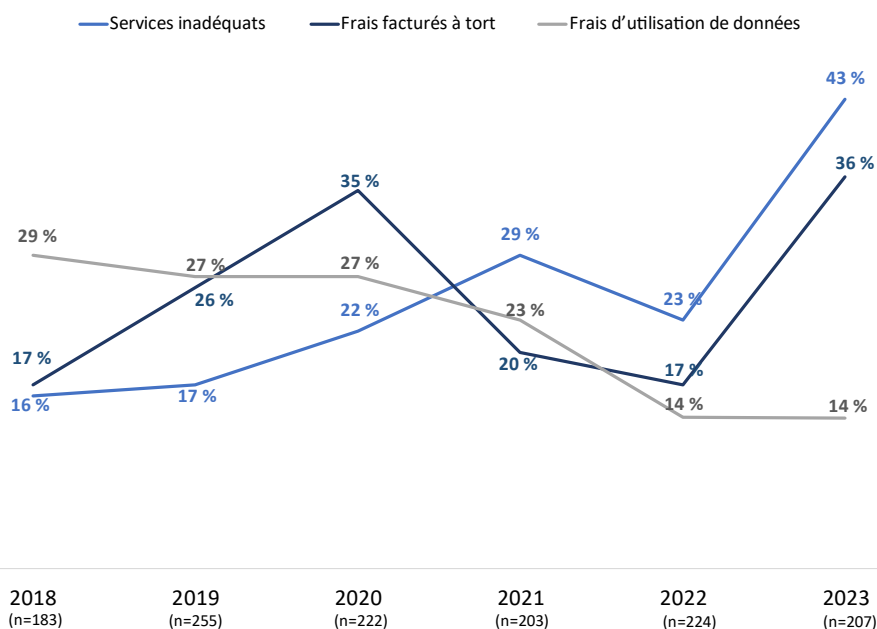
WC17. Quel était le sujet de votre plainte ? [Plusieurs réponses acceptées]

Base de référence : n=207 ; répondants ayant un forfait de service sans fil qui ont déposé une plainte.

Ne sait pas : 2 %

La proportion de répondants qui font mention des trois principaux motifs de plainte contre les fournisseurs de services sans fil varie considérablement au fil du temps.

Diagramme 19 : Principaux motifs des plaintes : au fil du temps



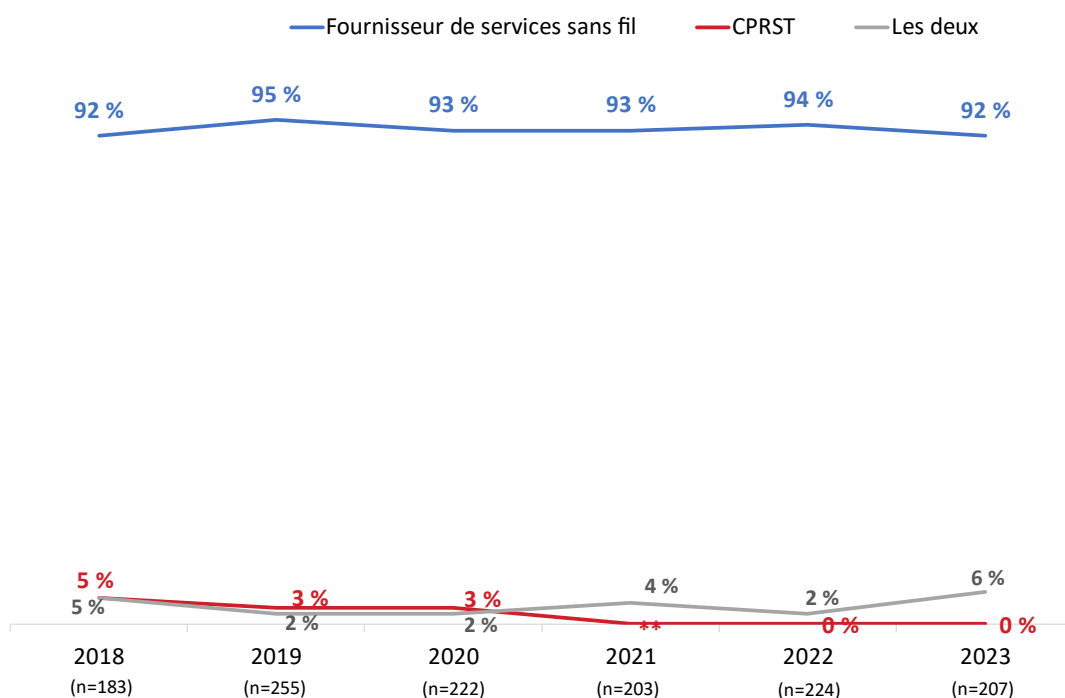
WC17. Quel était le sujet de votre plainte ?

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil qui ont déposé une plainte.

Neuf répondants sur dix qui ont déposé une plainte l’ont fait directement auprès de leur fournisseur de services sans fil.

Conformément aux années précédentes, la plupart (92 %) des personnes qui ont déposé une plainte contre leur fournisseur de services sans fil l’ont fait directement auprès de leur fournisseur. Très peu de répondants (6 %, soit une hausse de 4 % depuis 2022) ont déposé une plainte à la fois auprès de leur fournisseur et de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST). Encore une fois, personne n’a déposé de plainte uniquement auprès de la CPRST. Le rôle de la CPRST est d’examiner les plaintes des personnes insatisfaites de la réponse du fournisseur de services.

Diagramme 20 : Plaintes déposées auprès du fournisseur de services sans fil



WC18. Auprès de qui avez-vous déposé votre plainte ? Était-ce auprès de votre fournisseur de services, du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécom-télévision (le CPRST) ou des deux?

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil qui ont déposé une plainte.

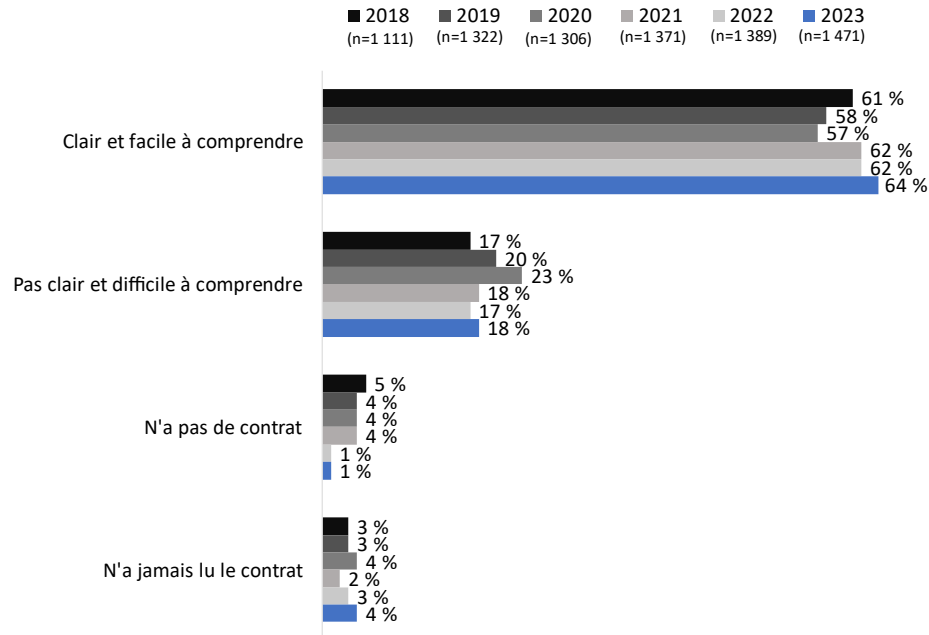
**Faible base de référence ; données supprimées.

2.8 Clarté du contrat

Les deux tiers des répondants trouvent leur contrat de service sans fil clair et facile à comprendre.

Près des deux tiers (64 %) des Canadiens trouvent leur contrat de service sans fil clair et facile à comprendre (cotes de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points). Au fil du temps, la proportion de Canadiens qui comprennent bien leur contrat augmente ; elle est passée d’un creux de 57 % en 2020 à un sommet de 64 % cette année. En revanche, environ 2 Canadiens sur 10 (18 %) trouvent que leur contrat n’est pas clair. Très peu de répondants ont déclaré ne jamais avoir lu le contrat (4 %) ou disent ne pas avoir de contrat (1 %).

Diagramme 21 : Facilité à comprendre le contrat de service sans fil



WC19. Trouvez-vous votre contrat clair et facile à comprendre ?

Veillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

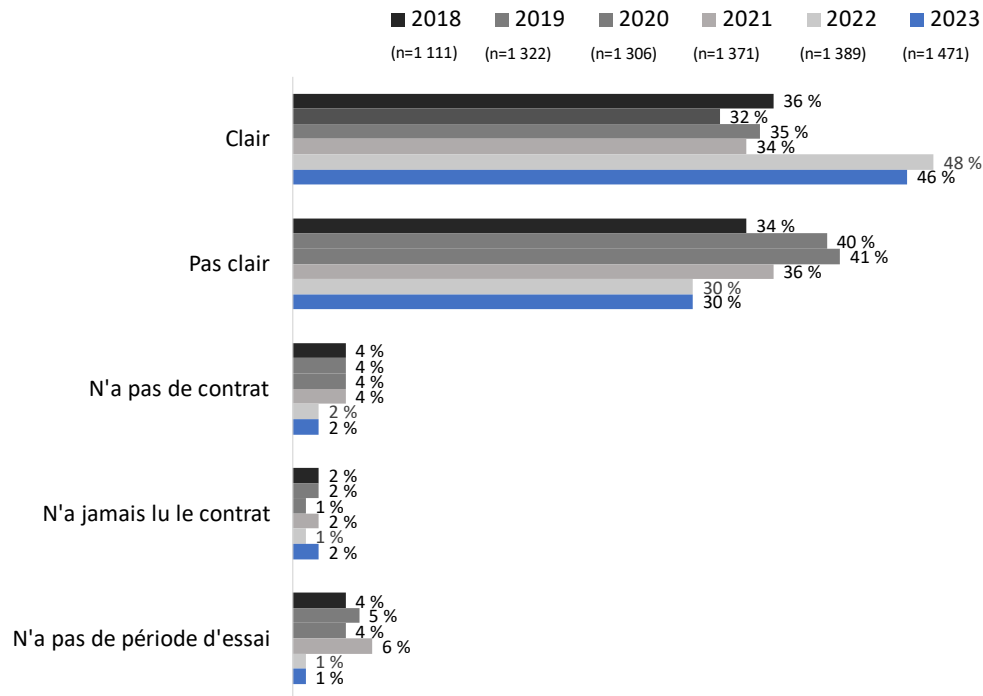
Les personnes qui ont un forfait partagé (22 % contre 16 % des personnes ayant un forfait individuel) ainsi que les personnes qui trouvent la gestion de leurs données difficile (43 % contre 15 % des répondants qui trouvent cela facile) ont plus tendance à dire que leur contrat n’est pas clair et qu’il est difficile à comprendre. De plus, les personnes ayant reçu une facture-surprise (35 % comparativement à 14 % des autres répondants) ou qui ont déposé une plainte concernant leur fournisseur de services sans fil (34 % par rapport à 15 % des autres répondants), de services de télévision (25 % contre 16 %) ou de services Internet (26 % contre 16 %) sont également plus susceptibles d’être d’avis que leur contrat manque de clarté et qu’il est difficile à comprendre.

Près de la moitié des répondants avaient une compréhension claire de leur période d’essai.

La proportion de Canadiens qui considèrent que l’explication de leur période d’essai est claire (46 % ; cotes de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) est pratiquement la même depuis 2022. En revanche, une minorité importante (30 %) estime que l’explication de la période d’essai n’est pas claire. Très peu de répondants ont déclaré ne jamais avoir lu le contrat (2 %) ou ne pas avoir de contrat (2 %) ou de période d’essai (1 %).

Comme pour d’autres mesures connexes, les personnes qui trouvent la gestion de leurs données difficile (58 % comparativement à 28 % des répondants qui trouvent cela facile) ont plus tendance à être d’avis que l’explication de la période d’essai de leur fournisseur de services n’est pas claire, tout comme les personnes ayant reçu une facture-surprise (44 % contre 27 %) ou ayant déposé une plainte au sujet de leur service sans fil (46 % par rapport à 27 %), de leurs services de télévision (36 % contre 27 %) ou de leurs services Internet (40 % contre 28 %) au cours de la dernière année.

Diagramme 22 : Facilité à comprendre l’explication de la période d’essai



WC20. Le Code sur les services sans fil exige des fournisseurs de services qu’ils fournissent une période d’essai pour les nouveaux contrats qui comprennent un appareil et des explications claires sur les frais exigés si vous annulez votre contrat ou votre entente avant la fin du terme. Dans quelle mesure les explications reçues de la part de votre fournisseur de services sur les deux aspects étaient-elles claires ? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout » et 7 signifie « très clair ».

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

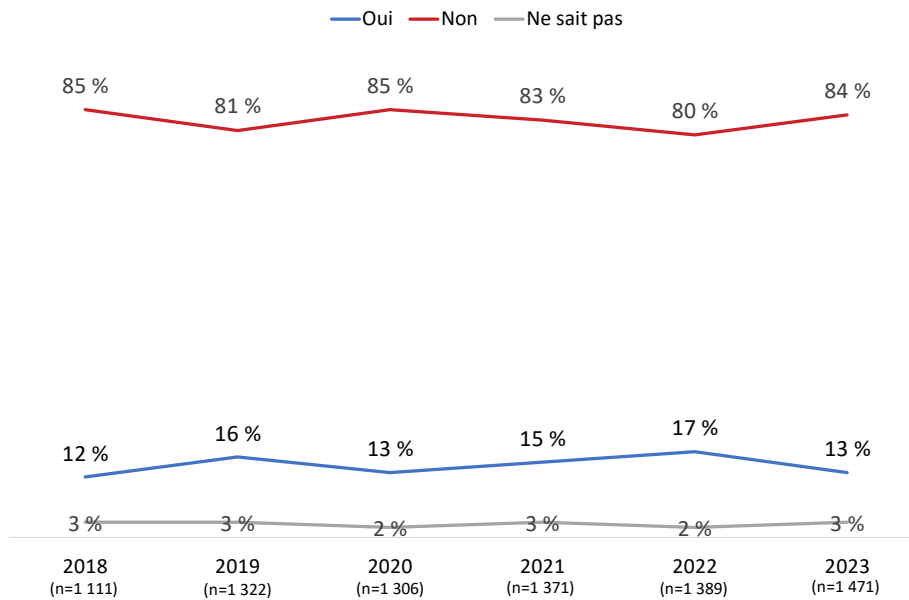
Peu de répondants se sont vu imposer des modifications à leur contrat de service sans préavis.

Un peu plus de 1 répondant sur 10 (13 %) s’est vu imposer par son fournisseur de services des modifications à son forfait sans avoir été expressément informé des nouvelles modalités. Bien qu’il s’agisse d’une légère baisse depuis 2022 (diminution de 4 %), la proportion de Canadiens ayant fait état de tels changements est demeurée relativement constante au fil du temps, passant d’un creux de 12 % en 2018 à un sommet de 17 % en 2022.

Les personnes vivant dans les territoires sont plus susceptibles de déclarer que leur fournisseur de services a modifié leur forfait sans les informer expressément des changements apportés aux modalités (32 % contre 8 % à 14 % des répondants vivant ailleurs au Canada).

Comme pour d’autres questions liées à la facilité de gérer et de comprendre les forfaits, les personnes suivantes sont plus susceptibles de déclarer avoir vu leur forfait être modifié sans en avoir été informé au préalable : les personnes ayant reçu une facture-surprise (23 % contre 11 %) ainsi que les répondants ayant déposé une plainte au sujet de leurs services sans fil (24 % contre 11 %) ou leurs services Internet (19 % contre 12 %) au cours de la dernière année.

Diagramme 23 : Modifications au contrat sans préavis



WC21. Vous êtes-vous déjà aperçu que votre fournisseur de services avait modifié votre forfait sans vous aviser directement des modifications apportées aux modalités ?

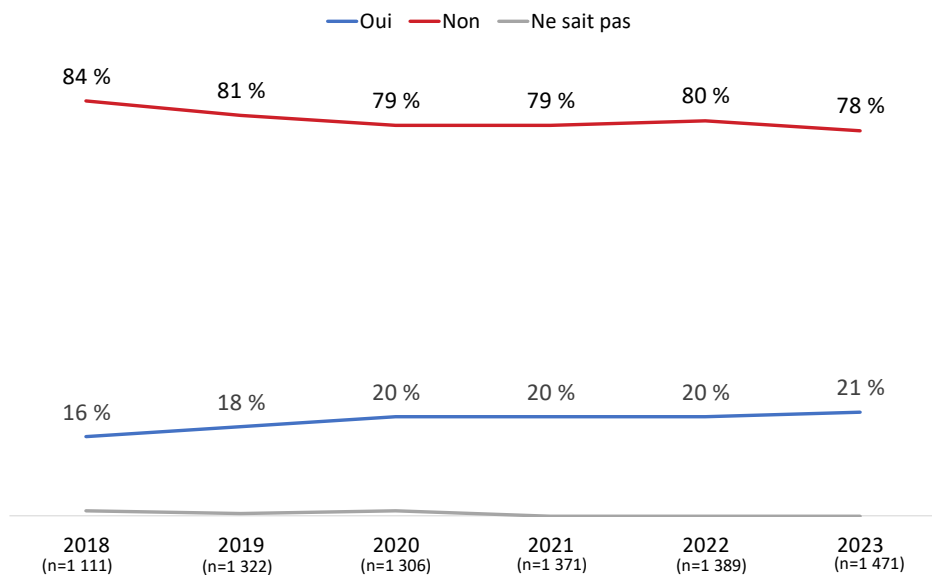
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

2.9 Changement de fournisseur de services

La plupart des répondants ont le même fournisseur de services sans fil depuis deux ans ou plus, et les personnes qui ont changé de fournisseur l’ont fait pour bénéficier d’une meilleure offre.

Le nombre de Canadiens qui ont changé de fournisseur de services au cours des deux dernières années est demeuré stable depuis 2020.

Diagramme 24 : Changement de fournisseur de service sans fil au cours des deux dernières années



WC22. Avez-vous changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années ?

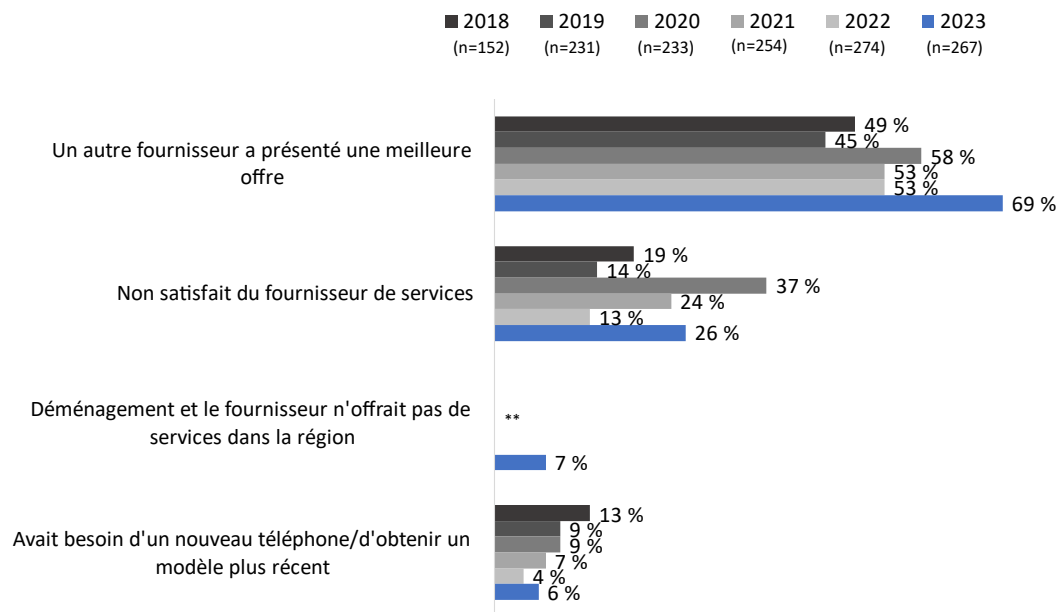
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

Les personnes ayant reçu une facture-surprise sont plus susceptibles d’avoir changé de fournisseur de services sans fil (28 % comparativement à 20 % des répondants n’ayant pas reçu de facture surprise), tout comme les personnes de 18 à 34 ans (30 % comparativement à 21 % des répondants de 35 à 54 ans et 16 % des répondants de 55 ans et plus), les membres de communautés racisées (29 % contre 18 % des autres répondants) et les personnes vivant dans les régions urbaines du pays (23 % comparativement à 15 % des personnes en milieu rural). Les personnes vivant dans les territoires sont moins susceptibles d’avoir changé de fournisseur au cours des deux dernières années, probablement en raison du nombre moins élevé de fournisseurs.

La majorité des répondants (69 %) ayant changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années bénéficiaient d’une meilleure offre par un autre fournisseur. Bien que cela continue d’être la raison la plus courante pour changer de fournisseur, la proportion ayant reçu une meilleure offre a considérablement augmenté (+16 %) depuis 2022 et 2021, année où environ la moitié des répondants (53 %) ont déclaré avoir changé de fournisseur pour cette raison.

Le quart (26 %) des répondants ont changé parce qu’ils n’étaient plus satisfaits de leur fournisseur de services. C’est 13 % de plus que la proportion de 13 % ayant changé de fournisseur pour cette raison en 2022. De plus, un plus petit nombre de personnes ont attribué le changement à un déménagement (7 %) ou au besoin de se procurer un nouveau téléphone ou de mettre à niveau leur appareil (6 %).

Diagramme 25 : Raisons pour le changement de fournisseur de services



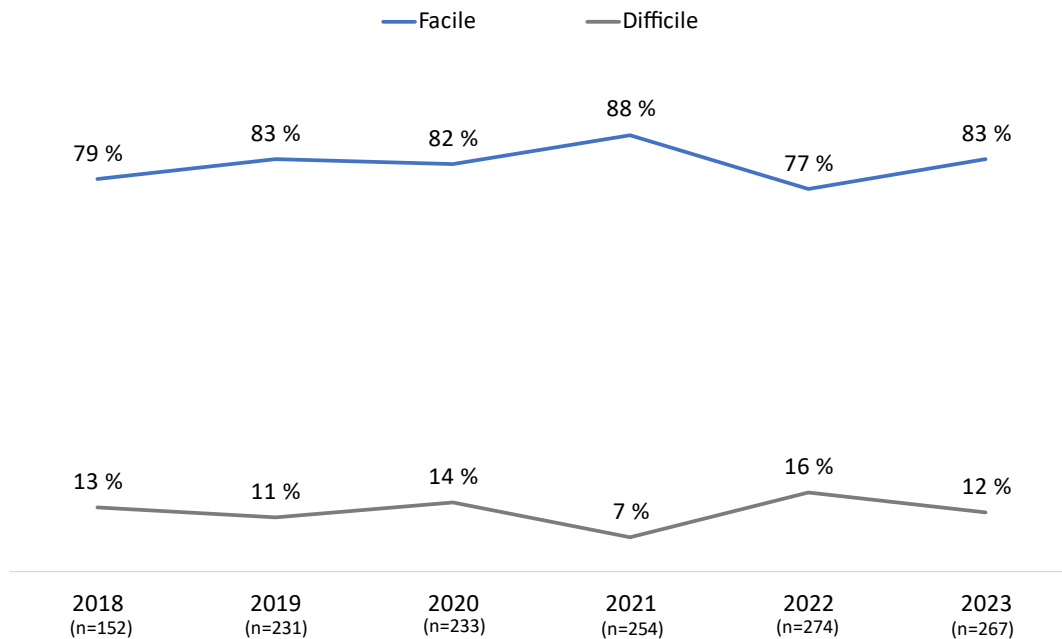
**Pas un choix de réponse dans les versions précédentes du sondage.

WC23. Pourquoi avez-vous changé de fournisseur de services ? [Plusieurs réponses acceptées.]
Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

La majorité des répondants ont trouvé facile de changer de fournisseur de services sans fil, et les personnes qui ont éprouvé de la difficulté ont blâmé le fournisseur de services.

La proportion de Canadiens qui ont trouvé facile le processus de changement de fournisseur de services (cotes de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) a augmenté de six points de pourcentage, passant de 77 % en 2022 à 83 % en 2023.

Diagramme 26 : Facilité de changer de fournisseur de services sans fil

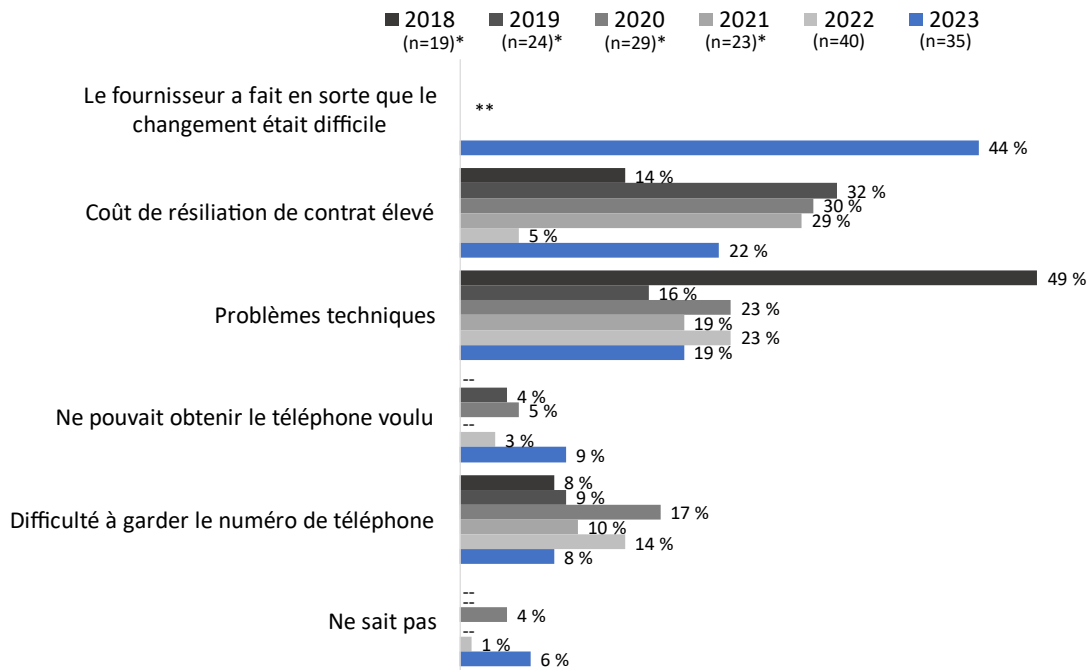


QWC24. Dans quelle mesure a-t-il été facile ou difficile de changer de fournisseur de services ? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ».

Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

Douze pour cent des répondants ont trouvé le processus difficile (cotes de 1, 2 ou 3 sur une échelle de 7 points). La principale raison invoquée pour expliquer les difficultés était le fournisseur de services (44 %), qui a apparemment rendu la tâche ardue. En outre, 2 répondants sur 10 ont constaté que la résiliation de leur contrat était assortie de coûts élevés (22 % contre 5 % en 2022) ou entraînait des problèmes techniques (19 %, soit une baisse par rapport à 23 % en 2022).

Diagramme 27 : Raisons expliquant les difficultés éprouvées à changer de fournisseur de services



*Très faible base (<n=30)

**Pas un choix de réponse dans les versions précédentes du sondage.

WC25. Pourquoi vous a-t-il été difficile de changer de fournisseur de services ? [Plusieurs réponses acceptées.]

Base de référence : répondants ayant changé de fournisseur de services et ayant éprouvé des difficultés à le faire.

3. Code des fournisseurs de services de télévision

Six Canadiens sur dix (61 %) ont déclaré que leur ménage abonné à un service de télévision par câble, par satellite ou par IP. Les personnes vivant au Québec sont plus susceptibles de s’abonner à un service de télévision (70 % contre 45 % à 62 % des personnes vivant dans les autres provinces ou territoires). De plus, la probabilité de s’abonner à un service de télévision augmente avec l’âge, passant de 32 % des répondants de 18 à 34 ans à 82 % des personnes de 65 ans et plus, et elle est plus élevée chez les ménages touchant un revenu annuel de 150 000 \$ et plus (72 % contre 56 % à 66 % pour les ménages à plus faible revenu).

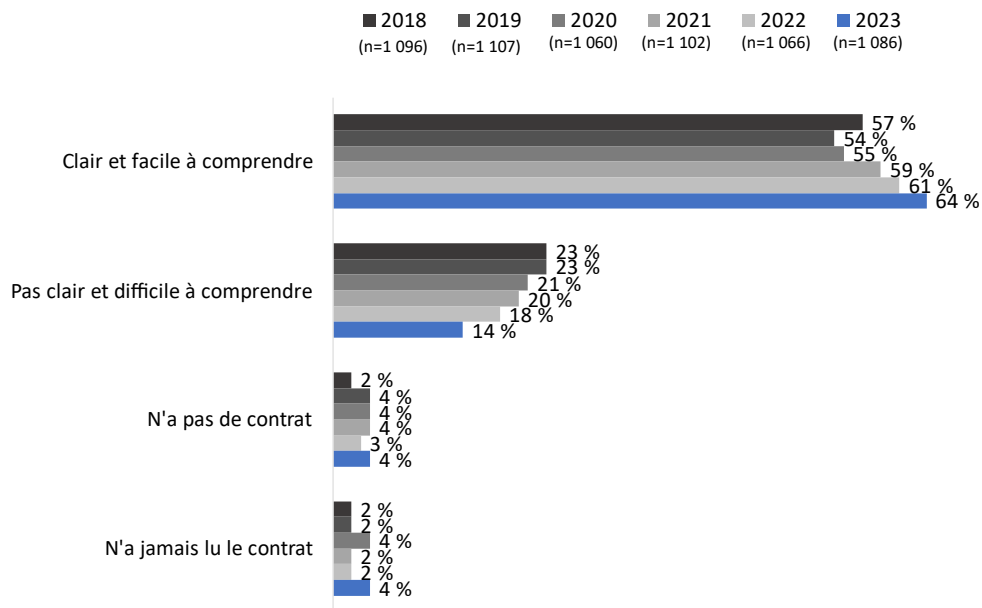
3.1 Clarté du contrat

Les deux tiers des répondants trouvent que leur contrat de services télévisuels est clair et facile à comprendre.

Près des deux tiers (64 %) des répondants abonnés à un service de télévision trouvent leur contrat clair et facile à comprendre (cotes de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points). Au cours des cinq dernières années, on a assisté à une hausse graduelle de la proportion de répondants déclarant que leur contrat est clair et compréhensible, qui est passée de 54 % en 2019 à 59 % en 2021, puis à 64 % en 2023.

En revanche, un peu plus de 1 répondant sur 10 (14 %) estime que son contrat est peu clair et difficile à comprendre (cotes de 1, 2 ou 3 sur une échelle de 7 points), tandis que très peu de personnes n’ont pas de contrat (4 %) ou ne l’ont jamais lu (4 %).

Diagramme 28 : Clarté des contrats de services télévisuels



TVSP1. Dans quelle mesure trouvez-vous que votre contrat de télévision est clair et facile à comprendre ? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

Base de référence : répondants ayant un contrat de services de télévision.

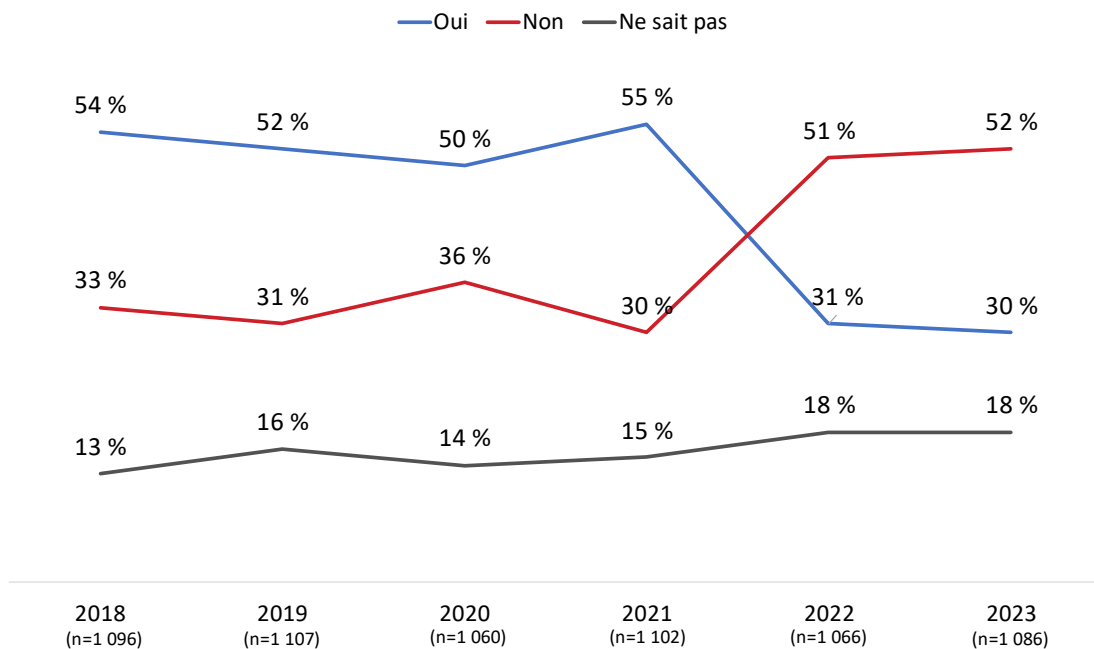
La probabilité de trouver que le contrat de services télévisuels manque de clarté et qu’il est difficile à comprendre est plus élevée chez les personnes ayant reçu une facture-surprise (24 % contre 13 % des répondants n’ayant pas reçu de facture surprise), ainsi que chez les personnes qui ont déposé une plainte au sujet de leurs services sans fil (24 % contre 13 %), leurs services de télévision (24 % contre 11 %) ou leurs services Internet (23 % contre 12 %).

3.2 Forfait de base pour les services télévisuels

Le niveau de connaissance des Canadiens à l’égard du forfait de services télévisuels de base des fournisseurs a diminué considérablement au cours des dernières années.

Comme en 2022, 3 Canadiens sur 10 (30 %) abonnés à un service de télévision ont déclaré avoir été informés du forfait de base de leur fournisseur (ce qui représente une baisse par rapport au sommet de 55 % enregistré en 2021). En 2022, cette question a été modifiée afin de préciser que le forfait de base ne devrait pas dépasser 25 \$ par mois. Ce changement a entraîné une chute importante du nombre de répondants ayant déclaré être au courant d’un tel forfait.

Diagramme 29 : Connaissance du forfait de base



TVSP2. Le Code des fournisseurs de services de télévision exige des fournisseurs qu’ils veillent à ce que les clients connaissent la disponibilité, le prix et le contenu de l’offre de service d’entrée de gamme, qu’on appelle aussi forfait de base. Votre fournisseur de services vous a-t-il informé de son offre d’entrée de gamme, qui est au prix maximal de 25 \$ par mois ? Il peut l’avoir fait par courriel, au téléphone ou au moyen de votre facture mensuelle.

Base de référence : répondants ayant un contrat de services télévisuels.

Les résidents du Québec sont les plus susceptibles de dire que leur fournisseur de services les a informés de l’offre de base (43 % comparativement à une fourchette de 21 % à 34 % dans les autres

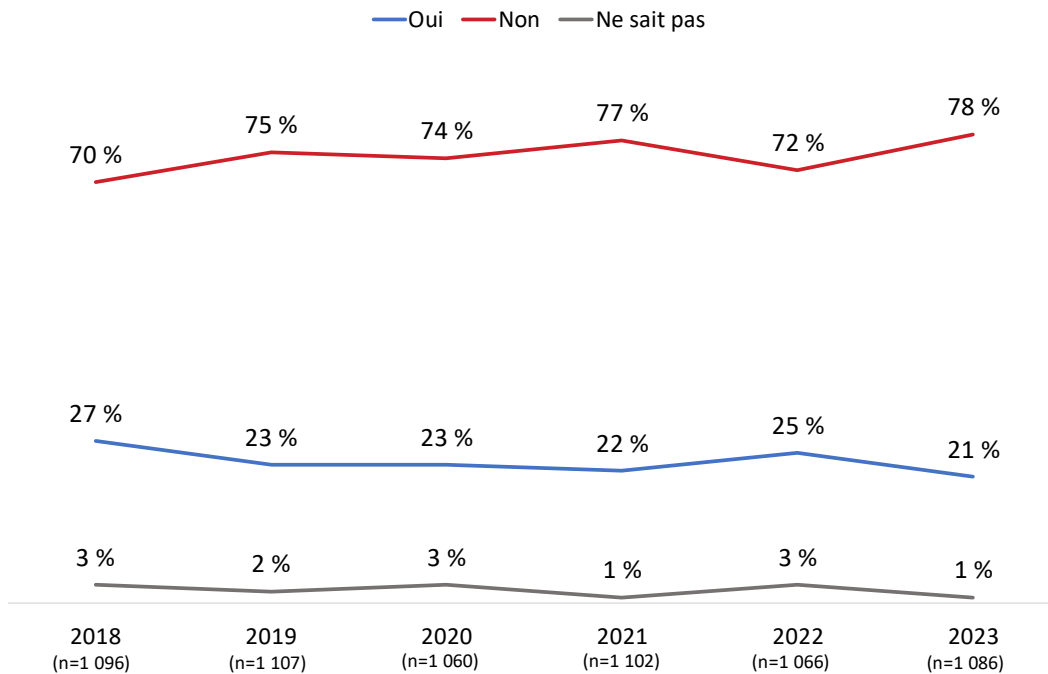
provinces ou territoires). De plus, plus l’âge augmente, plus la probabilité d’avoir été informé est élevée (de 19 % des répondants de 18 à 34 ans à 33 % des personnes de 55 ans et plus).

3.3 Plaintes

Deux Canadiens sur dix qui sont abonnés à des services de télévision ont déposé une plainte contre leur fournisseur, et les personnes qui l’ont fait ont principalement invoqué la qualité du service.

Deux Canadiens sur dix (21 %) abonnés à un service de télévision ont déposé une plainte au sujet de leurs services télévisuels au cours des 12 derniers mois. Il s’agit d’une légère baisse par rapport à 2022, alors que 25 % des répondants avaient formulé une plainte dans la dernière année. On observe un nombre plus faible de plaintes au Québec comparativement aux autres régions du pays ; 9 répondants sur 10 (88 %) au Québec n’ont pas déposé de plainte. De plus, les Canadiens qui ont déposé une plainte au sujet des services sans fil (39 %) ou Internet (51 %) ont plus tendance que les autres répondants à avoir formulé une plainte au sujet de leurs services de télévision.

Diagramme 30 : Plaintes formulées auprès du fournisseur de services télévisuels au cours des 12 derniers mois

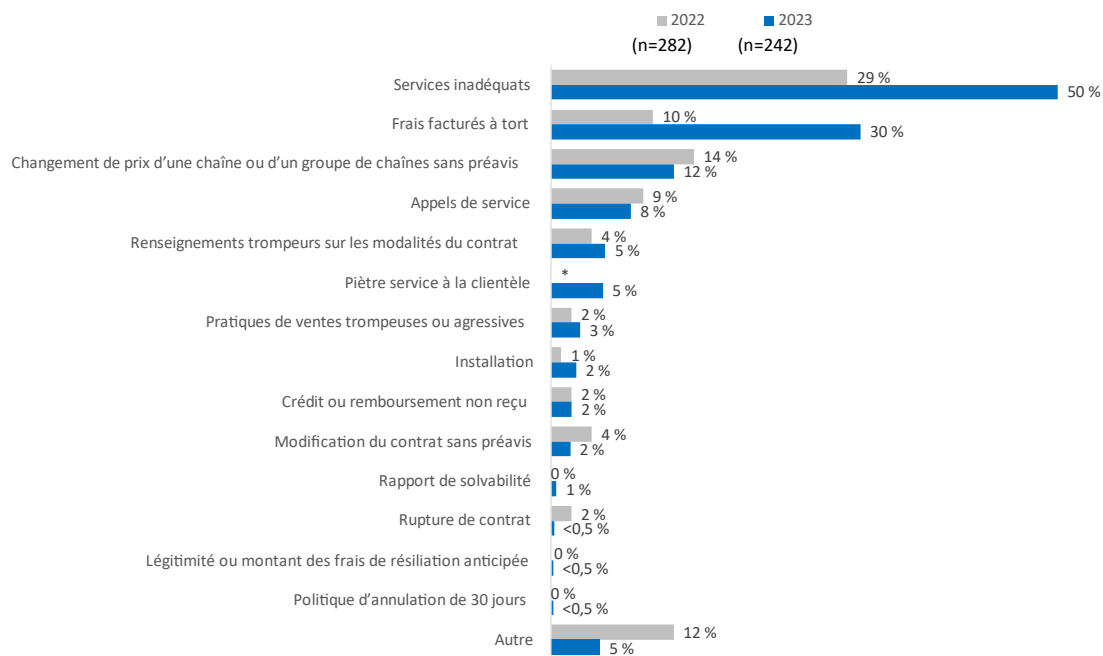


TVSP3. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services de télévision ?

Base de référence : répondants ayant un contrat de services télévisuels.

Exactement la moitié des répondants ayant déposé une plainte concernant leurs services de télévision se sont plaints d’une qualité de service inadéquate (contre 29 % en 2022). En outre, 30 % se sont plaints des frais facturés à tort (contre 10 % en 2022) et 12 % se sont plaints de changements apportés aux prix ou aux chaînes sans préavis. Vous trouverez la gamme complète des plaintes au diagramme 31.

Diagramme 31 : Motifs des plaintes formulées auprès du fournisseur de services télévisuels



*Réponse fournie volontairement par les répondants [2023] ; pas de réponse correspondante pour le sondage mené en 2022.

TVSP4. Votre plainte était à quel sujet ? [Plusieurs réponses acceptées.]

Base de référence : répondants ayant un contrat de services télévisuels et ayant porté plainte.

Ne sait pas : 1 % les deux vagues

4. Code sur les services Internet

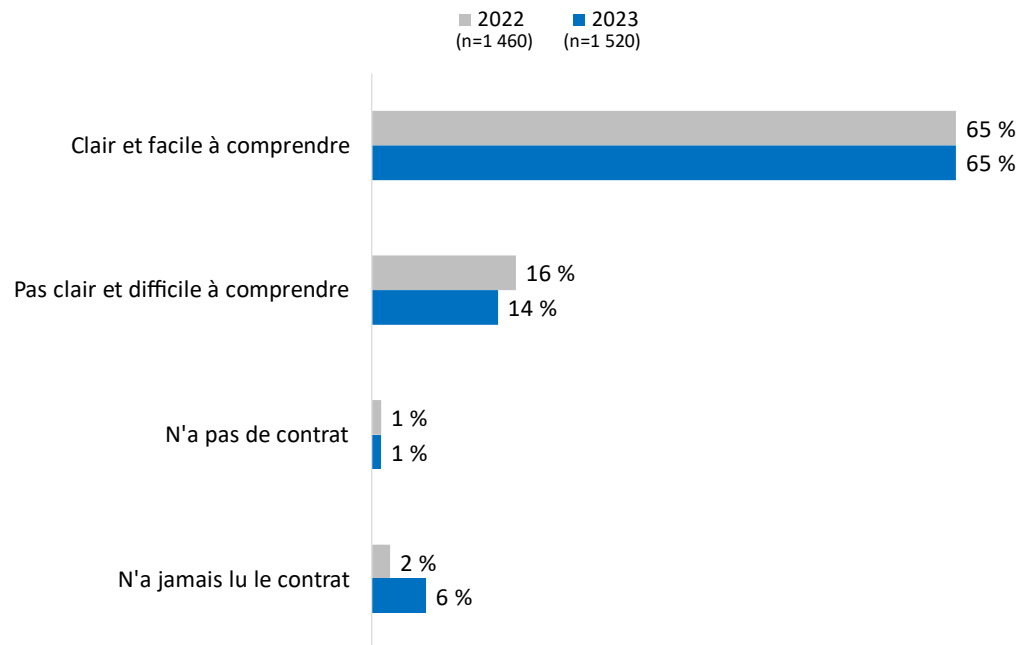
Neuf ménages sur dix (92 %) au Canada sont abonnés à un service Internet résidentiel. Les Canadiens qui ne s’abonnent pas à un tel service sont plus susceptibles d’être âgés de 65 ans et plus (12 %), de faire partie d’un ménage dont le revenu annuel est inférieur à 40 000 \$ (14 %) et de n’avoir pas fait des études au-delà du secondaire (13 %).

4.1. Clarté du contrat

Les deux tiers des Canadiens abonnés à un service Internet résidentiel ont déclaré que leur contrat était clair et facile à comprendre.

Comme en 2022, les deux tiers (65 %) des Canadiens abonnés à un fournisseur de service Internet trouvent leur contrat clair et facile à comprendre (cotes de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points). Quatorze pour cent trouvent plutôt que leur contrat n’est pas clair et qu’il est difficile à comprendre (cotes de 1, 2 ou 3 sur une échelle de 7 points), tandis que très peu de répondants n’ont jamais lu le contrat (6 %) ou n’ont apparemment pas de contrat (1 %).

Diagramme 32 : Facilité à comprendre le contrat de services Internet



IC1. Dans quelle mesure trouvez-vous votre contrat Internet clair et facile à comprendre ? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

Base de référence : n= 1 520 ; répondants abonnés à un service Internet.

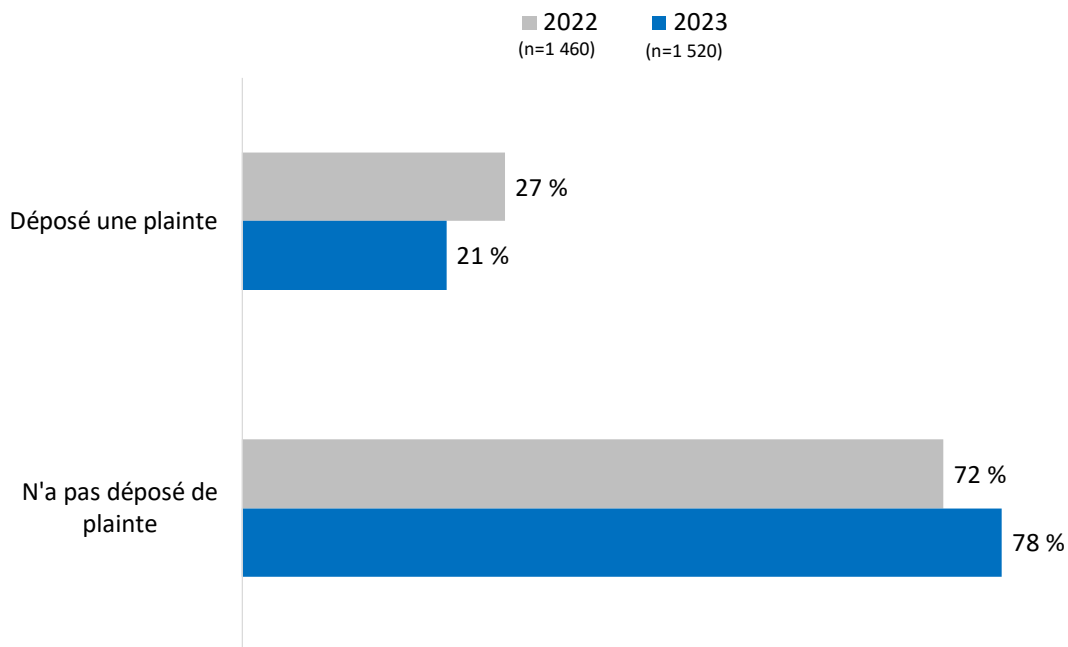
Ne sait pas : 4 % les deux vagues

4.2 Plaintes

Deux répondants sur dix ont déposé une plainte au sujet de leurs services Internet, et les personnes qui l’ont fait ont invoqué principalement les frais de résiliation anticipée.

Deux Canadiens sur dix (21 %, soit une baisse par rapport à 27 % en 2022) ayant un service Internet à domicile ont déposé une plainte à ce sujet au cours des 12 derniers mois. Comme c’est le cas pour les services de télévision, les plaintes concernant les services Internet sont moins nombreuses au Québec qu’ailleurs au pays ; 9 répondants sur 10 (90 %) du Québec n’ont pas déposé de plainte. Les Canadiens qui ont formulé une plainte au sujet des services sans fil (50 %) ou de télévision (52 %) ont plus tendance que les autres à avoir également déposé une plainte au sujet de leurs services Internet.

Diagramme 33 : Plaintes concernant les services Internet au cours des 12 derniers mois

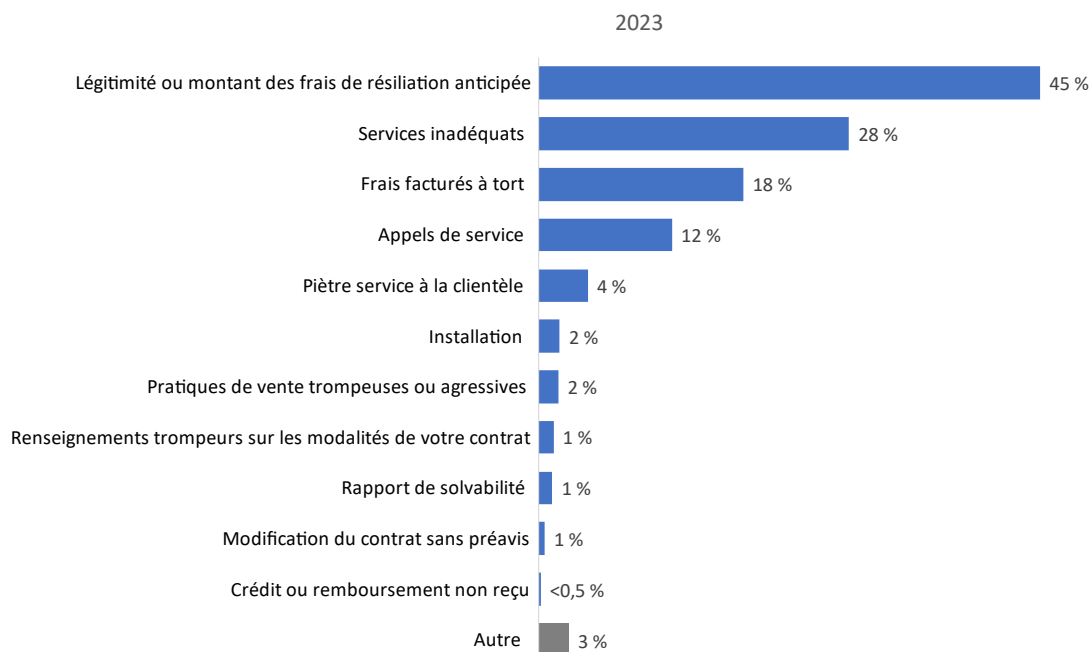


IC2. Avez-vous déposé une plainte concernant vos services Internet au cours des 12 derniers mois ?

Base de référence : répondants abonnés à un service Internet.

Parmi les personnes ayant déposé une plainte au sujet de leurs services Internet, une minorité importante (45 %) a remis en question la légitimité ou le montant des frais pour la résiliation anticipée du contrat. De plus, plus du quart (28 %) des répondants se sont plaints de la qualité inadéquate du service. Les autres raisons invoquées étaient des frais facturés à tort (18 %) et des plaintes relatives aux appels de service (12 %). La gamme complète des plaintes se trouve au diagramme 34.

Diagramme 34 : Nature de la plainte au sujet du service Internet



IC3. Quel était le motif de votre plainte ? [Plusieurs réponses acceptées.]

Base de référence : n= 338 ; répondants ayant un forfait de services Internet qui ont déposé une plainte.

Ne sait pas : 1 % ; les données de la vague de 2022 ne peuvent pas faire l’objet d’une comparaison.

5. Perspectives concernant le CRTC

On a posé à tous les répondants une série de questions sur le CRTC. En guise d’introduction aux questions, on a dit aux répondants ce qui suit :

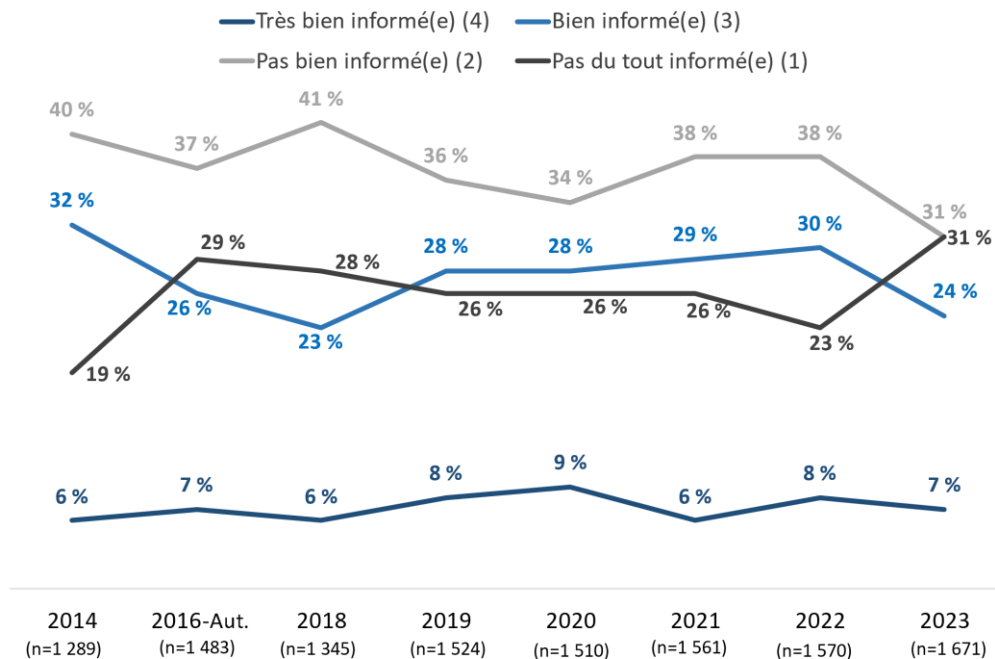
Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.

5.1 Répondants renseignés au sujet du mandat et du rôle du CRTC

La proportion de Canadiens qui s’estiment renseignés au sujet du rôle et du mandat du CRTC a diminué depuis l’an dernier.

Environ le tiers des Canadiens se sentent bien (24 %) ou très bien (7 %) informés à propos du mandat et du rôle du CRTC. Il s’agit d’une baisse depuis 2022, alors que 38 % des Canadiens se considéraient informés au sujet du CRTC.

Diagramme 35 : Répondants informés sur le rôle et le mandat du CRTC



C1. Dans l’ensemble, dans quelle mesure êtes-vous informé au sujet du mandat et du rôle du CRTC ?
Base de référence : tous les répondants.

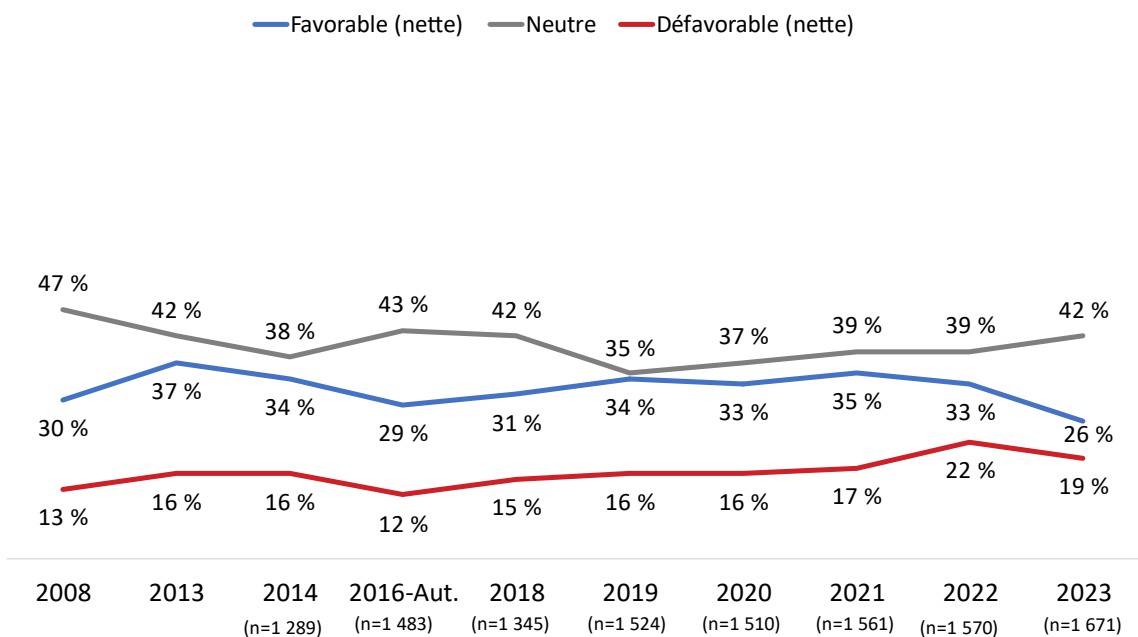
À mesure que l’âge et le niveau de scolarité augmentent, on observe également une hausse de la probabilité de se sentir informé à propos du mandat et du rôle du CRTC. De plus, les membres des communautés racisées (76 %) sont plus susceptibles que leurs homologues (63 %) de ne pas se sentir très bien informés ou de s’estimer pas du tout informés au sujet du CRTC.

5.2 Impressions à l’égard du CRTC

Les impressions des Canadiens à l’égard du CRTC sont neutres ou positives.

Après être demeurées stables depuis 2019, les impressions des Canadiens à l’égard du CRTC ont subi une baisse cette année, le quart (26 %) ayant une opinion plutôt favorable ou très favorable du CRTC. Il s’agit d’une chute de sept pour cent par rapport à la dernière année et le taux favorable le plus bas depuis le creux précédent de 29 % enregistré à l’automne 2016. Les Canadiens très bien (47 %) ou bien informés (46 %) au sujet du rôle et du mandat du CRTC sont plus susceptibles que les personnes qui ne sont pas très bien (22 %) ou pas du tout informées (10 %) d’avoir une impression favorable du CRTC.

Diagramme 36 : Impressions du CRTC



C2. Quelle est votre impression du CRTC ? Est-elle :

Base de référence : tous les répondants.

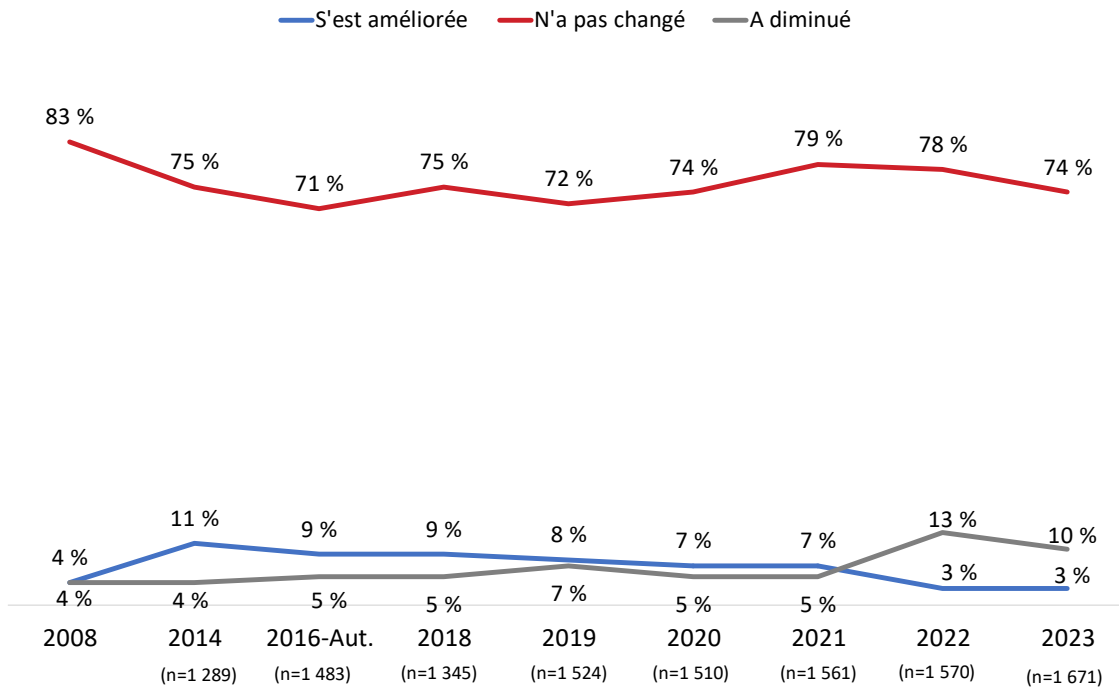
Plus l’âge et le niveau de scolarité augmentent, plus on observe une hausse de la probabilité d’avoir une impression favorable du CRTC. De plus, les répondants du Québec (33 % comparativement à 23 % des répondants de l’Ontario et à 21 % des répondants des Prairies) ainsi que les personnes qui n’ont pas reçu de facture-surprise au cours de la dernière année (27 % comparativement à 18 % des personnes qui ont reçu une telle facture) sont plus susceptibles d’avoir une impression favorable du CRTC.

5.3 Impressions du CRTC au cours de la dernière année

La majorité des Canadiens ont déclaré que leurs impressions à l’égard du CRTC n’ont pas changé au cours de la dernière année.

Les trois quarts des Canadiens (74 %) ont déclaré que leur impression du CRTC n’avait pas changé au cours de la dernière année. Il s’agit d’une baisse de quatre pour cent par rapport à 2022, ce qui n’est pas surprenant compte tenu des changements dans les cotes favorables cette année.

Diagramme 37 : Impressions du CRTC au cours de la dernière année



C3. Au cours de la dernière année, est-ce que votre impression du CRTC ?
Base de référence : tous les répondants.

6. Profil des répondants au sondage

Les tableaux suivants présentent les caractéristiques des répondants (à l’aide de données pondérées).

Provinces et territoires	Pourcentage
Ontario	38 %
Québec	23 %
Colombie-Britannique	14 %
Alberta	7 %
Manitoba	6 %
Saskatchewan	5 %
Nouvelle-Écosse	2 %
Île-du-Prince-Édouard	2 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %
Nouveau-Brunswick	1 %
Yukon	<0,5 %
Territoires du Nord-Ouest	<0,5 %
Nunavut	<0,5 %

Genre	Pourcentage
Femme	51 %
Homme	48 %
Autre genre	1 %

Niveau de scolarité	Pourcentage
Moins qu’un diplôme d’études secondaires ou l’équivalent	4 %
Un diplôme d’études secondaires ou l’équivalent	18 %
Diplôme d’apprenti ou autre certificat ou diplôme d’une école de métiers	5 %
Certificat ou diplôme d’un collège, d’un cégep ou d’un autre établissement non universitaire	24 %
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	7 %
Baccalauréat	24 %
Diplôme d’études supérieures	16 %

Revenu du ménage	Pourcentage
Moins de 20 000 \$	6 %
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	12 %
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	12 %
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	12 %
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	11 %
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	16 %
150 000 \$ et plus	16 %
Ne sait pas/refuse de répondre	16 %

Âge	Pourcentage
18 à 24 ans	8 %
25 à 34 ans	19 %
35 à 44 ans	16 %
45 à 54 ans	16 %
55 à 64 ans	14 %
65 ans et plus	27 %

Annexe

1. Spécifications techniques

Les spécifications suivantes s’appliquent à la présente recherche :

- Un sondage téléphonique de 15 minutes par composition aléatoire a été réalisé auprès de 1 671 Canadiens âgés de 18 ans et plus entre le 1^{er} et le 22 décembre 2022.
- Pour faciliter les comparaisons au fil du temps, les questions du sondage étaient identiques ou semblables à celles utilisées pour le sondage de la ROP de 2022 concernant le Code sur les services sans fil.
- Le questionnaire a été programmé à l’aide d’un système d’interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO) et mis à l’essai avant le travail sur le terrain pour s’assurer qu’il mesurait ce qu’il devait mesurer et que les répondants comprenaient les questions.
 - Le prétest comprenait 10 entrevues en anglais et 10 entrevues en français. Aucun changement n’a été apporté après le prétest ; par conséquent, les données du prétest ont été incluses dans l’ensemble de données final de l’enquête.
- Deux bases d’échantillonnage (ligne fixe et cellulaire) chevauchantes ont été utilisées pour réduire au minimum les erreurs de couverture⁴. La source de l’échantillon était *ASDE Survey Sampler*.
 - Soixante pour cent de la base d’échantillonnage contenait des numéros de téléphone cellulaire et le reste des numéros étaient attribués à des lignes fixes.
 - Il s’agissait d’un échantillonnage probabiliste ; par conséquent, les résultats peuvent être généralisés à l’ensemble de la population canadienne.
 - Le même processus de sélection aléatoire a été utilisé pour l’échantillon de répondants joints par téléphone fixe et par téléphone cellulaire, assurant ainsi l’intégrité de l’échantillonnage probabiliste.
- La base d’échantillonnage était disproportionnée sur le plan géographique pour améliorer l’exactitude des résultats régionaux.
- Avec un échantillon de cette taille, les résultats globaux peuvent être considérés comme exacts à 2,7 % près, 19 fois sur 20 (ajusté en fonction de la stratification de l’échantillon). Les marges d’erreur sont plus grandes pour les résultats relatifs aux sous-groupes de l’échantillon total.
- Le tableau suivant présente des renseignements sur les dispositions finales des appels pour cette enquête et le calcul du taux de réponse.

	Total	Ligne fixe	Cellulaire
Nombre total d’appels effectués	84 134	22 835	61 271
Hors du champ de l’enquête - Invalides	27 146	3 401	23 745

⁴ Une erreur de couverture se produit lorsque tous les segments de la population cible ne sont pas inclus dans la base d’échantillonnage. Si seules les lignes fixes avaient été incluses dans la base d’échantillonnage de cette enquête, les Canadiens qui n’ont qu’un téléphone cellulaire n’auraient pas eu la possibilité de participer à l’enquête. Les résultats du sondage ne refléteraient donc que les opinions des Canadiens qui ont une ligne fixe dans leur ménage.

	Total	Ligne fixe	Cellulaire
Non complétés (NC)	30 500	8 740	21 760
Aucune réponse/Boîte vocale	30 500	8 740	21 760
Visés par le champ de l’enquête – Pas de réponse (V)	24 467	9 867	14 600
Barrière linguistique	486	203	283
Incapable de répondre (maladie/décès)	193	129	64
Rappel (répondant non disponible)	1 189	356	833
Refus	22 278	9 090	13 188
Fin de l’appel	321	89	232
Visés par le champ de l’enquête – Unités répondantes (R)	2 021	836	1 185
Entrevue complétée	1 671	660	1 011
Quota atteint	243	150	93
Non admissible – Exclusions liées à l’emploi	69	15	54
Non admissible – Âge	28	9	19
Non admissible – Refus de fournir la région	10	2	8

- Le taux de réponse global était de 4 % (4 % pour l’échantillon de répondants joints par ligne fixe et 3 % pour l’échantillon de répondants joints par cellulaire).
 - À l’aide des données du tableau final des dispositions des appels (la puce ci-dessus), le taux de réponse au sondage est calculé comme suit : $[R=R/(NC+V+R)]$. Cela signifie que le taux de réponse est calculé en divisant le nombre d’unités répondantes [R] par le nombre d’appels [NC] non complétés plus les ménages et les particuliers non répondants dans le champ [V] plus les unités répondantes [R].
- Les données de l’enquête ont été pondérées par région, âge et genre à l’aide des données démographiques tirées du recensement de 2021 de Statistique Canada. Les pondérations visent à apporter des correctifs pour l’échantillonnage régional disproportionné. Tous les répondants qui refusaient de fournir leur âge ou leur genre se voyaient attribuer un poids neutre afin de ne pas fausser les proportions de pondération. Le tableau ci-dessous montre les proportions non pondérées et pondérées pour les variables utilisées pour les pondérations.

	Données non pondérées	Données pondérées
Base	n=1 671	n=1 671
Région		
Canada atlantique	151	113
Québec	302	381
Ontario	403	643
Prairies	481	298
Colombie-Britannique	182	230
Territoires	152	5
Âge		
18 à 34 ans	295	446

35 à 54 ans	499	540
55 ans et plus	877	684
Genre		
Homme	879	808
Femme	778	849
Autre genre ⁵	-	-

- Une analyse du taux de non-réponse a été effectuée pour évaluer le risque de biais de non-réponse. Le taux de non-réponse à l’enquête peut biaiser les résultats lorsqu’il existe des différences systématiques entre les répondants et les non-répondants. Comme le montre le tableau ci-dessus, l’échantillon de l’enquête diffère de la population pour ce qui est de l’âge (comme c’est souvent le cas pour les enquêtes téléphoniques auprès de la population générale). Les Canadiens de moins de 55 ans étaient sous-représentés dans l’échantillon de l’enquête et ceux de 55 ans et plus étaient surreprésentés. Des pondérations ont été appliquées pour tenir compte de l’écart entre l’échantillon de l’enquête et la population.

Toutes les étapes de cette ROP respectaient les normes de l’industrie des études de marché, y compris les *Normes pour la recherche sur l’opinion publique du gouvernement du Canada – Sondages téléphoniques*.

⁵ La taille de l’échantillon est trop petite pour être incluse.

2. Questionnaire du sondage

Partie : Introduction et présélection

Hello/bonjour, je m'appelle [nom de l'intervieweur]. J'appelle au nom de Phoenix SPI, un cabinet de recherche sur l'opinion publique. Nous menons un sondage pour le compte du gouvernement du Canada pour explorer des enjeux qui intéressent les Canadiennes et les Canadiens. Préférez-vous que je continue en anglais ou en français ? / Would you prefer that I continue in English or French?

Il faudra au plus 15 minutes pour répondre au sondage. Vous êtes tout à fait libre d'y participer ou non. Vos réponses demeureront confidentielles et anonymes, et les renseignements fournis seront protégés conformément aux exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, de la *Loi sur l'accès à l'information* et d'autres lois pertinentes.

Le sondage est enregistré dans le service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien.

[NOTE CONCERNANT L'ACCESSIBILITÉ : Si un mode alternatif pour participer au sondage est nécessaire, offrez cette option aux répondants.]

SI L'INTERLOCUTEUR LE DEMANDE :

Le numéro d'enregistrement est le suivant : 20221120-PH015.

[ÉCHANTILLON DE RÉPONDANTS JOINTS PAR LIGNE FIXE]

A1a. J'aimerais parler à une personne de votre foyer qui a 18 ans ou plus. Est-ce que ce serait vous ?

01. Oui
02. Non [DEMANDER DE PARLER À LA PERSONNE ADMISSIBLE ; RÉPÉTER L'INTRODUCTION]

A1b. Puis-je poursuivre avec le sondage ?

01. Oui [PASSER À A3]
02. Non

A1c. À quel moment pourrais-je vous rappeler ?

01. Prévoir la date et l'heure du rappel si possible : _____
02. Non/refuse de participer [REMERCIER LA PERSONNE/TERMINER L'ENTRETIEN]

[ÉCHANTILLON DE RÉPONDANTS JOINTS PAR CELLULAIRE]

A2a. Avez-vous 18 ans ou plus ?

01. Oui
02. Non [REMERCIER LA PERSONNE/TERMINER L'ENTRETIEN]

A2b. Vous ai-je rejoint sur votre cellulaire ?

- 01. Oui
- 02. Non

MESSAGE QUI MET FIN À L’APPEL : Merci d’avoir accepté de répondre au présent sondage, mais vous ne répondez pas aux critères d’admissibilité de l’enquête.

A2c. Vous trouvez-vous à un endroit où vous pouvez parler au téléphone en sécurité et répondre à mes questions ?

- 01. Oui
- 02. Non [PASSER À A2e]

REMARQUE À L’INTENTION DU SONDEUR : Si vous pensez que le contexte peut poser un danger pour la personne (p. ex., elle conduit un véhicule), entraver sa participation (p. ex., distractions en arrière-plan) ou nuire à sa capacité de répondre ouvertement (p. ex., manque d’intimité), suggérez de reporter l’entrevue.

A2d. Est-ce un bon temps pour répondre au sondage ?

- 01. Oui [PASSER À A2f]
- 02. Non

A2e. À quel moment pourrais-je vous rappeler ?

- 01. Prévoir la date et l’heure du rappel si possible : _____
- 02. Non/refuse de participer [REMERCIER LA PERSONNE/TERMINER L’ENTRETIEN]

A2f. Votre ménage est-il abonné à un service téléphonique résidentiel, que l’on appelle aussi une ligne fixe ?

- 01. Oui [DOUBLE UTILISATION]
- 02. Non [CODER COMME CPO]
- 03. Ne sait pas/pas de réponse

[POSER À TOUS]

A3. [AJOUTER POUR LES RÉPONDANTS JOINTS PAR CELLULAIRE : Je sais que je vous ai joint sur un cellulaire, mais...] Avez-vous votre propre téléphone cellulaire, téléphone intelligent ou autre appareil sans fil ? C’est-à-dire, un téléphone qui n’est pas payé par votre employeur ?

- 01. Oui
- 02. Non
- 03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse

A4. Votre ménage est-il abonné à un service de télévision par câble, par satellite ou par protocole Internet ?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse

[SI L'INTERLOCUTEUR LE DEMANDE : La télévision sur protocole Internet (IPTV) est une façon différente d'obtenir la télévision conventionnelle ; elle est similaire à la télévision par câble ou par satellite. La télévision par protocole Internet est différente de Netflix ou d'autres services de diffusion en continu (la télévision par protocole Internet n'inclut pas Netflix).]

A5. Votre ménage est-il abonné à un service Internet ?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse

A6. Est-ce que vous ou un membre de votre ménage ou de votre famille immédiate travaillez dans l'un des domaines suivants ? [LIRE LA LISTE]

01. Étude de marché [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
02. Relations publiques, avec les médias ou publicité [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
03. Entreprise médiatique (presse écrite, radio, télévision) [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
04. Surveillance des médias [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
05. Entreprise de télécommunications [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
06. Aucune de ces options [CONTINUER]
07. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]

A7. Quelle est l'année de votre naissance ?

01. Inscrire l'année : _____
02. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

A7a. [SI A7=02] Pourriez-vous me dire à quelle catégorie d'âge vous appartenez? [LIRE ; ARRÊTER LORSQUE LA PERSONNE FAIT UN CHOIX]

01. 18 à 24 ans
02. 25 à 34 ans
03. 35 à 44 ans
04. 45 à 54 ans
05. 55 à 64 ans
06. 65 ans et plus
07. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

A8. À quel genre vous identifiez-vous ? [LIRE LA LISTE]

01. Femme
02. Homme
03. Un autre genre
04. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

A9. Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous ? [NE PAS LIRE LA LISTE]

01. Terre-Neuve-et-Labrador
02. Île-du-Prince-Édouard
03. Nouvelle-Écosse
04. Nouveau-Brunswick
05. Québec
06. Ontario
07. Manitoba
08. Saskatchewan
09. Alberta
10. Colombie-Britannique
11. Yukon
12. Territoires du Nord-Ouest
13. Nunavut
14. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

Partie : Code sur les services sans fil

[POSER À TOUS]

I. SOUVENIR DE L’EXISTENCE DES CODES DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS

WC1. Le Code sur les services sans fil, le Code sur les services Internet et le Code des fournisseurs de services de télévision ont été créés afin de simplifier la compréhension des contrats de service et de contribuer à un marché plus dynamique. Dans quelle mesure vous souvenez-vous avoir entendu ou vu quoi que ce soit au sujet des Codes ? Diriez-vous que vous vous en souvenez clairement, que vous vous en souvenez vaguement ou que vous ne vous en souvenez pas ?

01. S’en souvient clairement
02. S’en souvient vaguement
03. Ne s’en souvient pas
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

INSTRUCTIONS DE PROGRAMMATION :

SI LA RÉPONSE EST « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » POUR LA QUESTION A3 ET « OUI » POUR LA QUESTION A4, PASSER À LA PARTIE SUR LE CODE DES FOURNISSEURS DE SERVICES DE TÉLÉVISION.

SI LA RÉPONSE EST « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » POUR LA QUESTION A3 ET « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » POUR LA QUESTION A4 ET « OUI » POUR LA QUESTION A5, PASSER À LA PARTIE SUR LE CODE SUR LES SERVICES INTERNET IC1.

SI LA RÉPONSE EST « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » AUX QUESTIONS A3, A4 ET A5, PASSER À LA PARTIE SUR LE CRTC.
POUR TOUS LES AUTRES RÉPONDANTS, CONTINUER.

II. TYPES DE CONTRATS DE SERVICE SANS FIL

Les prochaines questions portent sur votre contrat ou forfait de service cellulaire ou sans fil.

[REMARQUE À L’INTENTION DU SONDEUR : Si la personne répond « Je n’ai pas de forfait, je paie à la carte, à l’utilisation ou de mois en mois », répondre : « La question porte sur l’entente ou le forfait de service sans égard au fait que vous ayez ou non signé un contrat pour une période fixe ou que vous utilisez un service mensuel ou des cartes prépayées. »]

WC2. S’agit-il d’un forfait individuel ou d’un forfait familial ou partagé ?

[REMARQUE À L’INTENTION DU SONDEUR : En cas de doute quant à la différence, préciser « Payez-vous pour une seule personne (forfait individuel) ou partagez-vous un forfait payé conjointement avec votre famille (forfait familial) ? »]

01. Forfait individuel [PASSER À WC4]
02. Forfait familial ou partagé
03. [NE PAS LIRE] Autre [PRÉCISER] [PASSER À WC4]
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas [PASSER À WC4]

WC3. [DEMANDER si WC2 = 02] Combien de membres partagent votre forfait ?

01. 2
02. 3
03. 4
04. 5 ou plus
05. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC4. Et s’agit-il d’un forfait mensuel ou d’un forfait prépayé ou à la carte ?

[REMARQUE À L’INTENTION DU SONDEUR : Si la personne n’est pas certaine, dire « Si vous payez la facture *après* avoir utilisé votre service sans fil, il s’agit d’un forfait mensuel ou postpayé. Si vous payez *avant* d’utiliser votre service sans fil, il s’agit d’un forfait prépayé ou à la carte. »]

01. Mensuel ou postpayé (payé après)
02. Prépayé ou à la carte (payé à l’avance)
03. [NE PAS LIRE] Autre [PRÉCISER]
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

III. SERVICES COMPRIS DANS LE FORFAIT DE SERVICES SANS FIL

Je voudrais maintenant vous poser quelques questions au sujet des services offerts dans le cadre de votre forfait de services sans fil.

WC5. Lesquelles des fonctions suivantes sont comprises dans votre forfait de services sans fil ? LIRE LES ÉLÉMENTS ET CHOIX DE RÉPONSE

- a) Minutes d'appel [REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas, dire « C'est ce qui vous permet de faire ou de recevoir des appels téléphoniques. »]
- b) Messages texte [REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas, dire « Cela peut comprendre les messages texte et les messages multimédias, comme les photos ou vidéos envoyées par texto. »]
- c) Données [REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si la personne ne comprend pas le concept des données, dire « C'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil. »]

CHOIX DE RÉPONSE

- 01. Oui
- 02. Non
- 03. Ne sait pas

IV. APPAREILS

WC6. En souscrivant à votre dernier forfait sans fil, avez-vous fourni votre propre appareil, avez-vous fait l'achat d'un nouvel appareil ou avez-vous loué l'appareil auprès de votre fournisseur de service ?

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant n'est pas certain de ce qu'on entend par « fournis votre propre appareil », dire « Il s'agit d'un forfait pour lequel vous possédez déjà un appareil mobile et achetez simplement un service cellulaire d'une entreprise de télécommunications sans fil. »]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant n'est pas certain de ce qu'on entend par « loué l'appareil », dire « Certaines compagnies de téléphonie mobile offrent un rabais monétaire à l'avance si vous acceptez de retourner votre appareil à la fin de votre contrat. »]

- 01. Fourni votre propre appareil [PASSER À WC8 SI WC5c=03 ; SINON, PASSER À WC12]
- 02. Acheté un nouvel appareil du fournisseur de service sans fil
- 03. Loué un nouvel appareil du fournisseur de service sans fil
- 04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC7. [POSER SI WC6=02 OU 03] Parmi les éléments suivants, qu'avez-vous fait : [LIRE LA LISTE ; ALTERNER L'ORDRE DES CHOIX DE RÉPONSE ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

- 01. Payé le plein prix à votre fournisseur de service sans fil
- 02. Obtenu une réduction sur le prix votre téléphone
- 03. Commencé un onglet de balance
- 04. Sélectionné un plan de location ou de retour d'appareil
- 05. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant n'est pas certain de comprendre le sens d'une balance, dire « Lorsque vous achetez un téléphone à un prix initial réduit et que le reste du

coût est porté à votre compte, il s'agit d'une balance, qu'on appelle « tab » en anglais. Chaque mois, une partie du montant facturé sert à payer cette balance. »]

V. SERVICES DE DONNÉES

[POSER SI WC5c=01]

Je voudrais maintenant vous poser quelques questions au sujet des services de données offerts dans le cadre de votre forfait de services sans fil.

WC8. Certains forfaits de services sans fil offrent une utilisation illimitée de données, d'autres, une utilisation limitée. Lorsqu'un forfait comprend une limite de données mensuelles, vous pouvez avoir à payer des frais d'utilisation excédentaire si vous utilisez plus de données dans un mois que ce que prévoit votre forfait. Quelle est la quantité de données présentement incluse dans votre forfait ? [NE PAS LIRE LA LISTE]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas le sens de données, dire « C'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil lorsque celui-ci n'est pas connecté au WiFi. »]

01. _____ Mégaoctets (Mo) – PERMETTRE LA SAISIE D'UN CHIFFRE ; NE PAS PERMETTRE UN CHIFFRE DE MOINS DE 100
02. _____ Gigaoctets (Go) – PERMETTRE LA SAISIE D'UN CHIFFRE
03. Illimité
04. Aucun – pas de plan de données
05. Ne sait pas

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant indique un nombre de moins de 100 mégaoctets, prière de lui demander s'il fait référence à des mégaoctets ou des gigaoctets. S'il y a confusion, inscrire « Ne sait pas ».]

WC9. [DEMANDER SI WC8=01, 02 ou 03] Lesquelles des méthodes suivantes, s'il y a lieu, utilisez-vous pour gérer ou limiter votre utilisation de données ? [LIRE LA LISTE ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Utilisation d'outils pour surveiller votre utilisation de données
02. Réduction de l'utilisation de données après avoir reçu un avis que vous approchez la limite
03. Utilisation du Wi-Fi dans la mesure du possible
04. Autre [PRÉCISER]
05. [NE PAS LIRE] Je ne limite pas mon utilisation de données
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC10. [POSER SI WC5c=01 et WC8≠04] Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer votre utilisation de données ou celle de votre famille chaque mois ? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant « très difficile » et 7 étant « très facile ».

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si la personne ne comprend pas le concept des données, dire « C'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil. »]

01. 1 – Très difficile
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très facile
08. [NE PAS LIRE] Je n'utilise pas mes données
09. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC11. [POSER SI WC5c=01 et WC8≠04] Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous payé des frais d'utilisation excédentaire de données ? [LIRE LA LISTE]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas le concept des données, dire « C'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil. »]

01. Jamais
02. 1 ou 2 fois
03. 3 à 6 fois
04. 7 à 9 fois
05. 10 à 12 fois
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

VI FACTURES-SURPRISES

WC12. Au cours de la dernière année, avez-vous reçu une facture-surprise, c'est-à-dire une facture étonnamment élevée ? [LIRE LA LISTE]

01. Oui
02. Non [PASSER À WC15]
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC13. [POSER SI WC12=01] Quelle était la principale raison des frais élevés de la facture-surprise que vous avez reçue ? [NE PAS LIRE LA LISTE ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant indique les frais d'itinérance, déterminer s'il s'agit d'itinérance au Canada ou à l'étranger.]

01. Forfait familial ou partagé – Difficile de gérer l'utilisation
02. Voyages à l'étranger – Frais d'itinérance
03. Voyages au Canada – Frais d'itinérance
04. Frais d'utilisation excédentaire de données
05. Frais de dépassement des minutes d'appel
06. Frais d'interurbain

07. Frais d’utilisation excédentaire de messages texte
08. Problèmes ou erreurs de facturation
09. Frais de configuration ou de service non prévus
10. Autres frais non prévus (frais d’accès au réseau, service 911, etc.)
11. Le forfait ou contrat obtenu n’est pas celui qui a été promis
12. [NE PAS LIRE] Autre (préciser)
13. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC14. [POSER SI WC12=01] Quel était le montant des frais non prévus sur votre facture ? [LIRE LA LISTE]

01. Moins de 50 \$ de plus que la facture mensuelle habituelle
02. 50 \$ à 100 \$
03. 101 \$ à 250 \$
04. 251 \$ à 500 \$
05. 501 \$ à 1 000 \$
06. Plus de 1 000 \$
07. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC15. Si vous utilisez votre forfait lorsque vous voyagez, vous pourriez devoir payer des frais d’itinérance. Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer vos frais d’itinérance lorsque vous voyagez ? Veuillez utiliser une échelle à sept points, dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ».

01. 1 – Très difficile
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très facile
08. [NE PAS LIRE] Je ne voyage pas avec mon téléphone
09. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

VII. PLAINTES

WC16. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services sans fil ?

01. Oui
02. Non [PASSER À WC19]
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas [PASSER À WC19]

WC17. [POSER SI WC16=01] Quel était le sujet de votre plainte ? [LIRE LA LISTE AU BESOIN ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S’APPLIQUENT]

01. Renseignements trompeurs sur les modalités du contrat
02. Pratiques de ventes trompeuses ou agressives
03. Frais facturés à tort
04. Légitimité ou montant des frais de résiliation anticipée

05. Services inadéquats
06. Crédit ou remboursement non reçu
07. Frais d’utilisation de données
08. Rupture de contrat
09. Modification du contrat sans préavis
10. Politique d’annulation de 30 jours
11. Déverrouillage du téléphone
12. Rapport de solvabilité
13. Données illimitées
14. Autre [PRÉCISER]
15. Ne sait pas

REMARQUES À L’INTENTION DU SONDEUR : [LIRE AU BESOIN]

- **Renseignements trompeurs sur les modalités** : Ce type de problème englobe des différends liés au contenu d’un contrat, à l’interprétation de celui-ci, au respect des obligations contractuelles par le fournisseur ou à des malentendus concernant les particularités ou les modalités d’un contrat.
- **Pratiques de vente trompeuses ou agressives** : Dans certains cas, les vendeurs fournissent des détails sur des produits ou services sans fil qui ne vous intéressent pas ou qui s’avèrent faux, des offres promotionnelles qui changent au cours du contrat, des offres promotionnelles dont les modalités diffèrent des informations initiales fournies par le fournisseur de services ou des représentants de l’assistance technique qui essaient de vous vendre des produits ou des services lors d’une interaction ou d’un appel de service.
- **Frais facturés à tort** : Par exemple, des plaintes de consommateurs ayant accepté un tarif et à qui on demande plus que le tarif convenu, dont les services sont surfacturés en raison d’une erreur du système de facturation ou dont le tarif facturé diffère de celui annoncé au départ, ou qui reçoivent une facture pour des services payables à l’utilisation qu’ils soutiennent n’avoir pas utilisés.
- **Frais de résiliation anticipée** : Plainte au sujet du montant ou de la légitimité de frais de résiliation anticipée imposés au client à l’annulation du service.
- **Services inadéquats** : Cela peut comprendre l’installation, les services de réparation et de débranchement, ainsi que la qualité du service ou les interruptions déraisonnables de service et le transfert de service d’un fournisseur à un autre.
- **Crédit ou remboursement non reçu** : C’est relativement simple, un remboursement est normalement exigible à l’annulation du service.
- **Frais d’utilisation de données** : Toute plainte au sujet du forfait ou des services de données, y compris des différends au sujet des frais d’utilisation excédentaire de données et de la capacité des utilisateurs d’un forfait familial ou partagé de consentir à dépasser les limites d’utilisation de données.
- **Rupture de contrat** : Cela comprend les différends au sujet de la conformité aux modalités du contrat du client.

- **Modification du contrat sans préavis** : Lorsque le fournisseur de services modifie une modalité importante du contrat du client sans donner d’avis.
- **Rapport de solvabilité** : Ce problème est relatif à la cote de solvabilité ou au recouvrement de dettes d’un client. Par exemple, si des frais sont portés en trop à la facture du client par erreur et que le client ne paie pas le montant en souffrance, cela peut avoir une incidence sur sa cote de solvabilité, il pourrait aussi devoir traiter avec des agences de recouvrement pendant la résolution de la plainte.
- **Données illimitées** : Toute plainte relative à la définition perçue de données illimitées ou à la façon dont les données illimitées sont fournies.

WC18. [POSER SI WC16=01] Auprès de qui avez-vous déposé votre plainte ? Était-ce auprès de votre fournisseur de services, du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécom-télévision (le CPRST) ou des deux ?

01. Fournisseur de services
02. CPRST
03. Les deux
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

VIII. CLARTÉ ET EXPLICATIONS

Je voudrais maintenant vous poser quelques questions au sujet de la clarté et de la facilité à comprendre votre contrat de service sans fil.

WC19. Trouvez-vous votre contrat clair et facile à comprendre ? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

01. 1 – Pas clair du tout et difficile à comprendre
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très clair et facile à comprendre
08. [NE PAS LIRE] N’a pas de contrat
09. [NE PAS LIRE] N’a jamais lu le contrat
10. [NE PAS LIRE] Ne se souvient pas
11. [NE PAS LIRE] Pas de réponse/refuse de répondre

WC20. Le Code sur les services sans fil exige des fournisseurs de services qu’ils fournissent une période d’essai pour les nouveaux contrats qui comprennent un appareil et des explications claires sur les frais exigés si vous annulez votre contrat ou votre entente avant la fin du terme. Dans quelle mesure les explications reçues de la part de votre fournisseur de services sur les deux aspects étaient-elles claires ? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout » et 7 signifie « très clair ».

01. 1 – Pas clair du tout
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très clair
08. [NE PAS LIRE] N’a pas de contrat
09. [NE PAS LIRE] N’a jamais lu le contrat
10. [NE PAS LIRE] N’a pas eu de période d’essai
11. [NE PAS LIRE] Ne se souvient pas
12. [NE PAS LIRE] Pas de réponse/refuse de répondre

IX. MODIFICATIONS

WC21. Vous êtes-vous déjà aperçu que votre fournisseur de services a modifié votre forfait sans vous aviser directement des modifications apportées aux modalités ?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

[POSER À TOUS]

WC22. Avez-vous changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années ?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC23. [POSER SI WC22=01] Pourquoi avez-vous changé de fournisseur de services ? [NE PAS LIRE LA LISTE ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S’APPLIQUENT]

01. Fin du contrat
02. Non satisfait du fournisseur de services
03. Un autre fournisseur a présenté une meilleure offre
04. Besoin de remplacer le téléphone
05. Autre [PRÉCISER]
06. Ne sait pas

WC24. [POSER SI WC22=01] Dans quelle mesure a-t-il été facile ou difficile de changer de fournisseur de services ? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ».

01. 1 – Très difficile
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5

- 06. 6
- 07. 7 – Très facile
- 08. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC25. [POSER SI WC24=01, 02 OU 03] Pourquoi vous a-t-il été difficile de changer de fournisseur de services ? [NE PAS LIRE LA LISTE ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

- 01. Problèmes techniques
- 02. Problème pour garder le numéro de téléphone
- 03. Coût de résiliation de contrat élevé
- 04. Ne pouvait obtenir le téléphone voulu
- 05. Autre [PRÉCISER]
- 06. Ne sait pas

WC26. [POSER SI WC22=02] Pourquoi avez-vous continué de faire affaire avec votre fournisseur de service actuel ? [LIRE LA LISTE AU BESOIN ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

- 01. Aucune raison de changer / satisfait (en général)
- 02. Je suis satisfait de la qualité du produit / du service (en général)
- 03. Je suis satisfait du coût / j'ai actuellement un forfait avantageux
- 04. Trop compliqué de changer / les changements exigent trop d'efforts
- 05. Coût de résiliation de contrat élevé
- 06. J'ai un contrat
- 07. Je reçois un bon service à la clientèle / satisfait du personnel
- 08. Je suis un client loyal / j'apprécie la relation
- 09. Je n'ai pas le choix / c'est le seul fournisseur
- 10. Aucune raison de changer / je ne peux pas obtenir une meilleure offre d'un autre fournisseur de service
- 11. J'ai un forfait regroupé avec mon fournisseur de service et ce serait compliqué de changer seulement mon service sans fil
- 12. Autre [PRÉCISER]
- 13. Ne sait pas

Partie : Code des fournisseurs de services de télévision

[POSER SI LA RÉPONSE À LA QUESTION A4 ÉTAIT OUI]

Les questions suivantes portent sur votre fournisseur de services de télévision. J'entends par là votre fournisseur de télévision par câble, satellite ou protocole Internet. Veuillez ne pas y inclure les services de lecture en continu comme Netflix.

[INSTRUCTION À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant indique qu'il n'a pas de services de télévision par câble, satellite ou protocole Internet, passer à la section suivante.]

TVSP1. Dans quelle mesure trouvez-vous que votre contrat de télévision est clair et facile à comprendre ? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

01. 1 – Pas clair du tout et difficile à comprendre
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très clair et facile à comprendre
08. [NE PAS LIRE] N'a pas de contrat
09. [NE PAS LIRE] N'a jamais lu le contrat
10. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

TVSP2. Le Code des fournisseurs de services de télévision exige des fournisseurs qu'ils veillent à ce que les clients connaissent la disponibilité, le prix et le contenu de l'offre de service d'entrée de gamme, qu'on appelle aussi forfait de base. Votre fournisseur de services vous a-t-il informé de son offre d'entrée de gamme, qui est au prix maximal de 25 \$ par mois ? Il peut l'avoir fait par courriel, au téléphone ou au moyen de votre facture mensuelle.

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

TVSP3. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services de télévision ?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

TVSP4. [POSER SI TVSP3=01] Votre plainte était à quel sujet ? [LIRE LA LISTE AU BESOIN ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Renseignements trompeurs sur les modalités du contrat
02. Pratiques de ventes trompeuses ou agressives
03. Frais facturés à tort
04. Légitimité ou montant des frais de résiliation anticipée
05. Services inadéquats
06. Crédit ou remboursement non reçu
07. Rupture de contrat
08. Modification du contrat sans préavis
09. Politique d'annulation de 30 jours
10. Rapport de solvabilité
11. Installation
12. Appels de service
13. Changement de prix d'une station ou d'un groupe de canaux sans vous informer à l'avance
14. Autre [PRÉCISER]
15. Ne sait pas

REMARQUE À L’INTENTION DU SONDEUR : LIRE AU BESOIN

- **Renseignements trompeurs sur les modalités du contrat** : Ce type de problème englobe des différends liés au contenu d’un contrat, à l’interprétation de celui-ci, au respect des obligations contractuelles par le fournisseur ou à des malentendus concernant les particularités ou les modalités d’un contrat.
- **Pratiques de vente trompeuses ou agressives** : Dans certains cas, les vendeurs fournissent des détails sur des produits ou services sans fil qui ne vous intéressent pas ou qui s’avèrent faux, des offres promotionnelles qui changent au cours du contrat, des offres promotionnelles dont les modalités diffèrent des informations initiales fournies par le fournisseur de services ou des représentants de l’assistance technique qui essaient de vous vendre des produits ou des services lors d’une interaction ou d’un appel de service.
- **Frais facturés à tort** : Par exemple, des plaintes de consommateurs ayant accepté un tarif et à qui on demande plus que le tarif convenu, dont les services sont surfacturés en raison d’une erreur du système de facturation ou dont le tarif facturé diffère de celui annoncé, ou qui reçoivent une facture pour des services payables à l’utilisation qu’ils soutiennent n’avoir pas utilisés.
- **Légitimité ou montant des frais de résiliation anticipée** : Plainte au sujet du montant ou de la légitimité de frais de résiliation anticipée imposés au client à l’annulation du service.
- **Services inadéquats** : Cela peut comprendre l’installation, les services de réparation et de débranchement ainsi que la qualité du service ou les interruptions déraisonnables de service et le transfert de service d’un fournisseur à un autre.
- **Crédit ou remboursement non reçu** : C’est relativement simple, un remboursement est normalement exigible à l’annulation du service.
- **Rupture de contrat** : Cela comprend les différends au sujet de la conformité aux modalités du contrat du client.
- **Modification du contrat sans préavis** : Lorsque le fournisseur de services modifie une modalité importante du contrat du client sans préavis, y compris les modifications des options de programmation télévisuelle (par exemple les chaînes fournies ou les augmentations de tarif).
- **Rapport de solvabilité** : Ce problème est relatif à la cote de solvabilité ou au recouvrement de dettes d’un client. Par exemple, si des frais sont portés en trop à la facture du client par erreur et que le client ne paie pas le montant en souffrance, cela peut avoir une incidence sur sa cote de solvabilité, il pourrait aussi devoir traiter avec des agences de recouvrement pendant la résolution de la plainte.
- **Installation** : Problèmes liés à l’installation des services.
- **Appel de service** : Problèmes liés à un appel de service, y compris les services de réparation, comme le retard du technicien par rapport à la plage horaire prédéterminée ou les frais liés aux appels de service.

[POSER SI LA RÉPONSE À LA QUESTION A5 ÉTAIT OUI]

IC1. Dans quelle mesure trouvez-vous votre contrat Internet clair et facile à comprendre ? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

01. 1 – Pas clair du tout et difficile à comprendre
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très clair et facile à comprendre
08. [NE PAS LIRE] N’a pas de contrat
09. [NE PAS LIRE] N’a jamais lu le contrat
10. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

IC2. Avez-vous déposé une plainte concernant vos services Internet au cours des 12 derniers mois ?

01. Oui
02. Non [PASSER À C1, SECTION SUR LE CRTC]
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas [PASSER À C1, SECTION SUR LE CRTC]

IC3. [POSER SI IC2=01] Quel était le motif de votre plainte ? [LIRE LA LISTE AU BESOIN ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S’APPLIQUENT]

01. Renseignements trompeurs sur les modalités de votre contrat
02. Pratiques de vente trompeuses ou agressives
03. Frais facturés à tort
04. Légitimité ou montant des frais de résiliation anticipée
05. Services inadéquats
06. Crédit ou remboursement non reçu
07. Rupture de contrat
08. Modification du contrat sans préavis
09. Politique d'annulation de 30 jours
10. Rapport de solvabilité
11. Installation
12. Appels de service
13. Autre [PRÉCISER]
14. Ne sait pas

Partie : CRTC

[POSER À TOUS]

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.

C1. Dans l’ensemble, dans quelle mesure êtes-vous informé au sujet du mandat et du rôle du CRTC ?
[LIRE LA LISTE]

01. Très bien informé
02. Bien informé
03. Peu informé
04. Pas informé
05. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

C2. Quelle est votre impression du CRTC? Est-elle : [LIRE LA LISTE]

[RÉPÉTER LA DÉFINITION DU CRTC, AU BESOIN : Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.]

01. Très favorable
02. Quelque peu favorable
03. Neutre
04. Quelque peu défavorable
05. Très défavorable
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

C3. Au cours de la dernière année, est-ce que votre opinion du CRTC : [LIRE LA LISTE]

[RÉPÉTER LA DÉFINITION DU CRTC, AU BESOIN : Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.]

01. S’est améliorée
02. A diminué
03. N’a à peu près pas changé
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

Partie : Données démographiques

Merci. Nous avons maintenant quelques questions aux fins de classement. Soyez assuré que vos réponses demeureront confidentielles.

D1. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété ? [LIRE LA LISTE ; ARRÊTER LORSQUE LA PERSONNE FOURNIT UNE RÉPONSE]

01. Moins qu’un diplôme d’études secondaires ou l’équivalent
02. Un diplôme d’études secondaires ou l’équivalent

03. Diplôme d'apprenti ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
04. Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire
05. Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
06. Baccalauréat
07. Diplôme d'études supérieures
08. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D2. Quelle est la première langue que vous avez apprise à la maison et que vous comprenez encore ? [LIRE LA LISTE]

01. Français
02. Anglais
03. Autre (PRÉCISER _____)
04. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D3. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage ? Il s'agit du revenu total combiné de toutes les personnes de votre foyer, avant impôts. [LIRE LA LISTE]

01. Moins de 20 000 \$
02. De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$
03. De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$
04. De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$
05. De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$
06. De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$
07. 150 000 \$ et plus
08. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D4. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre situation d'emploi actuelle ? [LIRE LA LISTE]

01. Salarié(e) à temps plein (35 heures ou plus par semaine)
02. Salarié(e) à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)
03. Travailleur(euse) autonome
04. Sans emploi et en recherche d'emploi
05. Étudiant(e) à temps plein
06. À la retraite
07. À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou au chômage mais n'est pas à la recherche d'un emploi)
08. [NE PAS LIRE] Autre situation d'emploi
09. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D5. Êtes-vous une personne autochtone, c'est-à-dire membre des Premières Nations, Métis ou Inuk (Inuit) ? Les Premières Nations comprennent les Indiens inscrits et non-inscrits ?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas
04. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D6. Quelle est votre origine ethnique ou culturelle ? [NE PAS LIRE ; ACCEPTER PLUSIEURS RÉPONSES]

01. Blanc
02. Asiatique du Sud (p. ex., Indien de l'Est, Pakistanais, Sri Lankais)
03. Chinois
04. Noir
05. Philippin
06. Latino-Américain
07. Arabe
08. Asiatique du Sud-Est (p. ex., Vietnamiens, Cambodgiens, Malaisiens, Laotiens)
09. Asiatique de l'Ouest (p. ex., Iranien, Afghan)
10. Coréen
11. Japonais
12. Autre
13. Préfère ne pas répondre

D7. Quels sont les trois (3) premiers caractères de votre code postal ?

01. Inscrire les trois premiers caractères (XOX)
02. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

Finalement,

D8. Combien de téléphones cellulaires y a-t-il dans votre foyer ? [LIRE LA LISTE]

01. Aucun
02. 1
03. 2
04. 3
05. 4 ou plus
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas
07. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

Cela met fin aux questions que je voulais vous poser aujourd'hui. Je vous remercie du temps que vous avez consacré à cette importante étude! Les résultats pourront être consultés sur le site Web « Bibliothèque et Archives Canada » [SI ON LE DEMANDE : au <https://www.bac-lac.gc.ca/>].