



Comprendre la sensibilisation et la satisfaction des consommateurs à l'égard de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)

Rapport final

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

Nom du fournisseur : Nanos Research

Numéro de contrat : CW2336462

Valeur du contrat : 112 943,50 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution : 2023-11-03

Date de livraison : 2024-03-08

Numéro d'enregistrement : ROP 080-23

Pour obtenir plus d'informations sur ce rapport, veuillez communiquer avec le CRTC à l'adresse suivante : ROP-POR@crtc.gc.ca

This report is also available in English.



**Comprendre la sensibilisation et la satisfaction des consommateurs à l'égard de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)
Rapport final**

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

Avril 2024

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès du CRTC. Pour obtenir plus d'informations sur ce rapport, veuillez communiquer le CRTC à l'adresse suivante : ROP-POR@crtc.gc.ca

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre des Services publics et Approvisionnement Canada, 2024.

Numéro de catalogue : BC92-131/2024F-PDF

International Standard Book Number (ISBN): 978-0-660-70864-5

Aussi disponible en anglais sous le titre *Understanding consumer awareness and satisfaction with the Commission for Complaints for Telecom-television Services (CCTS)*.

Numéro de catalogue : BC92-131/2024E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-70863-8



Table des matières

Sommaire exécutif.....	2
A. Contexte et objectifs	2
B. Méthodologie.....	3
C. Valeur du contrat	3
D. Déclaration de neutralité politique et coordonnée	3
E. Principaux résultats.....	4
À propos du rapport	6
Résultats détaillés	7
A. Services par abonnement.....	7
B. Résolution des plaintes relatives aux télécommunications	8
C. Résolution des plaintes	12
D. Expérience avec la CPRST	15
E. Connaissance et impressions de la CPRST.....	16
Annexe A : Méthodologie	19
Annexe B: Questionnaire du sondage	25



Sommaire exécutif

A. Contexte et objectifs

Créée en 2007 par plusieurs fournisseurs de services de télécommunication, la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) est un organisme indépendant de protection des consommateurs des services de télécommunication. Son mandat et sa structure ont été approuvés par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Le mandat de la CPRST est de résoudre les plaintes des consommateurs relatives aux services par abonnement à la téléphonie, à Internet et à la télévision et d'en faire rapport. Les fournisseurs de services de télécommunication (FST) et les fournisseurs de services de télévision (FSTV) autorisés sont tenus par le CRTC de participer aux activités de la CPRST. La CPRST est également tenue de résoudre les plaintes relatives aux codes de protection des consommateurs du CRTC¹, notamment en assurant le suivi des violations aux codes et l'établissement de rapports connexes.

Un aspect essentiel de l'efficacité de la CPRST est la sensibilisation du public, car elle accroît la capacité des consommateurs à faire recours auprès de la CPRST et permet à la CPRST d'aider, autant que possible, la population canadienne. Bien que la CPRST soit la mieux placée pour déterminer les initiatives plus à même d'améliorer la sensibilisation, le CRTC s'attend à ce que la CPRST mesure continuellement l'efficacité de son plan de sensibilisation. De plus, le CRTC exige que les fournisseurs de services utilisent diverses méthodes de communication pour informer les consommateurs au sujet de la CPRST, et s'attend à ce que la CPRST évalue régulièrement la conformité des participants à l'égard de leurs obligations en matière de promotion et poursuive ses activités générales de sensibilisation, y compris la promotion sur les médias sociaux et la diffusion auprès de groupes de consommateurs.

Les objectifs précis de la recherche sont les suivants :

- Évaluer le niveau actuel de sensibilisation des consommateurs à l'égard de la CPRST.
- Mesurer le niveau de satisfaction à l'égard de la CPRST auprès des consommateurs qui ont utilisé ses services;
- Comprendre quels sont les autres services ou organismes de traitement des plaintes et de protection des consommateurs utilisés par les consommateurs canadiens.

¹ À l'heure actuelle, la CPRST administre quatre codes de protection des consommateurs : Le Code sur les services sans fil, le Code des FSTV, le Code sur les services Internet ainsi et le Code sur les politiques de débranchement et de dépôt (pour la téléphonie résidentielle)



B. Méthodologie

Le sondage a été mené auprès de 1 301 Canadiens, âgés de 18 ans et plus, qui étaient abonnés à au moins l'un des services suivants : forfaits de service mobile sans fil, forfaits de service de téléphonie résidentielle, forfaits de service de télévision ou forfaits de service Internet. Le sondage a été mené à travers le Canada dans chaque province et territoire.

L'échantillon du sondage téléphonique a été sélectionné par recrutement aléatoire au moyen d'une composition aléatoire à doubles bases (lignes terrestres et cellulaires) et le sondage a été donné aux répondants en ligne par des agents en direct.

Le travail de terrain a été effectué entre le 31 janvier et le 19 février 2024. Les détails sur le taux de participation se trouvent à l'annexe A et le questionnaire est fourni à l'annexe B.

La marge d'erreur pour une enquête aléatoire menée auprès de 1 301 personnes qui sont abonnées à un service de télécommunication est de plus ou moins 2,7 points de pourcentage, dix-neuf fois sur vingt.

C. Valeur du contrat

La valeur du contrat était de 112 943,50 \$ (y compris la TVH)

Nom du fournisseur : Nanos Research

Numéro de contrat de SPAC : CW2336462

Date du contrat initial : 2023-11-03

Pour obtenir plus d'information, veuillez communiquer le CRTC à ROP-POR@crtc.gc.ca.

D. Déclaration de neutralité politique et coordonnée

Cette attestation doit être jointe au rapport final soumis au chargé de projet.

Je certifie, en tant que représentant de Nanos Research, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'identité fédérale et la Directive sur la gestion des communications du gouvernement du Canada. Plus précisément, les livrables n'incluent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, la position des partis auprès de l'électorat ou les évaluations de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Nik Nanos

Scientifique en chef des données et Président

Nanos Research

nik@nanos.co

(613) 234-4666 poste 237



E. Principaux résultats

Processus de résolution des plaintes

Lorsqu'on leur a demandé spontanément à qui ils s'adresseraient pour tenter de résoudre une plainte relative à l'un de leurs fournisseurs de services de communication, une forte majorité des répondants ont déclaré qu'ils s'adresseraient à leur fournisseur de services s'ils avaient une plainte à formuler (84 %). Ce sont 7 % des répondants qui ont déclaré qu'ils effectueraient une recherche en ligne pour savoir quoi faire, tandis que 5 % ont déclaré qu'ils communiqueraient avec le CRTC. Il convient de noter que moins de 1 % des répondants ont spontanément déclaré qu'ils s'adresseraient à la CPRST.

L'examen de l'expérience des répondants qui ont récemment déposé une plainte a révélé que la quasi-totalité de ceux qui ont déclaré avoir eu une plainte à formuler à l'encontre de l'un de leurs fournisseurs de services au cours des 12 derniers mois ont indiqué avoir communiqué avec leur fournisseur de services pour tenter de la résoudre (99 %), tandis que 1 % a déclaré avoir demandé l'aide de leur famille et de leurs amis, et moins de 1 % a déclaré avoir effectué une recherche en ligne ou n'avoir pris aucune mesure. **Aucun répondant n'a déclaré avoir communiqué avec la CPRST.**

Un peu plus de la moitié des répondants qui ont eu une plainte à formuler et qui ont communiqué avec leur fournisseur de services ont déclaré que celui-ci a été en mesure de résoudre leur plainte (55 %), ce qui laisse plus de quatre répondants sur dix avec des plaintes non résolues par leur fournisseur de services (43 %) ou incertains de la résolution de leur plainte par leur fournisseur de services (3 %).

Renvoi à la CPRST par le fournisseur de services

Plus de neuf répondants sur dix (96 %) qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte et dont la plainte n'a pas été résolue par leur fournisseur ont déclaré que leur fournisseur de services **n'a pas mentionné** la CPRST comme moyen de résoudre leur plainte, tandis que 2 % des répondants ont déclaré respectivement que leur fournisseur a mentionné la CPRST ou qu'ils étaient incertains ou ne s'en souvenaient pas.

De plus, plus de neuf répondants sur dix dont la plainte n'a pas été résolue par leur fournisseur de services ont déclaré **ne pas avoir déposé** de plainte auprès de la CPRST (99 %; 1 % était incertain ou ne s'en souvenait pas). Lorsqu'on leur a demandé pourquoi ils n'avaient pas déposé de plainte, les répondants ont souvent indiqué qu'ils n'étaient pas au courant ou ne connaissaient pas l'existence de la CPRST (64 %), qu'ils n'en voyaient pas l'intérêt (11 %), qu'ils ne savaient pas trop comment faire (7 %) ou qu'ils ne voulaient pas prendre la peine (6 %).

Connaissance et impressions de la CPRST

Un peu moins de deux répondants sur dix (18 %) ont déclaré avoir déjà entendu parler de la CPRST, tandis que 80 % n'en avaient pas entendu parler et 2 % étaient incertains.

Ceux qui ont entendu parler de la CPRST ont le plus souvent déclaré en avoir entendu parler aux nouvelles (39 %), par une recherche sur Internet (10 %), par le bouche-à-oreille (8 %), à la télévision (8 %), sur les réseaux sociaux (5 %) ou à la radio (5 %).



Les répondants qui ont entendu parler de la CPRST étaient deux fois plus susceptibles d'avoir une impression positive de la CPRST (28 %, score de 7 à 10) qu'une impression négative (12 %, score de 0 à 3), mais il est important de souligner qu'environ un tiers des répondants étaient incertains de leur impression (32 %).

Quant à leur impression à l'égard de l'utilité des services de la CPRST pour eux, les répondants demeuraient plus susceptibles d'avoir une opinion positive de son utilité (32 %, score de 7 à 10) que négative (20 %, score de 0 à 3), et ce même si les avis étaient plus mitigés. Un répondant sur quatre (25 %) était incertain de la mesure dans laquelle les services de la CPRST pourraient leur être utiles.

Type et source de plainte

Un peu moins d'un participant sur trois (32 %) a déclaré avoir eu une plainte à formuler à l'encontre du fournisseur de services auquel il était abonné au cours des 12 derniers mois (en excluant les plaintes relatives aux prix). Les plaintes étaient le plus souvent liées au service Internet à domicile (50 % de ceux qui avaient une plainte à formuler), suivi de leur service de téléphonie mobile (28 %) et de leur service de télévision (22 %).

En ce qui concerne la nature des plaintes, les répondants ont le plus souvent déclaré que les plaintes concernaient soit la prestation de services, soit des litiges de facturation.



À propos du rapport

Ce rapport débute par un sommaire exécutif des principaux résultats et des conclusions, suivi d'une analyse détaillée des résultats qualitatifs et quantitatifs. Un ensemble de données détaillé intitulé « Tableaux de données » est fourni sous pli séparé. Cet ensemble présente les résultats pour toutes les questions du sondage par segments clés tels que la région, l'âge, le genre et les principales communautés d'intérêts.

Les résultats quantitatifs sont exprimés en pourcentage sauf indication contraire. La taille de base de l'échantillon correspond à la totalité de l'échantillon, soit n=1 301, sauf indication contraire.

Les résultats détaillés sont présentés dans les sections suivantes. Les résultats d'ensemble sont présentés dans la partie principale du document et ils sont généralement soutenus par des graphiques ou des tableaux. Les résultats relatifs à la proportion de répondants de l'échantillon qui ont répondu « Ne sais pas » ou qui n'ont pas fourni de réponse peuvent ne pas être indiqués dans les graphiques des résultats dans tous les cas, surtout lorsque leur nombre n'est pas important (par exemple, 10 % ou moins). Les résultats nets cités dans le texte peuvent ne pas correspondre exactement aux résultats individuels qui figurent dans les graphiques en raison des arrondissements. La somme des résultats peut ne pas atteindre 100 % en raison des arrondissements ou des réponses multiples.

Les puces sous les graphiques font également référence aux différences significatives entre les sous-groupes de répondants qui appartiennent à différents groupes démographiques.

Les principales tendances démographiques d'intérêt sont décrites tout au long du rapport, dans l'ordre suivant : genre, âge, province ou territoire, revenu, identité ethnique et type de communauté.

Seules les différences démographiques significatives sont présentées.

Les détails de la méthodologie et les caractéristiques de l'échantillon se trouvent à l'annexe A. L'instrument de sondage final se trouve à l'annexe B.



Résultats détaillés

A. Services par abonnement

Type de service de communication par abonnement

Type de réponse	Service téléphonique résidentiel (n=1298)	Service de téléphonie cellulaire (n=1301)	Services de télévision (n=1301)	Service Internet résidentiel (n=1301)	Services groupés (n=1297)
Oui	51,1 %	92,4 %	66,3 %	92,8 %	52,8 %
Non	48,1 %	7,5 %	32,9 %	6,9 %	43,1 %
Ne sais pas ou pas de réponse	0,8 %	<1 %	0,7 %	<1 %	4,1 %

Base : Tous les répondants, n=1301 Canadiens avec un abonnement à au moins un service de télécommunication.

- F. *Votre ménage est-il abonné à un service téléphonique résidentiel, que l'on appelle aussi une ligne fixe?*
- G. *Avez-vous votre propre téléphone cellulaire, téléphone intelligent ou autre appareil sans fil?*
- H. *Votre ménage est-il abonné à un service de télévision par câble, par satellite ou par protocole Internet? [SI DEMANDÉ : 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.)]*
- I. *Votre ménage est-il abonné à un service Internet?*
- J. *Votre ménage est-il abonné à des services groupés? Par exemple, il peut s'agir d'un service de téléphone fixe et d'un service Internet domestique vendus sous la forme d'un seul forfait groupé.*



B. Résolution des plaintes relatives aux télécommunications

Méthodes de résolution des plaintes relatives aux services de téléphonie, de télévision et Internet

Une forte majorité des répondants avec un abonnement à un service de télécommunication ont déclaré qu'ils s'adresseraient à leur fournisseur de services s'ils avaient une plainte à formuler (84 %). Ce sont 7 % des répondants qui ont déclaré qu'ils effectueraient une recherche en ligne pour savoir quoi faire, tandis que 5 % ont déclaré qu'ils communiqueraient avec le CRTC. Moins de 1 % des répondants ont déclaré qu'ils communiqueraient avec la CPRST.

Un peu moins d'un répondant sur trois (32 %) a déclaré avoir une plainte à formuler à l'encontre du fournisseur de services auquel il était abonné au cours des 12 derniers mois (en excluant les plaintes relatives aux prix). Les plaintes étaient le plus souvent liées au service Internet à domicile (50 % des ceux qui avaient une plainte à formuler) et elles concernaient soit la prestation de services, soit des litiges de facturation pour tous les types de services.

Q1 – Si vous aviez une plainte à formuler à l'encontre de l'un de vos fournisseurs de services qui offrent des services de téléphonie mobile, de téléphonie résidentielle ou de télévision ou des services Internet, où iriez-vous pour tenter de la résoudre? [QUESTION OUVERTE]

Résolution des plaintes à l'égard des fournisseurs de services

Réponses	Total (n=1230)
Communiquer avec le fournisseur de services	84,2 %
Effectuer une recherche en ligne de ce qu'il faut faire ou Google	6,6 %
CRTC	4,5 %
Aller au magasin ou à l'endroit où je l'ai acheté	1,8 %
Un membre de la famille ou un(e) ami(e)	1,3 %
Passer à un autre fournisseur ou changer de fournisseur	1,1 %
Rien ou je ne ferais rien	1,0 %
Organisme gouvernemental (non précisé)	0,9 %
Bureau de la protection du consommateur	0,9 %
Consulter les médias ou les réseaux sociaux	0,8 %
Ombudsman	0,6 %
Je n'ai pas eu de problèmes	0,5 %
Essayer de le résoudre par moi-même ou diagnostiquer le problème	0,4 %
Amener à un informaticien ou à un réparateur	0,4 %
CPRST	0,3 %
Conseil canadien des bureaux d'éthique commerciale	0,2 %
Autre	1,5 %
Incertain(e)	7,3 %

Base : Tous les répondants, n=1 230.



Provinces ou territoires

- Les répondants des régions de l'Atlantique (93 %) et des Prairies (90 %) étaient plus susceptibles d'indiquer qu'ils communiqueraient avec leur fournisseur de services pour résoudre leur plainte que les répondants du Québec (76 %) ou de la Colombie-Britannique (79 %).

Plaintes récentes relatives aux services de téléphonie, de télévision et Internet

Q2 - Au cours des 12 derniers mois, avez-vous eu une plainte à formuler à l'encontre d'un fournisseur de services auquel vous étiez abonné? Veuillez noter qu'il ne s'agit pas d'une plainte liée au coût mensuel d'un service.

Plainte récente relative au fournisseur de services

A eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois	Total (n=1301)
Oui	31,5 %
Non	68,1 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	<1 %

Base : Tous les répondants, n=1301.

Provinces ou territoires

- Les répondants du Québec étaient moins susceptibles d'avoir eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois (19 %) par rapport à l'ensemble des répondants (32 %).

Revenu

- Les répondants avec un revenu familial plus élevé (100 000 \$ ou plus) étaient plus susceptibles de déclarer avoir une plainte à formuler (36 %) que les répondants avec un faible revenu familial (moins de 40 000 \$) [26 %].

Niveau de scolarité

- Les répondants avec un niveau de scolarité universitaire (34 %) et collégial ou professionnel (35 %) étaient plus susceptibles d'avoir une plainte à l'encontre de leur fournisseur de services que ceux avec un diplôme d'études secondaires ou moins (22 %).

Q3 - En pensant à votre plainte la plus récente, à quel service la plainte faisait-elle référence?

Plainte relative aux services

Type de services	Total (n=406)
[SI ABONNÉ] Service Internet	49,7 %
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie mobile	24,0 %
[SI ABONNÉ] Service de télévision	22,2 %
[SI ABONNÉ] Services groupés	11,1 %
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie résidentielle	10,1 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	3,0 %

Base : Répondants qui ont eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois à l'encontre de leur fournisseur de services de télécommunication auquel ils étaient abonnés, n=406.



Q4 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES MOBILES] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de téléphonie mobile ? [Sélection multiple]

Q6 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDEN­TIELLE] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de téléphonie résidentielle? [Sélection multiple]

Q8 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de télévision? [Sélection multiple]

Q10 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES INTERNET] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service Internet ? [Sélection multiple]

Q12 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES GROU­PÉS] Quel était le sujet de votre plainte relative à vos services groupés? [Sélection multiple]

Cause de la plainte relative aux services

Énoncé	Service de téléphonie mobile (n=94)	Service de téléphonie résidentielle (n=45)	Service Internet (n=187)	Service de télévision (n=101)	Services groupés (n=47)
Litiges de facturation (en excluant le coût du service lui-même)	45,6 %	24,3 %	16,3 %	23,8 %	-
Prestation de service	41,8 %	73,5 %	77,8 %	57,5 %	18,0 %
Respect des termes et engagements du contrat	7,8 %	5,3 %	9,3 %	6,2 %	75,4 %
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements	6,6 %	4,2 %	4,0 %	2,7 %	-
Coûts (en général)	2,1 %	-	-	-	-
Problèmes de fraude	3,4 %	-	-	-	-
Le téléphone ne fonctionne pas ou problème de transfert du numéro de téléphone	1,3 %	-	-	-	-
Communication (respect, manque d'information, etc.)	1,9 %	-	-	-	-
Appels indésirables	-	3,9 %	-	-	-
Interruption d'appel ou dysfonctionnement du WiFi	-	9,2 %	-	-	-
Problèmes liés au mode de paiement (paiement en ligne, ne plus recevoir de factures papier)	-	-	-	2,3 %	-
Problèmes techniques ou matériels	-	-	-	15,4 %	-
Trop de chaînes ou chaînes que je ne veux pas	-	-	-	1,6 %	-
Le fournisseur a réduit le nombre de chaînes disponibles dans le forfait	-	-	-	2,4 %	-
Le prix ou le prix a augmenté	-	-	-	-	12,4 %
Autre	-	-	-	-	5,2 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	2,3 %	-	4,3 %	2,2 %	-

Base : Répondants qui ont eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois à l'encontre d'un fournisseur de services de télécommunication auquel ils étaient abonnés, n=406.



Q5 – [SI LA PLAINE TRAITE DES SERVICES MOBILES] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

Q7 – [SI LA PLAINE TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDENIELLE] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

Q9 – [SI PLAINE TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

Q11 – [SI PLAINE TRAITE DES SERVICES INTERNET] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ?

Q13 – [SI PLAINE TRAITE DES SERVICES GROUPÉS] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ?

Fournisseur de services au moment de la plainte

Fournisseurs – Mentions fréquentes	Service de téléphonie mobile (n=94)	Service de téléphonie résidentielle (n=45)	Service Internet (n=187)	Service de télévision (n=101)	Services groupés (n=47)
Bell	25,7 %	38,0 %	29,2 %	30,4 %	32,2 %
Rogers	25,3 %	7,9 %	17,8 %	29,8 %	27,1 %
Telus	18,3 %	22,4 %	18,3 %	12,3 %	18,6 %
Fido	8,2 %	-	-	-	-
Koodo	5,2 %	-	-	-	-
Vidéotron	4,4 %	3,4 %	3,2 %	4,6 %	6,0 %
Virgin	3,6 %	-	1,0 %	1,1 %	-
Freedom Mobile	2,8 %	-	-	-	-
Eastlink	1,4 %	1,9 %	2,6 %	3,0 %	1,1 %
SaskTel	0,4 %	-	0,2 %	1,8 %	1,7 %
Cogeco	-	9,0 %	5,4 %	7,7 %	4,9 %
Shaw	-	3,5 %	2,9 %	2,6 %	2,1 %
Carry Telecom	-	3,5 %	-	-	-
Northwestel	-	2,9 %	1,1 %	-	1,5 %
Fire TV ou Amazon	-	-	-	1,5 %	-
Xplornet	-	-	3,0 %	-	-
Incertain(e) ou préfère ne pas répondre	4,7 %	7,5 %	4,3 %	3,5 %	4,9 %

Base : Répondants qui ont eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois à l'encontre d'un fournisseur de services de télécommunication auquel ils étaient abonnés, n=406.



C. Résolution des plaintes

La quasi-totalité des Canadiens qui ont déclaré avoir eu une plainte à formuler à l'égard du fournisseur de services auquel ils étaient abonnés au cours des 12 derniers mois ont indiqué avoir communiqué avec leur fournisseur de services pour tenter de résoudre la plainte (99 %), tandis que 1 % a déclaré avoir demandé l'aide de leur famille ou de leurs amis.

Un peu plus de la moitié des répondants ont déclaré que leur fournisseur de services a été en mesure de résoudre leur plainte (55 %), ce qui laisse plus de quatre répondants sur dix avec des plaintes non résolues par le fournisseur (43 %) ou incertains de la résolution de la plainte par le fournisseur (3 %).

Il convient de noter que plus de neuf répondants sur dix (96 %) qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte et dont la plainte n'a pas été résolue par le fournisseur ont déclaré que leur fournisseur de services **n'a pas mentionné** la CPRST comme moyen de résoudre leur plainte.

Par ailleurs, plus de neuf répondants sur dix ont déclaré **ne pas avoir déposé** de plainte auprès de la CPRST (99 %), en invoquant le plus souvent qu'ils n'étaient pas au courant ou ne connaissaient pas l'existence de la CPRST.

Q14 – Qu'avez-vous fait pour tenter de résoudre la plainte? [ALÉATOIRE][SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] [S'IL Y AVAIT UNE PLAINTÉ À Q2]

Mesures prises pour résoudre la plainte

Énoncé	Total (n=407)
Communiquer avec votre fournisseur de services	99,1 %
Demander l'aide de la famille et des amis	0,8 %
N'a rien fait ou n'a pas pris de mesure	<1 %
Recherche sur Google ou Internet	<1 %
Autre	<1 %

Base : Répondants qui ont eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois à l'encontre d'un fournisseur de services de télécommunication auquel ils étaient abonnés, n=407.

Raisons pour lesquelles aucune mesure n'a été prise pour résoudre la plainte

Q15 – Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte ? [OUVERT] [S'IL A SÉLECTIONNÉ N'A RIEN FAIT À Q14]

REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.



Q16 – Votre fournisseur de services a-t-il été en mesure de résoudre votre plainte à votre satisfaction? [S'IL A SÉLECTIONNÉ A COMMUNIQUÉ AVEC VOTRE FOURNISSEUR À Q14]

Capacité du fournisseur de services à résoudre la plainte

Le fournisseur de services a résolu la plainte	Total (n=369)
Oui	54.9 %
Non	42.6 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	2.5 %

Base : Répondants qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte au cours des 12 derniers mois, n=369.

Q17 – Votre fournisseur de services vous a-t-il renvoyé à la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)? [SI LE FOURNISSEUR N'A PAS RÉSOLU LA PLAINTÉ]

Renvoi des plaintes par le fournisseur de services à la Commission des plaintes relatives aux services télécom-télévision (CPRST)

Énoncé	Total (n=166)
Oui	2,1 %
Non	96,3 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	1,6 %

Base : Répondants qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte au cours des 12 derniers mois et dont la plainte n'a pas été résolue, n=166.

Q18 - Avez-vous déposé une plainte auprès de la CPRST?

Déposer une plainte auprès de la CPRST

A déposé une plainte	Total (n=167)
Non	98,9 %
Oui	-
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	1,1 %

Base : Répondants qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte au cours des 12 derniers mois et dont la plainte n'a pas été résolue, n=167.



Q19 - Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte auprès de la CPRST ? [ALÉATOIRE] [SI NON À Q18]

Raison pour ne pas déposer de plainte auprès de la CPRST

Raison	Total (n=164)
Je n'étais pas au courant ou ne connaissais pas l'existence de la CPRST	63,3 %
Je n'en voyais pas l'intérêt	11,0 %
Je n'étais pas certain(e) de comment le faire	6,6 %
Je ne voulais pas prendre la peine	5,9 %
Ma plainte a été résolue ou je n'ai pas eu besoin de le faire	4,3 %
Je pensais que mon fournisseur pourrait résoudre le problème ou le fournisseur y travaille	2,2 %
J'ai plutôt changé de fournisseur	1,7 %
Je n'y ai jamais pensé	1,0 %
Autre	0,5 %
Incertain(e)	3,6 %

Base : Répondants qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte a cours des 12 derniers mois, dont la plainte n'a pas été résolue et qui n'ont pas déposé une plainte auprès de la CPRST, n=164.



D. Expérience avec la CPRST

Modalités de dépôt d'une plainte auprès de la CPRST

Q20 - Comment avez-vous déposé la plainte auprès de la CPRST? [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]

REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.

Résolution de la plainte par la CPRST

Q21 – Votre plainte a-t-elle été résolue? [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]

REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.

Satisfaction à l'égard de l'expérience avec la CPRST

Q22 – Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à « pas du tout satisfait » et 10 à « très satisfait », dans quelle mesure avez-vous été satisfait de votre expérience avec la CPRST? [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]

REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.

Raison du taux de satisfaction à l'égard de l'expérience avec la CPRST

Q23 – Pourquoi avez-vous cette opinion? [OUVERT] [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]

REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.



E. Connaissance et impressions de la CPRST

Un peu moins de deux répondants sur dix (18 %) déclarent avoir déjà entendu parler de la CPRST, ceux-ci déclarent le plus souvent en avoir entendu parler aux nouvelles (39 %), par une recherche sur Internet (10 %), par le bouche-à-oreille (8 %) ou à la télévision (8 %).

Les répondants qui ont entendu parler de la CPRST ont au moins une impression neutre ou positive de la CPRST, et dans l'ensemble, les répondants ont des opinions mitigées sur l'utilité perçue des services de la CPRST à leur égard.

Q24 – Avant aujourd'hui, aviez-vous entendu parler de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)? [NE PAS DEMANDER SI OUI À Q18]

Connaissance de la CPRST

Connaissance	Total (n=1301)
Entendu	18,3 %
Pas entendu	80,2 %
Incertain(e)	1,5 %

Base : Tous les répondants, n=1301

Q25 – Où avez-vous entendu parler de la CPRST? [S'IL A SÉLECTIONNÉ ENTENDU À Q24, OUI À Q18 OU CPRST À Q14]

Où ils ont entendu parler de la CPRST

Comment ils ont entendu parler de la CPRST	Total (n=268)
Nouvelles	39,1 %
Recherche sur Internet	9,6 %
Bouche-à-oreille	7,9 %
Télévision en général (par exemple, les publicités, etc.)	7,9 %
Réseaux sociaux	5,3 %
Radio	5,2 %
Votre fournisseur de services de télécommunication	2,2 %
CRTC	2,1 %
Éducation, école ou formation	1,6 %
Téléphone ou de cet appel	1,3 %
Journaux	0,6 %
Autre	2,2 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	14,8 %

Base : Répondants qui ont entendu parler de la CPRST, n=268.



Genre

- Les femmes (22 %) étaient nettement plus susceptibles que les hommes (15 %) de déclarer avoir déjà entendu parler de la CPRST.

Âge

- Les répondants plus âgés (65 plus : 26 %, 55-64 : 24 %) ont déclaré avoir une plus grande connaissance de la CPRST que les répondants plus jeunes (18-24 : 7 %, 25-34 : 12 %, 35-44 : 13 %).

Revenu

- Les répondants avec un revenu familial élevé (100 000 \$ ou plus) [20 %] ou moyen (40 000 \$ à moins de 100 000 \$) [21 %] étaient légèrement plus susceptibles de déclarer avoir entendu parler du CPRST (que ceux avec un faible revenu (moins de 40 000 \$) [12 %]).

Q26 - Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à une impression très négative et 10 à une impression très positive, quelle est votre impression générale de la CPRST? [S'IL A SÉLECTIONNÉ A ENTENDU PARLER DE LA CPRST À Q24, OUI À Q18 OU CPRST À Q14]

Impression générale de la CPRST

Impression (score de 0-10)	Total (n=268)
Moyenne	5,6
Négative (0-3)	11,6 %
Moyenne (4-6)	28,4 %
Positive (7-10)	28,1 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	31,9 %

Base : Répondants qui ont entendu parler de la CPRST, n=268.

Q27 - Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « pas du tout utile » et 10 « très utile », dans quelle mesure pensez-vous que les services fournis par la CPRST vous seraient utiles ?

Impression générale de l'utilité de la CPRST

Utilité de la CPRST (score de 0-10)	Total (n=1301)
Moyenne	5,3
Pas utile (0-3)	20,1 %
Neutre (4-6)	22,8 %
Utile (7-10)	32,1 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	25,0 %

Base : Tous les répondants, n=1301.



Provinces ou territoires

- Les répondants du Québec étaient légèrement plus susceptibles de penser que les services fournis par la CPRST leur seraient utiles (moyenne de 5,9 sur 10) que les répondants des Prairies (moyenne de 4,7).

Revenu

- Les répondants à faible revenu (revenu du ménage inférieur à 40 000 \$) [moyenne de 6,4 sur 10] étaient plus susceptibles de penser que les services offerts par la CPRST leur seraient utiles que les répondants à revenu moyen (de 40 000 \$ à moins de 100 000 \$) [moyenne de 5,2] ou à revenu élevé (100 000 \$ ou plus) [moyenne de 5,2].



Annexe A : Méthodologie

Nanos a mené un sondage téléphonique aléatoire à doubles bases (lignes terrestres et cellulaires) auprès de 1 301 Canadiens qui étaient âgés de 18 ans ou plus et qui étaient abonnés à au moins un des forfaits suivants entre le 31 janvier et le 19 février 2024 : forfaits de service mobile sans fil, forfaits de services de téléphonie résidentielle, forfaits de service de télévision, forfaits de service Internet ou forfait de services groupés. Les participants ont été sélectionnés au hasard par téléphone et ont répondu au sondage par l'intermédiaire d'un agent en direct. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés en fonction de l'âge et du genre à l'aide des données du dernier recensement. De plus, l'échantillon a été stratifié géographiquement pour être représentatif du Canada.

Ce projet de recherche est conforme aux modalités des Normes pour la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada. Toute recherche menée est conforme aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages téléphoniques.

Tous les sondages de Nanos sont enregistrés auprès du Service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) et disposent d'un numéro du Service de vérification des recherches. Ce numéro d'enregistrement peut être utilisé pour vérifier la légitimité de la recherche et fournir de la rétroaction sur la recherche.

Nanos Research surveille 10 % de tous les travaux sur le terrain à des fins de contrôle et d'assurance de la qualité, conformément aux normes du CRIC, de l'Association européenne pour les études d'opinion et de marketing et de l'American Association for Public Opinion Research.

Caractéristiques de l'échantillon

Le tableau suivant présente la composition de l'échantillon pondéré et non pondéré du sondage.

Caractéristiques démographiques	Pondéré	Non-pondéré
Âge		
18 à 24	12 %	7 %
25 à 34	15 %	9 %
35 à 44	15 %	13 %
45 à 54	17 %	15 %
55 à 64	14 %	20 %
65 et plus	27 %	36 %
Genre		
Homme	49 %	48 %
Femme	51 %	51 %
Préfère ne pas répondre	1 %	1 %
Éducation		
Diplôme d'études secondaires, l'équivalent ou moins	19 %	21 %
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme collégial ou professionnel, CÉGEP ou autre certificat ou diplôme non universitaire	34 %	34 %



Caractéristiques démographiques	Pondéré	Non-pondéré
Certificat ou diplôme universitaire, baccalauréat ou diplôme de troisième cycle inférieur au baccalauréat	44 %	43 %
Préfère ne pas répondre	3 %	3 %
Revenu total du ménage		
Faible revenu (moins de 40 000 \$)	16 %	17 %
Revenu moyen (40 000 \$ à 80 000 \$)	34 %	35 %
Revenu élevé (80 000 \$ ou plus)	32 %	30 %
Préfère ne pas répondre	17 %	17 %
Région		
Colombie-Britannique	14 %	14 %
Prairies	17 %	19 %
Ontario	39 %	36 %
Québec	23 %	22 %
Atlantique	7 %	8 %
Territoires	0 %	1 %

Sélection

Une fois invités, les participants ont répondu à une série de questions de sélection pour filtrer toute personne qui n'était pas admissible à participer à l'étude. Aux fins de la présente étude, les critères de sélection suivants ont été appliqués :

- Les critères de sélection normalisés de l'industrie constituent le premier ensemble de critères de sélection à avoir été appliqués. L'ensemble comprend plusieurs composantes, dont la première est l'âge. Dans ce cas, tous les répondants ont confirmé qu'ils étaient âgés de 18 ans ou plus au moment de répondre au sondage. Tout répondant qui avait moins de 18 ans ou qui a refusé de répondre à la question n'a pas été autorisé à répondre au sondage.
- Les répondants ont également été sélectionnés en fonction de leur situation d'emploi et de la situation d'emploi des membres de leur famille immédiate ou des membres de leur ménage. Selon les normes de l'industrie, tout répondant qui a indiqué être employé, ou avoir des membres de leur famille employés, dans les secteurs des études de marché, de la publicité ou des médias n'est pas autorisé à participer au sondage.
- De plus, les répondants ont également été sélectionnés en fonction de leurs abonnements aux services de télécommunication, ce qui était requis pour qu'ils soient admissibles au sondage. Les répondants devaient disposer d'un abonnement à au moins un des services suivants : service de téléphonie cellulaire, service de téléphonie fixe à domicile, service Internet à domicile, service de télévision ou services groupés.

Comme il a été indiqué, les répondants qui entraient dans l'une des catégories ci-dessus ou qui ont déclaré ne pas avoir d'abonnement à des services de télécommunication ont immédiatement été exclus de la recherche ou empêchés de poursuivre et ils n'étaient plus admissibles à participer à l'étude.

Dates du travail de terrain

Le travail de terrain a été mené du 31 janvier au 19 février 2024.



Marge d'erreur

La marge d'erreur pour l'échantillon aléatoire de 1 301 Canadiens âgés de 18 ans et plus est d'environ 2,7 points de pourcentage, dix-neuf fois sur vingt.

Conception du questionnaire

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a fourni à Nanos les sujets souhaités pour le questionnaire. Nanos Research a ensuite conçu un questionnaire et a fourni des conseils concernant les meilleures pratiques en matière de conception des questions. Après l'approbation du questionnaire anglais, Nanos Research a traduit le questionnaire en français et le CRTC l'a ensuite examiné.

Nanos a programmé le questionnaire dans son système CATI, puis il a mis à l'essai la programmation en anglais et en français afin d'en assurer l'exactitude avant l'essai préliminaire et le déploiement. Cette procédure a permis de s'assurer que la logique du sondage reflète bien le questionnaire et que les données ont été correctement recueillies. La version définitive du questionnaire du sondage se trouve à l'Annexe B.

Durée de l'entrevue

La durée des entrevues était d'une moyenne 7 minutes et 56 secondes et elle variait entre 4 et 19 minutes.

Procédures de pondération

Notre méthode d'échantillonnage a stratifié la population en fonction de trois grandes variables, ce qui a permis la triangulation de l'approche de pondération et a produit une solide représentation géographique et démographique dans l'ensemble du pays.

L'échantillon a été stratifié selon trois variables : la région ou la province, le genre et l'âge. Des quotas fixes ont été attribués à chaque province, en fonction de la répartition de leur population par rapport au total national.

Afin d'assurer une représentation équilibrée dans chaque province ou région, l'échantillon a ensuite été stratifié par sous-région. Cela a permis d'éviter un suréchantillonnage ou un sous-échantillonnage des zones géographiques (par exemple, la ville de Toronto) dans le total provincial.

Dans chaque province, des quotas souples de genre ou de sexe ont ensuite été établis afin de se rapprocher de la répartition des sexes dans la région. La collecte de données a permis une variance de +/- 5 % pour le sexe dans chaque région, ce qui empêche à nouveau une surreprésentation des hommes ou des femmes. La troisième variable de stratification était par catégorie d'âge. Les catégories d'âge ont été utilisées pour regrouper les répondants et à des fins de pondération.

Chacune des catégories d'âge a été pondérée, en fonction de son sexe et de sa province ou région, ce qui a produit un ensemble de données qui reflète fidèlement la composition démographique de la population dans son ensemble.

Contrôles de qualité

Avant le lancement du sondage, un essai préliminaire a été réalisé en ligne auprès de 22 personnes (11 anglophones, 11 francophones). L'objectif de l'essai préliminaire était de s'assurer que le contenu du questionnaire était compréhensible et que la durée de l'entrevue correspondait à la cible, de garantir la comparabilité entre le français et l'anglais et de veiller à ce que la logique du sondage se déroule sans heurts. L'essai préliminaire a été réalisé le 28 janvier 2024.

À la fin de l'essai préliminaire, Nanos et le CRTC ont examiné les résultats et ont déterminé qu'aucune modification n'était nécessaire, et le sondage a été déployé auprès de l'ensemble de l'échantillon.



Entre 10 et 15 % de toutes les entrevues menées par Nanos sont surveillées en direct par un superviseur de terrain de Nanos sur place au centre d'appels. Les procédures de supervision suivies par Nanos pour garantir la qualité de tous les travaux sur le terrain sont les suivantes.

Procédures avant le terrain – Téléphone

- Les projets sont dotés des employés les mieux adaptés à la nature et à l'objet du projet.
- Le gestionnaire de terrain :
 - analyse le résumé général du projet, les questionnaires, les exigences en matière d'échantillonnage, les exigences en matière de quota et toute instruction particulière;
 - communique avec le client pour clarifier toute zone d'incertitude;
 - programme méticuleusement le questionnaire dans le système CATI selon la logique du questionnaire et les exigences du projet;
 - teste minutieusement la programmation pour s'assurer que tous les scénarios possibles sont correctement programmés;
 - invite les clients à tester le questionnaire CATI sur leur ordinateur personnel par l'intermédiaire d'un lien Web sécurisé;
 - transmet la structure du fichier de données au client pour approbation avant le début des travaux sur le terrain, au besoin;
 - informe les superviseurs des caractéristiques du projet.
- Les superviseurs de terrain analysent les questionnaires, les quotas et les instructions pour se familiariser et trouver les points à clarifier du point de vue du terrain.
- Au besoin, un essai préliminaire est effectué pour évaluer le déroulement du questionnaire en termes d'ordre des questions, de script et de logique.

Procédures de terrain – Téléphone

- Les intervieweurs reçoivent une séance d'information approfondie sur le projet qui comprend les objectifs généraux du projet, la couverture du questionnaire, sa logique et toute instruction particulière dont ils pourraient avoir besoin.
- Au travers de jeux de rôles, les intervieweurs se familiarisent avec tous les aspects du questionnaire avant de commencer les entrevues.
- Après les premières heures d'entrevues, une séance de compte rendu est organisée afin d'aborder tous les problèmes rencontrés et de répondre aux questions des intervieweurs.
- Chaque projet fait l'objet d'une supervision de terrain à temps plein; généralement, le ratio entre les intervieweurs et les superviseurs de terrain est de 10-15 : 1.
- Une surveillance approfondie des entrevues est assurée pendant les premiers jours sur le terrain. Par la suite, un minimum de 10 % de l'ensemble des appels et des entrevues sont surveillés.
- Des rapports de surveillance sont préparés pour chaque entrevue surveillée et une rétroaction immédiate est donnée à l'intervieweur.
- La surveillance audio est effectuée conjointement avec la surveillance vidéo : le superviseur de terrain visualise un écran à distance qui affiche exactement ce que l'intervieweur saisit au fur et à mesure de l'entrevue.
- Une surveillance continue, de la rétroaction et une formation complémentaire garantissent le maintien d'une qualité de performance optimale.



- Des validations d'appels sont effectuées en plus de la surveillance des appels. Cela permet de vérifier l'exactitude des données saisies, mais aussi le professionnalisme des intervieweurs. Nanos valide un minimum de 10 % des réponses en rappelant une sélection aléatoire de répondants.
- Afin d'éliminer les erreurs dues à la non-réponse, Nanos effectue un minimum de 5 tentatives d'appel par échantillon pour les sondages auprès des consommateurs.
- La gestion des quotas et des échantillons est contrôlée automatiquement par le système CATI.
- Lorsqu'environ 10 % de l'ensemble des entrevues sont terminées, la logique du questionnaire CATI est vérifiée en utilisant les résultats réels du sondage pour garantir la validité de la programmation.
- Les superviseurs de terrain vérifient quotidiennement les comptes rendus textuels pour garantir la qualité et l'exactitude des commentaires des répondants.
- Les superviseurs de terrain adjoints apportent une aide supplémentaire aux projets en ce qui concerne le suivi, la validation des appels et les contrôles de qualité des comptes rendus textuels.

Disposition des appels

Le tableau suivant présente la disposition des appels pour le travail sur le terrain.

Disposition des appels du sondage par téléphone	
	Total
Nombre total de tentatives	141 881
Hors du champ d'application - invalide	104 365
NIS, entreprises, etc.	104 365
Non résolu (U)	21 777
Pas de réponse, machine, etc.	21 751
Occupé	26
Non-réponse dans le champ d'application (IS)	14 438
Barrière de la langue	55
Rappel	288
Refus	14 095
Résiliation	-
Réponse dans le champ d'application (R)	1 301
Complet	1 301
Partiels	-
Taux de réponse	3.5 %

Taux de réponse

Le taux de réponse à ce sondage était de 3,5 %. Il a été calculé à l'aide de la formule du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC), qui a été approuvée par le gouvernement du Canada (taux de réponse ou taux de participation = $R / (U + IS + R)$).

Biais de non-réponse

Premièrement, il existe un risque de biais de non-réponse en raison du profil de l'échantillon des répondants. D'après notre expérience, l'utilisation d'un échantillon à double bases (lignes terrestres et cellulaires) constitue la forme de recherche optimale et la plus fiable qui nécessite le moins de pondération statistique après le travail



de terrain. Du point de vue de la recherche, moins il y a de pondération, mieux c'est, car les données restent aléatoires et sous leur forme brute, comme elles ont été partagées avec Nanos.

Il existe un risque de sous-couverture pour les personnes qui pourraient ne pas avoir accès à une ligne terrestre ou cellulaire pour être incluses dans l'échantillon. Nanos a géré ce biais de non-réponse en vérifiant statistiquement les données démographiques de l'échantillon des participants par rapport à la population canadienne. En cas d'écart valable, l'ensemble des données est pondéré afin d'être cohérent avec le profil de tous les Canadiens, âgés de 18 ans et plus, y compris ceux qui ont, par exemple, un statut socio-économique inférieur. La proportion estimée de Canadiens qui n'ont pas accès à un téléphone cellulaire ou à une ligne terrestre est de 1 %².

Deuxièmement, il y a un risque de biais de non-réponse lié aux réponses elles-mêmes. Bien que le profil démographique de l'échantillon reflète la population canadienne, les participants qui n'ont pas répondu peuvent avoir des opinions différentes. Bien qu'il s'agisse d'une possibilité hypothétique, les résultats obtenus par Nanos en ce qui concerne le sentiment économique et politique, qui reflètent très précisément l'opinion et sont en étroite corrélation avec un certain nombre de mesures externes destinées à être examinées, suggèrent que la méthodologie de Nanos comporte peu de biais de non-réponse.

Il existe également un risque de biais de réponse aux appels, c'est-à-dire un biais potentiel lié au profil de la personne qui souhaite répondre au téléphone au sein d'un ménage. Ce problème concerne plus particulièrement l'échantillon de lignes terrestres où la ligne se trouve au sein d'un ménage avec plusieurs répondants adultes admissibles. Il s'agit d'une convention méthodologique qui provient des sondages en personne réalisés dans les quartiers où il y avait une tendance à ce que ce soit un homme qui réponde à la porte. La solution consistait à demander à interroger la personne présente à la maison dont l'anniversaire était le plus proche. Cette solution permet d'améliorer la représentativité et d'éviter les biais liés au profil des personnes qui répondent au téléphone.

Il convient également de noter que la réputation positive de Nanos en tant qu'organisme de recherche le plus fiable au Canada a un impact important à la fois sur les taux de réponse et, à notre avis, sur le biais de non-réponse.

Afin de minimiser la non-réponse, les éléments suivants étaient essentiels :

- Avoir une introduction claire et intéressante qui explique en détail le but de la recherche, qui identifie le CRTC comme l'organisme parrain et qui incite le répondant à participer au sondage.
- L'utilisation de notre numéro sans frais lors des appels sortants afin que les répondants puissent rappeler ultérieurement pour plus d'informations.
- Les intervieweurs ont reçu une formation complète avant le début des entrevues et il leur a été demandé de toujours se présenter de manière amicale, courtoise et professionnelle afin de susciter l'intérêt du répondant et de maximiser les chances de participation.
- Des informations sur l'entreprise, les coordonnées des gestionnaires de terrain principaux ainsi que le numéro d'enregistrement du projet ont été fournis aux répondants qui souhaitaient valider l'authenticité de la recherche.
- Les horaires d'appel ont été modifiés tout au long de la journée d'appel pour augmenter la probabilité de joindre les répondants potentiels qui travaillent par quarts ou le soir et le week-end.
- Brièveté : le sondage a une durée raisonnable et n'excède pas la moyenne de 8 minutes.
- Le questionnaire était clair et concis. Les questions trop longues ou complexes ont été évitées, car elles auraient pu susciter de la frustration et l'abandon du sondage.

<https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/policymonitoring/2018/cmr1.htm>



Annexe B : Questionnaire du sondage

Hello/Bonjour, je m'appelle XXXX. Je vous appelle au nom de Nanos, une firme de recherche sur l'opinion publique. Nous réalisons un sondage pour le gouvernement du Canada afin d'explorer les questions d'intérêt pour les Canadiens.

Cette enquête devrait prendre environ 8 minutes. Votre participation est volontaire et totalement confidentielle. Vos réponses resteront anonymes et seront protégées conformément aux exigences de la *Loi sur la protection de la vie privée*, de la *Loi sur l'accès à l'information* et de toute autre législation connexe.

Ce sondage est enregistré auprès du système de validation des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien.

[REMARQUE SUR L'ACCESSIBILITÉ : Si une autre méthode pour participer au sondage est nécessaire, proposez-la aux répondants.]

Je me demandais si vous pouviez nous faire part de votre opinion et participer à notre enquête.

A. Tout d'abord, avez-vous 18 ans ou plus?

Oui

Non (SI LIGNE FIXE - demander s'il y a quelqu'un d'autre de 18 ans ou plus à la maison, si oui – DEMANDER À PARLER À CETTE PERSONNE; RÉPÉTER L'INTRODUCTION AU BESOIN. SI LIGNE CELLULAIRE – Remercier et terminer)

B. Est-ce que vous ou un membre de votre foyer ou de votre famille immédiate travaillez dans l'un des domaines suivants?

Société d'études de marché [REMERCIER ET TERMINER]

Relations publiques, relations avec les médias ou publicité [REMERCIER ET TERMINER]]

Toute entreprise de médias tels que la presse écrite, la radio, la télévision [REMERCIER ET TERMINER]]

Suivi des médias [REMERCIER ET TERMINER]]

Toute entreprise de télécommunications [REMERCIER ET TERMINER]]

Aucune de ces réponses [CONTINUER]

[NE PAS LIRE] Je ne sais pas ou pas de réponse [REMERCIER ET TERMINER]]

C. Est-ce que je vous ai joint sur votre téléphone cellulaire?

Oui

Non

D. Êtes-vous dans un endroit où vous pouvez parler au téléphone en toute sécurité et répondre à mes questions et est-ce le bon moment pour répondre à ce sondage?

Oui [PASSER À F]

Non [ALLER À E]

NOTE À L'INTERVIEWEUR : Si vous pensez que le contexte dans lequel se trouvent les répondants peut les mettre en danger (par exemple., conduire un véhicule), entraver leur participation (par exemple, distractions en arrière-plan) ou entraver leur capacité à répondre ouvertement (par exemple, manque d'intimité), suggérez-leur de reporter l'entrevue.

E. Quel serait le meilleur moment pour vous rappeler ?

Prévoir un rappel si possible (heure et jour) :

Non ou refus [REMERCIER ET TERMINER]



- F. Votre ménage est-il abonné à un service téléphonique résidentiel, que l'on appelle aussi une ligne fixe?
 - Oui [USAGE DOUBLE]1
 - Non [CODER COMME « CPO »].....2
 - Ne sait pas ou pas de réponse.....77

- G. Avez-vous votre propre téléphone cellulaire, téléphone intelligent ou autre appareil sans fil?
 - Oui1
 - Non2
 - [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse.....77

- H. Votre ménage est-il abonné à un service de télévision par câble, par satellite ou par protocole Internet?
 - Oui1
 - Non2
 - [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse.....77

[SI DEMANDÉ : 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.)]

- I. Votre ménage est-il abonné à un service Internet?
 - Oui1
 - Non2
 - [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse.....77

- J. Votre ménage est-il abonné à des services groupés? Par exemple, il peut s'agir d'un service téléphonique fixe et d'un service Internet domestique vendus sous la forme d'un seul forfait groupé.
 - Oui1
 - Non2
 - [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse.....77

[NOTE – S'IL N'EST PAS ABONNÉ À UN DES SERVICE DES QUESTIONS F À J, REMERCIER ET TERMINER]

MESSAGE DE FIN D'APPEL : Merci d'avoir accepté de répondre au présent sondage. Malheureusement, vous ne répondez pas aux critères d'admissibilité du sondage.

- K. Quelle est l'année de votre naissance?
 - Enregistrer l'année – ENSUITE, PASSER À M :
 - [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre99 [ALLER À L]

- L. [S'IL PRÉFÈRE NE PAS RÉPONDRE] Pourriez-vous me dire à quelle catégorie d'âge vous appartenez? [LIRE; ARRÊTEZ LORSQU'UNE SÉLECTION A ÉTÉ FAITE]
 - 18 à 24 ans.....1
 - 25 à 34 ans.....2
 - 35 à 44 ans.....3
 - 45 à 54 ans.....4
 - 55 à 64 ans.....5
 - 65 ans et plus.....6
 - [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre.....99

- M. À quel genre vous identifiez-vous? [NE PAS LIRE] [OUVERT – À CODER EN UTILISANT LA LISTE]
 - Femme.....1
 - Homme.....2
 - Autre réponse [ENREGISTRER PAR L'INTERVIEWEUR RECORD] 3
 - [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre.....77



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

- Terre-Neuve-et-Labrador1
- Île-du-Prince-Édouard2
- Nouvelle-Écosse3
- Nouveau-Brunswick.....4
- Québec5
- Ontario6
- Manitoba7
- Saskatchewan8
- Alberta9
- Colombie-Britannique10
- Yukon11
- Territoires du Nord-Ouest12
- Nunavut13
- [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre.....99

Notre étude porte aujourd’hui sur votre expérience en matière de services de télécommunication.

1. Si vous aviez une plainte à formuler à l’encontre de l’un de vos fournisseurs de services qui offrent des services de téléphonie mobile, de téléphonie résidentielle ou de télévision ou des services Internet, où iriez-vous pour tenter de la résoudre? [QUESTION OUVERTE]
Mention 1 :
Mention 2 :
2. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous eu une plainte à formuler à l’encontre du fournisseur de services auquel vous étiez abonné? Veuillez noter qu’il ne s’agit pas d’une plainte liée au coût mensuel d’un service.
Oui1 [ALLER À Q3]
Non2 [PASSER À Q24]
Incertain(e) ou je ne me souviens pas77 [NE PAS LIRE] [PASSER À Q24]
3. [Si OUI À Q2] En pensant à votre plainte la plus récente, à quel service la plainte faisait-elle référence? [SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S’APPLIQUE]
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie mobile.....1
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie résidentielle.....2
[SI ABONNÉ] Service de télévision...3
[SI ABONNÉ] Service Internet4
[SI ABONNÉ] Services groupés.....5
Incertain(e) ou je ne me souviens pas [PASSER À Q14].....6
4. [SI LA PLAINTÉ TRAITÉ DES SERVICES MOBILES] Quel était le ou les sujets de votre plainte relative à votre service de téléphonie mobile ? [Sélection multiple]
Respect des termes et engagements du contrat.....1
Litiges ou erreurs de facturation (à l’exclusion du coût du service lui-même).....2
Prestation de service...3
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements.....4
Autre (Veuillez préciser).....20
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....77 [NE PAS LIRE]
5. [SI LA PLAINTÉ TRAITÉ DES SERVICES MOBILES À Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]
Bell.....1
Eastlink2
Rogers.....3
Telus4
Videotron.....5
Chatr6



- Fido7
- Fizz8
- Freedom Mobile9
- Koodo10
- Lucky11
- PC Mobile12
- Virgin13
- Autre (Enregistrer).....20
- Incertain(e) ou préfère ne pas répondre.....99

6. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDEN­TIELLE à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de téléphonie résidentielle? [Sélection multiple]

- Respect des termes et engagements du contrat.....1
- Les litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)2
- Prestation de service3
- Gestion des crédits, des dépôts et des paiements4
- Autre (Veuillez préciser)20
- Incertain(e) ou je ne me souviens pas77 [NE PAS LIRE]

7. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDEN­TIELLE à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]

- Bell1
- Cogeco2
- Eastlink3
- Rogers4
- Telus5
- Videotron.....6
- Fido7
- Virgin8
- Autre (Enregistrer).....20
- Incertain(e) ou préfère ne pas répondre....99

8. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de télévision ? [Sélection multiple]

- Respect des termes et engagements du contrat.....1
- Les litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)2
- Prestation de service3
- Gestion des crédits, des dépôts et des paiements4
- Autre (Veuillez préciser)20
- Incertain(e) ou je ne me souviens pas77 [NE PAS LIRE]

9. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]

- Bell1
- Cogeco2
- Eastlink3
- Rogers4
- Telus5
- Videotron.....6
- Fido7
- Virgin8
- Autre (Enregistrer).....20
- Incertain(e) ou préfère ne pas répondre.....99



10. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES INTERNET à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service internet ? [Sélection multiple]
- Respect des termes et engagements du contrat.....1
 - Les litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du prix du service lui-même)2
 - Prestation de service3
 - Gestion des crédits, des dépôts et des paiements4
 - Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....77 [NE PAS LIRE]
11. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES INTERNET à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]
- Bell.....1
 - Cogeco2
 - Eastlink3
 - Rogers.....4
 - Telus5
 - Videotron.....6
 - Fido7
 - Fizz8
 - Freedom Mobile9
 - Virgin10
 - Autre (Enregistrer).....20
 - Incertain(e) ou préfère ne pas répondre.....99
12. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES GROUPÉS à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à vos services groupés? [Sélection multiple]
- Respect des termes et engagements du contrat.....1
 - Les litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)2
 - Prestation de service3
 - Gestion des crédits, des dépôts et des paiements4
 - Autre (Veuillez préciser)20
 - Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....77 [NE PAS LIRE]
13. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES GROUPÉS à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?[NE PAS LIRE]
- Bell.....1
 - Cogeco2
 - Eastlink3
 - Rogers.....4
 - Telus5
 - Vidéotron.....6
 - Fido7
 - Fizz8
 - Freedom Mobile9
 - Virgin10
 - Autre (Enregistrer).....20
 - Incertain(e) ou préfère ne pas répondre.....99
14. [S'IL AVAIT UNE PLAINTÉ] Qu'avez-vous fait pour tenter de résoudre la plainte ? [ALÉATOIRE][SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE]
- Communiquer avec votre fournisseur de services1 [PASSER À Q16]
 - Communiquer avec le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) 2 []
 - Communiquer avec la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)3 [SI SEULEMENT CECI EST SÉLECTIONNÉ, PASSER À Q20]
 - Autre (Veuillez préciser)4 [SI SEULEMENT CECI EST SÉLECTIONNÉ, PASSER À Q24]
 - N'a rien fait ou n'a pas agi5 [ALLER À Q19 ENSUITE PASSER À Q28]
 - Incertain(e) ou je ne me souviens pas77 [NE PAS LIRE][PASSER À Q24]



15. [S'IL N'A PAS DÉPOSÉ DE PLAINTÉ] Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte ? [OUVERT]
16. [S'IL A COMMUNIQUÉ AVEC LE FOURNISSEUR] Votre fournisseur de services a-t-il été en mesure de résoudre votre plainte à votre satisfaction ?
Oui1 [PASSER À Q24]
Non2 [ALLER À Q17]
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....77 [PASSER À Q17]
17. [SI LE FOURNISSEUR N'A PAS RÉSOLU LA PLAINTÉ] Votre fournisseur de services vous a-t-il renvoyé à la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)?
Oui1 [ALLER À Q18]
Non2 [ALLER À Q18]
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....77 [PASSER À Q18]

[LIRE SEULEMENT SI DEMANDÉ] : La Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) est un organisme indépendant qui traite les plaintes concernant la plupart des services de télécommunication fournis aux particuliers et aux petites entreprises, y compris les services de téléphonie résidentielle, les services sans fil, les services Internet et les voix par protocole Internet (VoIP). La CPRST traite également les plaintes concernant les services de télévision fournis aux particuliers, y compris les fournisseurs de télévision par câble, par protocole Internet et par satellite.

18. [SI LE FOURNISSEUR N'A PAS RÉSOLU LA PLAINTÉ] Avez-vous déposé une plainte auprès de la CPRST?
Oui1 [PASSER À Q20]
Non2 [PASSER À Q19, ENSUITE PASSER À Q24]
Incertain(e) ou je ne me souviens pas77 [PASSER À Q24]
19. [SI NON À Q18] Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte auprès de la CPRST ? [ALÉATOIRE]
Je n'étais pas certain(e) de comment le faire1
Je n'en voyais pas l'intérêt2
Je ne voulais pas prendre la peine...3
Ma plainte a été résolue ou je n'ai pas eu besoin de le faire.....4
Je n'étais pas au courant ou ne connaissais pas l'existence de la CPRST.....5
Autre (Veuillez préciser)20
Incertain(e)77
20. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Comment avez-vous déposé la plainte auprès de la CPRST ?
Formulaire de dépôt de plainte en ligne.....1
Téléphone.....2
Courriel3
Courrier4
Télécopieur5
Téléscripteur.....6
Autre.....20
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....77
21. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Votre plainte a-t-elle été résolue?
Oui, la plainte a été résolue.....1
Non, la procédure de plainte est toujours en cours2
Non, la plainte n'a pas été résolue..3
Non, la CPRST n'a pas accepté la plainte.....4
Incertain(e) ou je ne me souviens pas77
22. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à « pas du tout satisfait » et 10 à « très satisfait », dans quelle mesure avez-vous été satisfait de votre expérience avec la CPRST? _____



23. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Pourquoi avez-vous cette opinion? [OUVERT]

[NE PAS LIRE SI L'EXPLICATION A DÉJÀ ÉTÉ LUE PLUS TÔT DANS LE SONDAGE] Comme vous le savez peut-être, la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) est un organisme indépendant qui traite les plaintes concernant la plupart des services de télécommunication fournis aux particuliers et aux petites entreprises, y compris les services de téléphonie résidentielle, les services sans fil, les services Internet et les voix par protocole Internet (VoIP). Le CPRST traite également les plaintes concernant les services de télévision fournis aux particuliers, y compris les fournisseurs de télévision par câble, par protocole Internet et par satellite.

24. [NE PAS DEMANDER S'IL A ÉTÉ DÉPOSÉ UNE PLAINTÉ À LA CPRST À Q18] Avant aujourd'hui, avez-vous entendu parler de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) ?

- Entendu1 [ALLER À Q25]
- Pas entendu2 [PASSER À Q27]
- Incertain(e)77 [PASSER À Q27]

25. [S'IL A SÉLECTIONNÉ A ENTENDU PARLÉ DE LA CPRST À Q24 OU OUI À Q17] Où avez-vous entendu parler de la CPRST ?

- Recherche sur Internet1
- Nouvelles2
- Réseaux sociaux3
- Bouche à oreille4
- Votre fournisseur de services de télécommunication5
- CRTC6
- Autre (Veuillez préciser)20
- Incertain(e) ou je ne me souviens pas77

26. [S'IL A SÉLECTIONNÉ A ENTENDU PARLÉ DE LA CPRST À Q4 OU OUI À Q17] Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à une impression très négative et 10 à une impression très positive, quelle est votre impression générale de la CPRST ?

27. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie pas du tout utile et 10 très utile, dans quelle mesure pensez-vous que les services fournis par la CPRST vous seraient utiles ?

Nos dernières questions nous aideront à regrouper vos réponses.

28. Quelle ou quelles sources consultez-vous généralement pour obtenir des informations (veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent) [ALÉATOIRE]

- Réseaux sociaux1
- Télévision2
- Journaux3
- Radio4
- Bouche à oreille5
- Autre (Veuillez préciser ____)6
- Aucune7

29. Veuillez classer les trois applications de réseaux sociaux que vous utilisez le plus fréquemment (trois au maximum) [ALÉATOIRE]

Rang

- Facebook ____
- Twitter ou X ____
- YouTube ____
- WhatsApp ____
- Reddit ____
- Instagram ____
- Snapchat ____
- LinkedIn ____
- Telegram ____
- TikTok ____



Une autre application de réseaux sociaux ____
Aucune, je n'utilise pas les réseaux sociaux ____

30. 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? [LIRE; ARRÊTER LORSQU'UNE SÉLECTION A ÉTÉ FAITE]
- Moins de 20 000 \$1
 - De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$.....2
 - De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$.....3
 - De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$.....4
 - De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$...5
 - De 100 000 \$ à moins de 120 000 \$.6
 - De 120 000 \$ à moins de 150 000 \$.7
 - 150 000 \$ et plus8
 - Préfère ne pas répondre99 [NE PAS LIRE]
31. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint? [LIRE; ARRÊTER LORSQU'UNE SÉLECTION A ÉTÉ FAITE]
- École secondaire.....1
 - Diplôme d'études secondaires2
 - CÉGEP, collège ou université3
 - Diplôme du CÉGEP ou d'un collège .4
 - Diplôme universitaire5
 - Diplôme d'études supérieures6
 - Refus ou pas de réponse99 [NE PAS LIRE]
32. À des fins de vérification seulement, veuillez m'indiquer les trois premiers caractères de votre code postal : ____
33. [PAR OBSERVATION SEULEMENT, NE PAS DEMANDER] Langue de l'entrevue : ____