



ÉTUDE DE MARCHÉ DU BUREAU DE LA CONCURRENCE : CHANGEMENTS DE FOURNISSEUR DE SERVICES À LARGE BANDE PAR LES CONSOMMATEURS — RÉSUMÉ

Préparé pour Innovation, Sciences et Développement économique
Canada

Nom du fournisseur : Environics Research Group

Numéro de contrat : U3010-197732/001/CY

Valeur du contrat : 194 515,49 \$

Date d'attribution du contrat : 2018-12-06

Date de soumission du rapport : 2019-05-23

Numéro d'enregistrement : POR 085-18

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet de ce rapport, prière de
communiquer avec Innovation, Sciences et Développement économique Canada à
ic_publicopinionresearch_rechercheur@opinionpublique.ic@canada.ca

This report is also available in English

La présente publication est disponible en ligne à l'adresse <https://www.ic.gc.ca/eic/site/112.nsf/fra/accueil>

Pour obtenir un exemplaire de cette publication ou la demander dans un média substitut (p. ex., braille ou gros caractères), veuillez remplir le formulaire de demande de publication à l'adresse www.ic.gc.ca/demande-publication ou communiquer avec le :

Centre de services Web
Innovation, Sciences et Développement économique Canada
Édifice C.D.-Howe
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada

Téléphone (sans frais au Canada) : 1-800-328-6189
Téléphone (international) : 613-954-5031
ATS (malentendants) : 1-866-694-8389
Heures de bureau : 8 h 30 à 17 h (heure de l'Est)
Courriel : ISED@canada.ca

Autorisation de reproduction

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, qu'Innovation, Sciences et Développement économique Canada soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle de l'information reproduite ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec Innovation, Sciences et Développement économique Canada ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne à l'adresse www.ic.gc.ca/demande-droitdauteur ou communiquer avec le Centre de services Web aux coordonnées ci-dessus.

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Industrie, 2019.

N° de cat. lu54-72/2-2019F-PDF
ISBN 978-0-660-31083-1

Also available in English under the title *Competition Bureau Market Study: Consumer Switching in Broadband Providers – Executive Summary*



RÉSUMÉ

A. CONTEXTE ET OBJECTIFS

La large bande constitue la base de l'économie numérique du pays et un service crucial pour les Canadiens. Ces derniers emploient Internet à large bande pour trouver et échanger de l'information, acheter des produits et des services et augmenter leur productivité au travail.

La plupart des foyers canadiens peuvent obtenir Internet à large bande de l'une des deux façons suivantes : leur compagnie de téléphone ou leur entreprise de câblodistribution locale (les propriétaires de l'équipement du réseau, également appelés « fournisseurs dotés d'installations » ou FDI). Ce choix limité soulève une question évidente à propos de la concurrence : lorsque les consommateurs ne disposent que de deux options pour leur fournisseur de services Internet (FSI), pouvons-nous être sûrs que les forces du marché vont offrir les prix peu élevés et les hauts niveaux d'innovation qui sont caractéristiques des marchés concurrentiels?

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a, par le passé, agi pour accroître le niveau de concurrence dans les marchés canadiens de la large bande en permettant à des FSI indépendants de louer l'accès au réseau aux FDI afin de fournir des services Internet aux Canadiens. Actuellement, des dizaines d'entreprises ont été établies comme solutions de rechange concurrentielles aux FDI. Une question se pose alors : les FSI indépendants remplissent-ils leur rôle en imposant une plus grande discipline concurrentielle aux compagnies de téléphone et aux entreprises de câblodistribution traditionnelles? Pour y répondre, le Bureau de la concurrence (« le Bureau ») a réalisé une étude de marché afin de mieux saisir la dynamique concurrentielle du secteur canadien des services Internet à large bande.

Dans le cadre de cette étude, Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) a commandé une recherche sur l'opinion publique pour comprendre les perceptions des consommateurs canadiens au sujet du secteur de la large bande et découvrir leurs habitudes d'achat de services Internet à large bande. La recherche a été conçue pour fournir des idées sur les moyens susceptibles de favoriser dans ce secteur une concurrence plus forte qui pourrait engendrer plus de choix et des prix plus bas.

ISDE a commandé une recherche qualitative et quantitative afin d'atteindre les objectifs suivants :

1. Mieux comprendre ce qui motive les habitudes des consommateurs pour ce qui est de l'achat de services Internet à large bande auprès de propriétaires du réseau ou de revendeurs.
2. Examiner la dynamique concurrentielle du secteur.
3. Cerner les mesures positives que les organismes de réglementation ou les décideurs pourraient prendre pour soutenir davantage la concurrence entre les fournisseurs de services à large bande.

B. MÉTHODOLOGIE

1. Phase qualitative

Envionics Research a réalisé une série de douze (12) groupes de discussion avec des Canadiens de 18 ans et plus entre le 12 décembre 2018 et le 24 janvier 2019. Des installations conçues pour de tels

groupes ont accueilli dix des séances, soit deux dans chacune des villes suivantes : Toronto, Halifax, Montréal, Edmonton et Vancouver. Deux séances ont été tenues par conférence téléphonique, l'une avec des ménages des régions rurales de l'Ontario et l'autre avec des ménages de régions rurales de l'Alberta et de la Colombie-Britannique. Dans chaque collectivité, une séance a réuni des personnes plus jeunes (de 18 à 39 ans). L'entrevue des ménages des régions rurales de l'Ontario s'est également déroulée avec des gens de ce groupe d'âge. L'autre séance dans les cinq villes susmentionnées a rassemblé des personnes plus âgées (de 40 ans et plus), à l'instar de la séance organisée avec les ménages des régions rurales de l'Alberta et de la Colombie-Britannique. Dix séances se sont déroulées en anglais et deux en français.

Les participants aux groupes de discussion ont été choisis conformément aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Recherche qualitative¹. L'annexe A du rapport complet présente des renseignements plus détaillés sur la méthodologie qualitative, tandis que les annexes B et C renferment des copies des instruments de recherche.

Énoncé des limites : La recherche qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population, plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait une étude quantitative. Les résultats d'une recherche de ce type doivent être considérés comme des indications, mais ils ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble de la population.

2. Phase quantitative

La phase quantitative du projet de recherche a pris la forme d'un sondage en ligne auprès de 2 005 personnes abonnées aux services Internet résidentiels, du 6 au 14 mars 2019. La méthode d'échantillonnage a été conçue de manière à interroger au moins 2 000 Canadiens de 18 ans et plus qui possèdent un tel abonnement. Des quotas ont été fixés selon l'âge, le sexe et la région.

Les gens ont répondu au volet « essai contrôlé randomisé » (ECR) du sondage, puis à une série de questions sur leurs services de télécommunications et leurs comportements en matière de changement de fournisseur. En outre, une analyse conjointe a été effectuée pour mesurer l'incidence de divers facteurs sur la sélection de forfaits potentiels pour les services Internet.

L'annexe A présente une description plus détaillée de la méthodologie quantitative, tandis que le questionnaire se trouve à l'annexe D.

Énoncé des limites : La recherche quantitative a été exécutée avec les répondants d'un panel en ligne. Comme les échantillons provenant des sondages en ligne faisant appel à des panels reposent sur l'autosélection et ne constituent pas des échantillons probabilistes aléatoires, il est impossible de calculer des estimations officielles de l'erreur d'échantillonnage. Bien que les panels volontaires ne soient pas des échantillons probabilistes aléatoires, les sondages en ligne réalisés auprès de la population générale ressemblent de près à un échantillon aléatoire s'ils sont bien conçus et font appel à un vaste panel bien entretenu.

C. VALEUR DU CONTRAT

La valeur du contrat est de 194 515,49 \$ (TVH incluse) pour cette recherche.

¹ Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Recherche qualitative.
<https://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/rop-por/documents/rechqual-qualres-fra.pdf>

D. RAPPORT

Ce rapport présente tout d'abord un résumé des principales constatations et conclusions, puis une analyse détaillée des données provenant des groupes de discussion et du sondage. Un document distinct renferme pour sa part un ensemble détaillé de « tableaux croisés » qui présentent les résultats à toutes les questions du sondage quantitatif selon des segments démographiques comme la région, l'âge, le sexe et d'autres sous-groupes. On peut recouper les constatations du rapport avec ces tableaux en utilisant le numéro du questionnaire du sondage qui est indiqué dans la section sur l'analyse détaillée.

E. UTILISATION DES CONSTATATIONS DE LA RECHERCHE

Les constatations de cette recherche permettront aux organismes de réglementation et aux décideurs de mieux comprendre la dynamique du secteur de la large bande et l'incidence possible de la réglementation sur la concurrence.

En outre, elles aideront à accroître la conformité à la *Loi sur la concurrence*, en suggérant des solutions possibles aux enjeux liés à la concurrence. Cela est essentiel pour les consommateurs canadiens, car la concurrence favorise l'innovation et peut entraîner une baisse des prix et une hausse des choix.

F. PRINCIPALES CONSTATATIONS

Voici les principales constatations de la recherche quantitative et qualitative :

- **Le profil actuel des abonnés canadiens révèle une population connaisseuse en matière d'utilisation d'Internet.** Une connexion filaire haute vitesse est presque universelle, sauf dans les régions rurales. Internet est largement utilisé pour les communications (p. ex., le courrier électronique, la messagerie texte et les médias sociaux) ainsi que pour des activités exigeant une grande largeur de bande, comme la lecture en continu et le jeu. Cet état de choses reflète l'opinion exprimée lors de la recherche qualitative selon laquelle, en plus du fait qu'on dépend beaucoup de lui, le service Internet résidentiel est intensément employé et, dans de nombreux cas, essentiel.
- Dans l'ensemble, les ménages canadiens obtiennent leur service Internet de FDI (p. ex., Bell, Rogers ou Telus [91 %]). Seulement 8 % d'entre eux font actuellement appel à un FSI indépendant, comme TekSavvy ou VMedia. Les raisons de cette situation sont multiples et complexes :
 - **Le groupage de services constitue la norme pour les abonnés canadiens à Internet :** Les deux tiers ont au moins un service groupé avec leur Internet. Cependant, ce n'est pas le cas pour trois clients sur dix (30 %) des FSI indépendants. Le dégroupage ne représente pas l'un des principaux obstacles au changement de fournisseur, mais il est mentionné parmi les facteurs pris en considération, surtout par ceux qui envisageaient de recourir à un autre FSI au cours des deux dernières années, mais qui ne l'ont pas fait au bout du compte.
 - **Le fournisseur Internet actuel bénéficie d'un taux de satisfaction élevé** (90 % sont très ou plutôt satisfaits). En même temps, le degré de vive satisfaction est plus répandu parmi le petit groupe de clients des FSI indépendants

- **L'activité liée au changement est limitée.** Moins d'un abonné à Internet sur cinq (17 %) a changé de FSI au cours des deux dernières années, même si plus de la moitié (58 %) ont envisagé de le faire. Parmi ceux qui ont changé, les FSI indépendants constituent les bénéficiaires nets (un gain de 5 %), mais la majorité des changements (68 %) se font encore d'un FDI à un autre.
- **Les fournisseurs indépendants n'ont pas encore réussi à faire connaître un autre avantage que celui du prix.** Une personne sur trois estime que les FSI indépendants offrent un meilleur rapport qualité-prix. Sinon, la plupart disent que les indépendants fournissent un niveau de service équivalent à celui des FDI ou qu'ils n'en savent pas assez pour se prononcer. Très peu de gens ont une perception carrément négative des FSI indépendants par rapport aux FDI, mais les opinions au sujet de la connaissance de la marque par les consommateurs, des services de réparation et de fiabilité d'Internet favorisent toutes un peu les FDI. Cette dernière constatation rejoint les préoccupations soulevées lors des groupes de discussion à propos de la qualité et de la fiabilité du service.
- Une analyse poussée (conjointe fondée sur le choix) révèle que **le prix représente le facteur individuel le plus important qui influence la sélection d'un forfait Internet résidentiel.** Cela favorise clairement les FSI indépendants, étant donné les perceptions décrites ci-dessus, et concorde avec le fait que le prix constitue de loin la principale raison citée pour changer, surtout par ceux qui sont passés d'un FDI à un FSI indépendant. **Cependant, les résultats indiquent aussi que, près des deux tiers du temps, la décision d'achat est influencée par une autre caractéristique,** en particulier les limites de téléchargement et de téléversement et la vitesse de téléchargement². Par conséquent, le prix seul peut ne pas suffire à motiver un changement.
- **Les résultats laissent entendre que le choix de FSI existe, du moins dans les grands centres urbains, mais il est plus restreint dans d'autres collectivités (en particulier dans les régions rurales et éloignées).** Les trois quarts des répondants sont satisfaits du choix de FSI disponibles et, comme nous l'avons indiqué précédemment, le sondage a confirmé un certain degré de changement de FSI. En outre, la recherche qualitative a trouvé des preuves que les nouveaux modèles de prestation (par exemple, le service Internet cellulaire) sont susceptibles de faire concurrence aux plateformes traditionnelles.
 - **Les constatations laissent aussi entendre que, même si le choix existe en théorie, il est néanmoins perçu comme étant limité.** Une majorité d'abonnés à Internet qui ont songé à changer de FSI (mais ne l'ont pas fait) envisageaient de faire affaire avec un autre FDI plutôt qu'avec un FSI indépendant. Cela valide les opinions exprimées dans les groupes de discussion selon lesquelles les gens ont au plus deux choix (entre leurs deux FDI locaux) et croient souvent qu'il n'y a pas beaucoup de différences entre les deux.
- **Le changement démographique représente un facteur en faveur d'un choix accru.** Les abonnés plus jeunes sont plus susceptibles d'exiger davantage relativement à la largeur de bande Internet pour l'écoute en continu et les jeux (ce qui implique des coûts plus élevés),

² Notamment, la confiance (qui a été testée dans le sondage comme une préférence pour une grande marque plutôt que pour une petite) et la fiabilité d'Internet (l'arrêt du serveur) semblent jouer un plus petit rôle que celui qui a été indiqué dans les groupes de discussion. Cela s'explique peut-être par la différence de méthodologie : le sondage quantifie l'information utilisée par les répondants pour choisir parmi les forfaits Internet, tandis que la recherche qualitative a permis aux participants d'exprimer toutes leurs préoccupations (peu importe leur gravité).

sont ouverts au changement et expriment des opinions plus positives des FSI indépendants, en particulier au chapitre du prix. Par conséquent, comme pour d'autres produits de consommation comme les cellulaires, cette tendance vers la demande d'un plus grand choix et le changement de FSI pourrait s'accélérer au fil du temps.

G. ÉNONCÉ SUR LA NEUTRALITÉ POLITIQUE ET COORDONNÉES DE LA PERSONNE-RESSOURCE

J'atteste, par les présentes, à titre de vice-présidente d'Environics Research, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.



Sarah Robertson
Vice-présidente, Affaires générales et publiques
Environics Research
sarah.roberton@environics.ca / 613-793-2229