



# Sondage sur les véhicules électriques auprès des concessionnaires automobiles

Ressources naturelles Canada

ROP N° 064-17

Numéro du contrat : 23483-181082/001/CY

## **Rapport réalisé par Kantar TNS**

Date de l'attribution du contrat : le 21 décembre 2017

Date du rapport : le 15 mars 2018

Ce rapport est aussi disponible en anglais :

[nrcan.por-rop.nrcan@canada.ca](mailto:nrcan.por-rop.nrcan@canada.ca)

# Table des matières

<b>1. Sommaire</b>	<b>2</b>
1.1. But et objectifs de la recherche	2
1.2. Méthodologie	2
1.2.1. Analyses des sous-groupes, signification statistique et arrondissement	2
1.3. Valeur du contrat	3
1.4. Énoncé de neutralité politique	3
1.5. Résumé des conclusions	3
<b>2. Résultats détaillés</b>	<b>7</b>
2.1. Concessions de véhicules électriques	7
2.1.1. Ventes	7
2.1.2. Véhicules électriques exposés sur le terrain	9
2.1.3. Avantages offerts par le concessionnaire	10
2.1.4. Publicité	11
2.2. Niveau de connaissances des véhicules électriques	12
2.3. Formation relative aux véhicules électriques	15
2.3.1. Formation relative aux véhicules électriques suivie par les représentants	15
2.3.2. Fréquence de la formation	16
2.3.3. Sujets de formation	17
2.3.4. Mode de formation	18
2.4. Défis et obstacles à vendre des véhicules électriques	19
2.4.1. Défis	19
2.4.2. Obstacles	23
<b>3. Méthodologie</b>	<b>24</b>
3.1. Aperçu méthodologique	24
<b>4. Annexe B : Outil de sondage:</b>	<b>28</b>
4.1. Sondage français	28

# 1. Sommaire

## 1.1. But et objectifs de la recherche

Dans le Cadre pancanadien sur la croissance propre et les changements climatiques, les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux se sont engagés à collaborer avec l'industrie et les intervenants afin de développer une stratégie nationale visant à augmenter le nombre de véhicules à zéro émission sur les routes canadiennes. Pour appuyer cet engagement, Ressources naturelles Canada (RNCAN) a commandé cette recherche afin d'acquérir une compréhension claire et actuelle des obstacles potentiels, des perceptions erronées et d'autres limitations au soutien efficace des concessionnaires à l'égard des consommateurs de véhicules électriques.

### Objectifs de la recherche

L'objectif global de cette recherche était de mesurer le niveau de connaissances relativement aux véhicules électriques et de cerner les obstacles et les occasions de vente de véhicules électriques pour les représentants commerciaux chez les concessionnaires de voitures neuves au Canada qui sont autorisés à vendre des véhicules électriques, y compris des véhicules électriques hybrides rechargeables (VHR) et des véhicules électriques à batterie (VEB). Les résultats de cette recherche serviront à éclairer les meilleures pratiques en matière de conception de programmes et de politiques concernant les véhicules électriques. Ils fourniront aussi une mesure de référence pour un certain nombre de mesures liées au rendement et à l'efficacité des programmes, des produits et des activités de RNCAN.

## 1.2. Méthodologie

Un sondage téléphonique a été mené du 19 janvier au 7 février 2018 auprès de représentants commerciaux chez les concessionnaires de voitures neuves au Canada qui sont autorisés à vendre des véhicules électriques. En tout, 178 entrevues téléphoniques, couvrant tous les territoires, ont été menées à partir d'une liste de concessionnaires de voitures neuves qui vendent des véhicules électriques fournie par RNCAN. Les numéros de téléphone figurant sur la liste ont été composés aléatoirement et des objectifs/quotas souples visant une représentation régionale ont été inclus. Avec une population de 2 066 concessionnaires certifiés de véhicules électriques, une taille d'échantillon de 178 répondants fournit une marge d'erreur de 7,08 au niveau de confiance de 95 %.

### 1.2.1. Analyses des sous-groupes, signification statistique et arrondissement

Une analyse a été réalisée afin d'établir les différences selon les caractéristiques de la concession telles que son emplacement (rural ou urbain et dans quelle région), le nombre de véhicules électriques exposés sur le terrain, les avantages offerts aux consommateurs, les ventes annuelles de véhicules électriques et le nombre de représentants commerciaux employés. Seules les différences significatives à un niveau de confiance de 95 % sont présentées dans ce rapport.

Les nombres présentés dans ce rapport sont arrondis au nombre entier le plus près. En raison de cet arrondissement, il peut sembler, dans certains cas, que les chiffres consolidés diffèrent d'un point de pourcentage par rapport aux chiffres ventilés et il se peut qu'ils ne totalisent pas 100 %.

### **1.3. Valeur du contrat**

La valeur totale du contrat pour ce projet est de **84 997,36 \$**, y compris les taxes qui s'appliquent.

### **1.4. Énoncé de neutralité politique**

À titre de représentante de Kantar TNS, je certifie par la présente que le présent rapport est entièrement conforme aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada établies 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, ce rapport ne comprend aucun renseignement sur les intentions de vote aux élections, sur les préférences de partis politiques, sur les positions vis-à-vis de l'électorat ou sur l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Tanya Whitehead  
Kantar TNS  
Directrice principale

### **1.5. Résumé des conclusions**

#### **Profil du répondant**

Cent soixante-dix-huit entrevues ont été menées auprès de représentants commerciaux de voitures neuves chez les concessionnaires de voitures neuves au Canada qui sont autorisés à vendre des véhicules électriques. La plupart des représentants interrogés travaillaient dans de petites (moins de 5 représentants) ou de moyennes concessions (5 à 9 représentants) (27 % et 49 %, respectivement) alors que l'autre 24 % travaillaient dans des concessions plus grandes comptant 10 représentants commerciaux ou plus.

La majorité des représentants commerciaux interrogés étaient âgés de 25 à 44 ans (60 %), 29 % avaient plus de 45 ans et 11 % avaient moins de 25 ans. Quarante-sept pour cent des concessions participantes se situaient en milieu urbain, la plus forte proportion se situant en Ontario (34 %), suivi du Québec (26 %), de l'Alberta et de la Colombie-Britannique (12 % chacun), de l'Atlantique (8 %) et du Manitoba et de la Saskatchewan (8 % combinés).

Trois quarts des représentants commerciaux ont répondu au sondage en anglais (74 %), alors que l'autre 26 % ont choisi de répondre en français.

### **Concessions de véhicules électriques**

Un peu plus du tiers des représentants commerciaux qui vendent des véhicules électriques (38 %) ont indiqué que leur concession vend entre un et cinq véhicules électriques par année. Un autre tiers (32 %) ont indiqué que leur concession vend entre 6 et 49 VÉ par année alors que 16 % ont indiqué que leur concession vend plus de 50 véhicules électriques par année. Quatorze pour cent de tous les représentants ont indiqué que leur concession ne vend pas de véhicules électriques même si la concession est autorisée à en vendre.

Plus d'un tiers (35 %) des concessions interrogées n'exposent qu'un seul véhicule électrique sur leur terrain alors qu'un autre tiers (37 %) en exposent deux ou plus. Plus d'un quart (29 %) n'exposent pas de véhicules électriques sur leur terrain.

Bon nombre de concessions interrogées ont des bornes de recharge sur place (76 %), dont 70 % ont un niveau 1 ou 2 et 44 % ont des bornes de recharge de niveau 3. Plus de la moitié (60 %) des concessions interrogées offrent de l'aide pour remplir les formalités relatives aux avantages fiscaux.

La plupart des représentants ont indiqué que les publicités du constructeur automobile (77 %) et de leur propre concession (60 %) indiquent qu'ils offrent des véhicules électriques à leur emplacement. Les représentants commerciaux qui travaillent dans une concession qui vend des véhicules électriques sont beaucoup plus nombreux à dire que leur concession annonce des véhicules électriques (72 % contre 30 %) et il en va de même pour les représentants qui travaillent en milieu urbain (61 % contre 55 %).

### **Connaissances et formation des représentants commerciaux de véhicules électriques**

La plupart des représentants commerciaux de véhicules électriques interrogés se disent très bien informés au sujet des garanties (67 %), de l'autonomie du véhicule avec recharge totale (65 %), des méthodes de chargement (61 %) et des incitatifs fiscaux (50 %). Les répondants se disent moins bien informés au sujet de la durée de vie de la batterie (47 %), du coût de possession (41 %) et de fonctionnement (35 %) des véhicules ainsi que des réseaux des bornes de recharge (31 %).

Environ huit représentants commerciaux sur dix (79 %) ont reçu au moins une certaine formation relative aux véhicules électriques<sup>1</sup> et la plupart (71 %) ont reçu une formation relative aux véhicules électriques plusieurs fois par année. Des cours de formation en ligne constituaient le type le plus courant de formation reçue (94 %), suivi d'une formation sur place (69 %) et d'une formation itinérante donnée par le constructeur automobile (63 %). Une faible minorité a suivi une formation en classe (5 %) ou une autoformation (5 %)<sup>2</sup> à l'aide d'une variété de matériaux tels que la documentation du constructeur, les recherches en ligne et les études comparatives.

---

<sup>1</sup> Proportion dérivée du nombre moyen de représentants commerciaux qui ont reçu une formation et le nombre moyen de représentants commerciaux.

<sup>2</sup> L'autoapprentissage comprend l'autoformation qui consiste à chercher de l'information sur Internet ou auprès d'autres sources, à étudier la documentation reçue du constructeur, des évaluations à long terme et des études comparatives.

Une forte majorité de répondants disent que la formation relative aux véhicules électriques qu'ils ont reçue comprenait des informations sur les méthodes de chargement (97 %), l'autonomie du véhicule avec recharge totale (96 %), les garanties (96 %), le coût de possession du véhicule (89 %), la durée de vie de la batterie (88 %) et le coût de fonctionnement (84 %). Moins de répondants ont dit qu'ils avaient reçu une formation sur l'application des encouragements (53 %), les spécifications du véhicule (21 %) ou les caractéristiques (9 %). Quelques-uns ont mentionné l'essai d'un véhicule électrique comme ayant fait partie de la formation (4 %).

### **Défis et obstacles aux ventes de véhicules électriques**

On a demandé aux représentants commerciaux de citer de façon spontanée les principaux défis auxquels ils font face lorsqu'ils tentent de vendre un véhicule électrique. Les cinq principaux obstacles cités sont :

- Le coût élevé des véhicules électriques (23 %)
- Les questions d'approvisionnement ou la faible disponibilité des véhicules électriques (21 %)
- Le manque de compréhension du consommateur au sujet des véhicules électriques (17 %)
- Le scepticisme au sujet de la technologie ou la confiance dans le produit (17 %)
- Le manque de compréhension du consommateur quant à l'autonomie d'un véhicule électrique (11 %)

On a également demandé aux représentants commerciaux de se prononcer sur les obstacles à la vente de véhicules électriques à l'aide d'une liste de suggestions. Les questions d'approvisionnement ou la faible disponibilité (73 %) ont été les obstacles le plus souvent cités, suivis de près par le manque de compréhension du consommateur quant à l'autonomie d'un véhicule électrique (71 %), le manque d'infrastructures locales quant au chargement de la batterie (69 %), le manque de compréhension du consommateur relativement aux véhicules électriques en général (67 %), le manque de compréhension du consommateur relativement au chargement (57 %) et le peu d'intérêt du consommateur au sujet des véhicules électriques (53 %).

### **Prévisions des ventes**

Les représentants commerciaux sont optimistes quant aux prévisions des ventes de véhicules électriques. Lorsqu'on leur a demandé combien de véhicules ils s'attendaient à vendre personnellement en 2018, seulement neuf pour cent semblaient croire qu'ils ne vendraient pas de véhicules électriques, dont 29 % demeurant dans les provinces de l'Atlantique et 14 % dans les Prairies.

Quarante-trois pour cent des représentants commerciaux s'attendent à vendre entre un et cinq véhicules électriques en 2018 alors que 41 % prévoient en vendre entre 6 et 49. Un petit nombre de représentants commerciaux (8 %) croient également qu'ils vendront plus de 50 véhicules électriques en 2018.

## Conclusions

En résumé, les concessions automobiles autorisées à vendre des véhicules électriques au Canada ayant déclaré un plus haut volume de ventes de véhicules électriques sont plus nombreuses à exposer des véhicules électriques sur leur terrain et ont tendance à être situées dans des provinces où des incitatifs sont offerts aux consommateurs. Les concessions dans ces provinces sont aussi plus nombreuses à recevoir davantage de formation et disent, de façon générale, qu'ils sont mieux informés au sujet des véhicules électriques.

Bien que la plupart des représentants commerciaux de véhicules électriques reçoivent au moins une formation annuelle sur une variété de sujets et se disent bien informés au sujet des méthodes de chargement et de l'autonomie du véhicule, moins de représentants affirment connaître la durée de vie de la batterie, le coût de possession du véhicule et son coût de fonctionnement. De plus, peu de représentants disent avoir reçu une formation quant aux spécifications ou caractéristiques du véhicule. Une poignée seulement a affirmé que l'essai d'un véhicule électrique faisait partie de la formation.

Les représentants commerciaux citent le plus souvent le manque de connaissances ou d'intérêt du consommateur parmi les obstacles à la vente de véhicules électriques.

## 2. Résultats détaillés

### 2.1. Concessions de véhicules électriques

#### 2.1.1. Ventes

Près d'un tiers (35 %) des concessions interrogées vendent moins de 500 véhicules alimentés à l'essence ou au diesel chaque année alors qu'un autre tiers (35 %) vendent entre 500 et 999 véhicules alimentés à l'essence ou au diesel chaque année. Les autres (29 %) vendent plus de 1 000 véhicules alimentés à l'essence ou au diesel chaque année.

#### **Pièce 2.1.1.a. : Ventes**

	Total
Base = réelle	(178) %
<500	35 %
500-999	35 %
1000+	29 %
None	1 %

Q21. Environ combien de véhicules fonctionnant à l'essence ou au diesel votre concession vend-elle par année?

Comme pour les véhicules alimentés à l'essence ou au diesel, les ventes de voitures électriques varient d'une concession à une autre, et ce, dans une plus large mesure. Quelques concessions (16 %) sont responsables de la vaste majorité des ventes, vendant 50 véhicules ou plus par année. Un tiers (32 %) des concessions vendent entre 6 et 49 véhicules électriques par année alors que 38 % vendent entre 1 et 5 véhicules électriques par année. Un petit nombre de concessions (14 %) ne vendent pas de véhicules électriques bien qu'ils soient autorisés à le faire.

Les représentants commerciaux qui travaillent dans des concessions où il y a moins de représentants signalent moins de ventes de véhicules électriques. Ceux qui travaillent dans des concessions où il y a moins de cinq représentants commerciaux sont plus nombreux à déclarer des ventes de cinq véhicules ou moins (58 %) comparativement à ceux qui travaillent dans des concessions où il y a plus de cinq représentants (24-33 %). Aussi, les représentants dans les Prairies sont beaucoup plus nombreux à déclarer des ventes d'un à cinq véhicules (62 %) comparativement à toutes les autres régions (24-37 %).

### **Pièce 2.1.1.b. : Ventes par nombre de représentants dans la concession**

<b>Nombre de VÉ vendus par année</b>	<b>Total</b>	<b>Nombre de représentants dans la concession</b>		
<b>Base = réelle</b>	(178)	Moins de 5 représentants (48)	5-9 représentants (88)	10+ représentants (42)
Aucun	14 %	16 %	16 %	9 %
1-5 VÉ	38 %	58 %	33 %	24 %
6-49 VÉ	32 %	23 %	34 %	38 %
50+ VÉ	16 %	2 %	17 %	29 %

Q22. Et, combien de VÉ votre concession vend-elle par année?

### **Pièce 2.1.1.c. : Ventes par région**

<b>Nombre de VÉ vendus par année</b>	<b>Total</b>	<b>Région</b>				
<b>Base = réelle</b>	(178)	Atlantique (14)	Québec (49)	Ontario (60)	Prairies (32)	C.-B. (23)
Aucun	14 %	57 %	6 %	7 %	19 %	17 %
1-5 VÉ	38 %	29 %	24 %	37 %	62 %	30 %
6-49 VÉ	32 %	14 %	41 %	38 %	19 %	30 %
50+ VÉ	16 %	-	29 %	18 %	-	22 %

Q22. Et, combien de VÉ votre concession vend-elle par année?

Les représentants commerciaux sont optimistes quant aux prévisions des ventes de véhicules électriques en 2018. Lorsqu'on leur a demandé combien de véhicules ils s'attendaient à vendre personnellement en 2018, seulement 9 % semblaient croire qu'ils ne vendraient pas de véhicules électriques. Cela dépend principalement des représentants dans les provinces de l'Atlantique et dans les Prairies, où 29 % et 14 % des représentants commerciaux respectivement croient qu'ils ne vendront pas de véhicules électriques en 2018.

Quarante-trois pour cent des représentants commerciaux s'attendent à vendre entre un et cinq véhicules électriques l'année prochaine alors que les autres croient qu'ils vendront entre 6 et 49 véhicules (41 %) ou plus de 50 véhicules électriques (8 %) en 2018.

### **Pièce 2.1.1.d : Prévisions des ventes**

<b>VÉ qu'on s'attend à vendre personnellement en 2018</b>	<b>Total</b>
<b>Base = réelle</b>	(178) %
Aucun	9 %
1-5 VÉ	43 %
6-49 VÉ	41 %
50 VÉ	8 %

Q23. Environ combien de VÉ vous attendez-vous à vendre personnellement en 2018?

### **2.1.2. Véhicules électriques exposés sur le terrain**

Plus d'un tiers (35 %) des concessionnaires de voitures neuves interrogés exposent un seul véhicule électrique sur leur terrain alors que 17 % en exposent deux, 10 % en exposent trois ou quatre et 10 % en exposent cinq ou plus. Plus d'un quart (29 %) n'exposent pas de véhicules électriques sur leur terrain.

Les concessionnaires au Québec exposent le plus de véhicules électriques : en effet, 82 % de ceux interrogés disent qu'ils en exposent au moins un. La moitié des concessionnaires interrogés dans les provinces de l'Atlantique (50 %) disent qu'ils n'exposent pas de véhicules électriques.

### **Pièce 2.1.2. : Véhicules électriques exposés sur le terrain**

<b>Nombre de VÉ exposés sur le terrain</b>	<b>Total</b>	<b>Région</b>				
<b>Base = réelle</b>	(178) %	Atlantique (14)	Québec (49)	Ontario (60)	Prairies (32)	C.-B. (23)
1 VÉ	35 %	29 %	47 %	25 %	35 %	39 %
2 VÉ	17 %	7 %	20 %	25 %	8 %	4 %
3 VÉ	7 %	7 %	4 %	10 %	7 %	9 %
4 VÉ	3 %	-	2 %	3 %	5 %	-
5+ VÉ	10 %	7 %	8 %	8 %	9 %	17 %
Aucun	29 %	50 %	18 %	28 %	35 %	30 %

Q6. Combien de VÉ avez-vous habituellement dans la salle d'exposition de votre concession?

### 2.1.3. Avantages offerts par le concessionnaire

#### Bornes de recharge

Bon nombre de concessions de véhicules électriques interrogées ont des bornes de recharge sur place (76 %). Soixante-dix pour cent ont des bornes de recharge de niveau 1 ou 2 alors que 44 % ont des bornes de recharge de niveau 3.

Les concessions interrogées qui exposent des véhicules électriques sur leur terrain sont plus nombreuses à offrir des bornes de recharge électrique (85 % contre 54 %). Les concessions qui ont des ventes annuelles de six véhicules électriques ou plus par année sont aussi moins nombreuses à offrir des services ou des avantages tels que des bornes de recharge électrique comparativement à celles qui ne vendent pas de véhicules électriques.

Aussi, les concessions en Ontario (88 %), au Québec (78 %) et en Colombie-Britannique (70 %) sont plus nombreuses à avoir des bornes de recharge comparativement à celles dans les provinces de l'Atlantique (57 %) et dans les Prairies (57 %).

#### **Pièce 2.1.3.a : Avantages offerts par le concessionnaire en fonction des VÉ exposés sur le terrain et des ventes annuelles**

Avantages offerts par le concessionnaire	Total	VÉ exposés sur le terrain		Ventes annuelles de VÉ			
		Oui	Non	Aucune	1-5 VÉ	6-49 VÉ	50+ VÉ
<b>Base = réelle</b>	(167)	(127)	(51)	(25)	(65)	(58)	(30)
Bornes de recharge pour véhicules électriques (net)	76 %	85 %	54 %	50 %	66 %	95 %	84 %
Bornes de recharge pour véhicules électriques (de niveau 1 ou 2)	70 %	80 %	46 %	42 %	63 %	86 %	80 %
Bornes de recharge pour véhicules électriques (de niveau 3)	44 %	49 %	31 %	8 %	37 %	60 %	59 %

Q14. Lesquels des avantages ou services suivants liés aux VÉ offrez-vous à votre concession?

#### **Pièce 2.1.3.b : Avantages offerts par le concessionnaire ventilés par région**

	Total	Région				
		Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
<b>Base = réelle</b>	(167)	(14)	(49)	(60)	(32)	(23)
Bornes de recharge pour véhicules électriques (net)	76 %	57 %	78 %	88 %	64 %	70 %
Bornes de recharge pour véhicules électriques (de niveau 1 ou 2)	70 %	57 %	71 %	80 %	61 %	65 %
Bornes de recharge pour véhicules électriques (de niveau 3)	44 %	21 %	59 %	45 %	26 %	52 %

Q14. Lesquels des avantages ou services suivants liés aux VÉ offrez-vous à votre concession?

## Aide liée aux réclamations d'avantages fiscaux

Plus de la moitié des concessions interrogées offrent de l'aide pour remplir les formalités relatives aux avantages fiscaux. La vaste majorité de ces concessions sont situées dans les régions qui offrent des avantages fiscaux, à savoir le Québec (82 %), l'Ontario (83 %) et la Colombie-Britannique (91 %). Les concessions qui offrent de l'aide pour remplir les formalités relatives aux avantages fiscaux sont également plus nombreuses à travailler en milieu urbain (62 %) plutôt qu'en milieu rural (48 %) et signalent des ventes annuelles de véhicules électriques supérieures (plus de cinq ventes de véhicules électriques [76-90 %] comparativement à zéro à cinq ventes [26-46 %]).

### **Pièce 2.1.3.c : Avantages offerts par le concessionnaire en fonction des ventes annuelles de véhicules électriques et du milieu**

	Total	Ventes annuelles de VÉ				Milieu	
<b>Base = réelle</b>	(178)	Aucune (25)	1-5 VÉ (65)	6-49 VÉ (58)	50+ VÉ (30)	Urbain (155)	Rural (23)
Aide à remplir les formalités relatives aux avantages fiscaux	60 %	26 %	46 %	76 %	90 %	62 %	48 %

Q14. Lesquels des avantages ou services suivants liés aux VÉ offrez-vous à votre concession?

### **Pièce 2.1.3.d : Avantages offerts par le concessionnaire ventilés par région**

	Total	Région				
<b>Base = réelle</b>	(178)	Atlantique (14)	Québec (49)	Ontario (60)	Prairies (32)	C.-B. (23)
Aide à remplir les formalités relatives aux avantages fiscaux	60 %	-	82 %	83 %	-	91 %

Q14. Lesquels des avantages ou services suivants liés aux VÉ offrez-vous à votre concession?

## 2.1.4. Publicité

La majorité des représentants commerciaux interrogés indiquent que le constructeur (77 %) et sa concession (60 %) annoncent qu'ils vendent des véhicules électriques à leur emplacement.

Les répondants qui travaillent dans des concessions qui exposent des véhicules électriques sont significativement plus nombreux à dire que leur concession annonce des véhicules électriques (72 % contre 30 %). Les répondants qui travaillent en milieu urbain plutôt qu'en milieu rural sont aussi plus nombreux à dire que leur concession annonce des véhicules électriques (61 % contre 55 %).

Plus de répondants au Québec indiquent que le constructeur ainsi que la concession annoncent des véhicules électriques comparativement à ceux dans d'autres régions, surtout dans les provinces de l'Atlantique.

### **Pièce 2.1.4.a : Publicité ventilée région**

<b>Publicité</b>	<b>Total</b>	<b>Région</b>				
<b>Base = réelle</b>	(178)	Atlantique (14)	Québec (49)	Ontario (60)	Prairies (32)	C.-B. (23)
De la publicité par le constructeur spécifiquement pour les VÉ	77 %	57 %	92 %	70 %	74 %	83 %
De la publicité par le concessionnaire spécifiquement pour les VÉ	60 %	29 %	71 %	62 %	49 %	70 %

Q14. Lesquels des avantages ou services suivants liés aux VHR et VEB offrez-vous à votre concession?

### **Pièce 2.1.4.b : Publicité en fonction des VÉ exposés et du milieu**

<b>Publicité</b>	<b>Total</b>	<b>Milieu</b>		<b>VÉ exposés sur le terrain</b>	
<b>Base = réelle</b>	(178)	Urbain (155)	Rural (23)	Oui (167)	Non (11)
De la publicité par le constructeur spécifiquement pour les VÉ	77 %	85 %	57 %	81 %	17 %
De la publicité par le concessionnaire spécifiquement pour les VÉ	60 %	72 %	30 %	64 %	-

Q14. Lesquels des avantages ou services suivants liés aux VHR et VEB offrez-vous à votre concession?

## **2.2. Niveau de connaissances des véhicules électriques**

La plupart des représentants commerciaux de véhicules électriques interrogés se disent très bien informés au sujet des garanties (67 %), de l'autonomie du véhicule avec recharge totale (65 %), des méthodes de chargement (61 %) et des incitatifs fiscaux (50 %). Les répondants se disent moins bien informés au sujet de la durée de vie de la batterie (47 %), du coût de possession (41 %), du coût de fonctionnement (35 %), et des réseaux de bornes de recharge (31 %).

Les représentants commerciaux qui travaillent dans des concessions où les ventes annuelles de véhicules électriques se chiffrent à six ou plus ont déclaré des niveaux de connaissances supérieurs, et ce, dans un certain nombre de domaines, y compris les méthodes de chargement (73-74 % contre 48 %), la durée de vie de la batterie (62-63 % contre 31 %), le coût de possession (57-63 % contre 20 %), le coût de fonctionnement (43-60 % contre 24 %) et les réseaux de bornes de recharge (38-50 % contre 19 %) comparativement à ceux qui travaillent dans des concessions où les ventes annuelles de véhicules électriques se chiffrent à cinq ou moins.

Le niveau de connaissances rapporté avait tendance à augmenter selon le nombre d'effectifs affectés aux ventes. Les représentants commerciaux qui travaillent dans des concessions qui comptent cinq employés ou plus ont déclaré, de façon générale, qu'ils possèdent des niveaux de connaissances supérieurs en ce qui concerne toutes les caractéristiques des véhicules électriques testés.

Les différences régionales sont comprennent notamment les suivantes :

- Les représentants commerciaux en Colombie-Britannique, au Québec, et en Ontario disent posséder des niveaux de connaissances supérieurs relativement aux garanties, à l'autonomie du véhicule avec recharge totale, aux incitatifs fiscaux et à la durée de vie de la batterie;
- Les représentants commerciaux au Québec et en Ontario disent posséder des niveaux de connaissances supérieurs relativement au coût de possession; et
- Les représentants commerciaux en Ontario disent posséder des niveaux de connaissances supérieurs relativement aux réseaux de bornes de recharge.

**Pièce 2.2.a : Niveau de connaissances des véhicules électriques en fonction des ventes annuelles**

% Très bien informés	Total	Ventes annuelles de véhicules électriques			
		Aucune	1-5 VÉ	6-49 VÉ	50+ VÉ
<b>Base = réelle</b>	(178)	(25)	(65)	(58)	(30)
Garanties	67 %	50 %	64 %	69 %	83 %
Autonomie du véhicule avec recharge totale	65 %	40 %	56 %	77 %	87 %
Méthodes de chargement	61 %	55 %	48 %	74 %	73 %
Incitatifs fiscaux	50 %	19 %	29 %	70 %	83 %
Durée de vie de la batterie	47 %	36 %	31 %	62 %	63 %
Coût de possession	41 %	31 %	20 %	57 %	63 %
Coût de fonctionnement	35 %	19 %	24 %	43 %	60 %
Réseaux de bornes de recharge	31 %	25 %	19 %	38 %	50 %

Q13. En pensant toujours aux VÉ, dans quelle mesure diriez-vous que vous êtes bien informé(e) sur les sujets suivants? Diriez-vous que vous êtes très bien informé(e), assez bien informé(e), pas très informé(e) ou pas du tout informé(e) sur...

**Pièce 2.2.b : Niveau de connaissances des véhicules électriques en fonction du nombre de représentants commerciaux**

% Très bien informés	Total	Nombre de représentants commerciaux		
		Moins de 5 (48)	5 à 9 (88)	10 et plus (42)
<b>Base = réelle</b>	(178)			
Garanties	67 %	56 %	68 %	75 %
Autonomie du véhicule avec recharge totale	65 %	51 %	69 %	74 %
Méthodes de chargement	61 %	53 %	64 %	65 %
Incitatifs fiscaux	50 %	28 %	53 %	68 %
Durée de vie de la batterie	47 %	33 %	50 %	54 %
Coût de possession	41 %	31 %	40 %	52 %
Coût de fonctionnement	35 %	21 %	40 %	42 %
Réseaux de bornes de recharge	31 %	24 %	34 %	34 %

Q13. En pensant toujours aux VÉ, dans quelle mesure diriez-vous que vous êtes bien informé(e) sur les sujets suivants? Diriez-vous que vous êtes très bien informé(e), assez bien informé(e), pas très informé(e) ou pas du tout informé(e) sur...

**Pièce 2.2.c : Niveau de connaissances des véhicules électriques ventilé par région**

% Très bien informés	Total	Région				
		Atlantique (14)	Québec (49)	Ontario (60)	Prairies (32)	C.-B. (32)
<b>Base = réelle</b>	(178)					
Garanties	67 %	57 %	73 %	67 %	53 %	83 %
Autonomie du véhicule avec recharge totale	65 %	43 %	69 %	77 %	46 %	74 %
Méthodes de chargement	61 %	64 %	61 %	65 %	50 %	70 %
Incitatifs fiscaux	50 %	29 %	57 %	63 %	18 %	65 %
Durée de vie de la batterie	47 %	7 %	53 %	53 %	38 %	57 %
Coût de possession	41 %	43 %	49 %	50 %	12 %	43 %
Coût de fonctionnement	35 %	36 %	43 %	35 %	24 %	39 %
Réseaux de bornes de recharge	31 %	21 %	24 %	38 %	27 %	39 %

Q13. En pensant toujours aux VÉ, dans quelle mesure diriez-vous que vous êtes bien informé(e) sur les sujets suivants? Diriez-vous que vous êtes très bien informé(e), assez bien informé(e), pas très informé(e) ou pas du tout informé(e) sur...

## 2.3. Formation relative aux véhicules électriques

### 2.3.1. Formation relative aux véhicules électriques suivie par les représentants

Soixante-dix-neuf<sup>3</sup> pour cent de tous les représentants commerciaux ont reçu au moins une formation de base relative aux véhicules électriques. La proportion des représentants commerciaux qui ont reçu une formation n'est aucunement liée à la taille de la concession. Le nombre de représentants commerciaux qui ont reçu une formation relative aux véhicules électriques est, cependant, lié au nombre de ventes annuelles réalisées par la concession. Par exemple, les concessions qui indiquent des ventes annuelles inférieures (<six par année) sont plus nombreuses à avoir moins de cinq représentants commerciaux ayant reçu une formation (55 % contre 31-27 %) comparativement à ceux qui indiquent des ventes annuelles de véhicules électriques supérieures. Il y a donc lieu de croire que les concessions qui ont des représentants commerciaux ayant reçu une formation relative aux véhicules électriques sont plus nombreuses à vendre plus de véhicules électriques.

On note aussi des différences régionales quant au nombre de représentants commerciaux ayant reçu une formation relative aux véhicules électriques. Moins de représentants commerciaux dans les provinces de l'Atlantique et au Québec ont reçu une formation comparativement à ceux en Ontario, dans les Prairies et en Colombie-Britannique. Plus de concessions dans les provinces de l'Atlantique (57 %) et au Québec (53 %) ont moins de cinq représentants commerciaux ayant reçu une formation comparativement aux concessions en Ontario et dans les Prairies (28 % chacune). Les concessions en Ontario (22 %), dans les Prairies (32 %) et en Colombie-Britannique (26 %) sont plus nombreuses à compter plus de dix représentants commerciaux ayant reçu une formation comparativement à ceux dans les provinces de l'Atlantique (0 %) et au Québec (6 %).

#### **Pièce 2.3.1.a : Formation relative aux VÉ suivie par les représentants en fonction des ventes annuelles**

	Total	Ventes annuelles de véhicules électriques			
		None	1-5 VÉ	6-49 VÉ	50+ VÉ
<b>Base = réelle</b>	(178)	(25)	(65)	(58)	(30)
Moins de 5 représentants (net)	38 %	22 %	55 %	31 %	27 %
5 à 9 représentants (net)	37 %	45 %	25 %	43 %	46 %
10 représentants ou plus	19 %	12 %	14 %	23 %	26 %
Aucun	6 %	21 %	6 %	3 %	-

Q9. Environ combien de représentants des ventes qui vendent des VÉ, y compris vous-même, ont reçu une formation relative à ces types de véhicules?

<sup>3</sup> Dérivé du nombre moyen de représentants commerciaux (7,86) et le nombre moyen ayant reçu une formation (6,22).

**Pièce 2.3.1.b : Formation relative aux véhicules électriques suivie par les représentants en fonction de la région**

	Total	Région				
Base = réelle	(178)	Atlantique (14)	Québec (49)	Ontario (60)	Prairies (32)	C.-B. (23)
Moins de 5 (net)	38 %	57 %	53 %	28 %	28 %	39 %
5 à 9 (net)	37 %	36 %	41 %	42 %	30 %	26 %
10 ou plus	19 %	-	6 %	22 %	32 %	26 %
Aucun	6 %	7 %	-	8 %	9 %	9 %

Q9. Environ combien de représentants des ventes qui vendent des VÉ, y compris vous-même, ont reçu une formation relative à ces types de véhicules?

**2.3.2. Fréquence de la formation**

La plupart des représentants commerciaux (71 %) reçoivent une formation relative aux véhicules électriques plusieurs fois par année. Une faible proportion seulement reçoit une formation annuellement (21 %) ou moins souvent (5 %). Les représentants commerciaux au Québec sont moins nombreux à recevoir une formation plusieurs fois par année comparativement à ceux en Ontario (57 % contre 78 %).

**Pièce 2.3.2. : Fréquence de la formation par région**

	Total	Région				
Base = réelle	(167)	Atlantique (13)	Québec (49)	Ontario (55)	Prairies (29)	C.-B. (21)
Plusieurs fois par année (NET)	71 %	62 %	57 %	78 %	76 %	81 %
4 fois ou plus par année	26 %	15 %	14 %	24 %	42 %	38 %
2-3 fois par année	45 %	46 %	43 %	55 %	34 %	43 %
Une fois par année	21 %	31 %	31 %	16 %	19 %	10 %
Moins d'une fois par année (NET)	5 %	8 %	8 %	4 %	-	10 %

Q10. À quelle fréquence un représentant des ventes ordinaire à votre concession reçoit-il une formation (y compris des mises à jour ou des cours de recyclage) portant sur les VÉ?

### 2.3.3. Sujets de formation

Bien que le contenu des formations varie, la plupart des représentants commerciaux ont reçu une formation portant sur les méthodes de chargement (97 %), les garanties (96 %), l'autonomie du véhicule avec recharge totale (96 %), le coût de possession du véhicule (89 %), la durée de vie de la batterie (88 %) et le coût de fonctionnement (84 %). Moins de représentants indiquent avoir reçu une formation portant sur l'application des encouragements (53 %) ou les spécifications du véhicule (21 %) ou ses fonctions (9 %). Une poignée seulement dit avoir essayé un véhicule électrique dans le cadre de leur formation (4 %).

La région semble avoir peu d'impact sur les sujets de formation sauf en ce qui concerne la formation sur les incitatifs où les représentants commerciaux en Ontario et en Colombie-Britannique sont plus nombreux à recevoir une formation sur l'application des encouragements que ceux au Québec (75 % et 76 % respectivement contre 29 %).<sup>4</sup>

#### **Pièce 2.3.3. : Sujets de formation**

	Total
<b>Base = réelle</b>	(165) %
Les méthodes de chargement	97 %
Les garanties	96 %
L'autonomie du véhicule avec recharge totale	96 %
Le coût de possession	89 %
La durée de vie de la batterie	88 %
Le coût de fonctionnement	84 %
Les réseaux de bornes de recharge	78 %
La formation relative aux incitatifs ou aux remises	53 %
Les spécifications du véhicule	21 %

Q11. *Lesquels des types de formation suivants au sujet des VÉ avez-vous reçus? (formation relative aux incitatifs ou aux remises seulement)*

Q12. *Et, est-ce que la formation portait sur certains des points suivants en matière de VÉ?*

<sup>4</sup> Note : les incitatifs sont seulement offerts au Québec, en Ontario et en C.-B. et, de ce fait, seuls les représentants dans ces régions se sont fait poser des questions au sujet des incitatifs liés à la formation.

### 2.3.4. Mode de formation

Un cours de formation en ligne ou webinaire constitue le type de formation le plus courant suivi par les représentants (94 %), suivi d'une formation sur place (69 %) et d'une formation itinérante donnée par le constructeur automobile (63 %). Une petite minorité a suivi une formation en classe (5 %), ou une autoformation (5 %) à l'aide d'une variété de matériaux tels que la documentation du constructeur automobile, les recherches en ligne et les études comparatives.

Les représentants commerciaux qui travaillent dans des concessions comportant plus d'employés (10+) étaient plus nombreux à suivre une formation sur place comparativement aux concessions qui ont moins de dix employés (85 % contre 59-65 %), tout comme les représentants en Colombie-Britannique (90 %), en Ontario (84 %) et dans les Prairies (75 %) comparativement à leurs homologues dans l'est du pays, dans les provinces de l'Atlantique (54 %) et au Québec (41 %).

#### **Pièce 2.3.4.a : Mode de formation**

	Total	Nombre de représentants commerciaux dans la concession		
		Moins de 5 représentants	5-9 représentants	10+ représentants
<b>Base = réelle</b>	(167)	(44)	(82)	(41)
Un cours de formation en ligne ou webinaire	94 %	100 %	88 %	100 %
Une formation sur place	69 %	59 %	65 %	85 %
Une formation itinérante donnée par le constructeur automobile	63 %	71 %	54 %	74 %
Une formation en classe	5 %	5 %	5 %	5 %
Une autoformation	5 %	2 %	3 %	4 %
Aucune formation reçue	1 %	-	2 %	-

Q11. Lesquels des types de formation suivants au sujet des VÉ avez-vous reçus?

### **Pièce 2.3.4.b : Mode de formation**

	<b>Total</b>	<b>Région</b>				
<b>Base = réelle</b>		Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
	(167)	(13)	(49)	(55)	(29)	(21)
Un cours de formation en ligne ou webinaire	94 %	100 %	88 %	95 %	97 %	100 %
Une formation sur place	69 %	54 %	41 %	84 %	75 %	90 %
Une formation itinérante donnée par le constructeur automobile	63 %	54 %	78 %	56 %	63 %	57 %
Une formation en classe	53 %	31 %	29 %	75 %	46 %	76 %
Une autoformation	5 %	-	10 %	2 %	6 %	-
Aucune formation reçue	5 %	-	6 %	4 %	6 %	-
Un cours de formation en ligne ou webinaire	1 %	-	2 %	-	3 %	-

Q11. Lesquels des types de formation suivants au sujet des VÉ avez-vous reçus?

## **2.4. Défis et obstacles à vendre des véhicules électriques**

### **2.4.1. Défis**

On a demandé aux représentants commerciaux de citer de façon spontanée les principaux défis auxquels ils font face lorsqu'ils tentent de vendre un véhicule électrique. Un certain nombre de thèmes ont ressorti, y compris un manque de compréhension ou d'engagement de la part du consommateur, des questions commerciales telles que la disponibilité, les inquiétudes au sujet de la batterie et des coûts ainsi que les incitatifs.

Plus précisément, les représentants commerciaux ont souligné les défis suivants :

- Le coût élevé du véhicule (23 %)
- Les questions d'approvisionnement ou la faible disponibilité (21 %)
- Le manque de compréhension du consommateur au sujet des véhicules électriques (17 %)
- La réticence/le scepticisme au sujet de la nouvelle technologie (17 %)
- Le manque de compréhension de la part du consommateur au sujet de l'autonomie des véhicules électriques (11 %)
- L'absence de programmes incitatifs (9 %)
- Le faible intérêt de la part du consommateur (7 %)
- Le manque d'infrastructures locales pour le chargement de la batterie (7 %)
- Les inquiétudes quant à la durée de vie de la batterie/la durabilité/l'efficacité (5 %)
- La difficulté à expliquer la technologie aux consommateurs (5 %)

- Le manque de formation des représentants commerciaux (4 %)
- L'impact du climat/de l'hiver canadien sur la durée de vie de la batterie (4 %)
- Le manque de modèles, p. ex. VUS/camionnette (4 %)
- L'autonomie des VÉ (c.-à-d. la capacité du véhicule à avoir la même indépendance qu'un véhicule alimenté à l'essence ou au diesel) (4 %)
- Le manque de compréhension de la part du consommateur relativement au chargement (3 %)
- Le manque de compréhension de la part du consommateur (chargement) (3 %)

Les représentants commerciaux qui travaillent dans des concessions où les ventes annuelles de véhicules électriques sont plus faibles étaient plus nombreux à citer un grand nombre des défis mentionnés. Par exemple, ceux qui travaillent dans des concessions où le nombre de ventes est plus élevé sont plus nombreux à citer les questions d'approvisionnement (34 %) comme étant un défi. En outre, bien que les régions citent des défis similaires, on note certaines différences par région. Plus précisément :

- Les représentants commerciaux au Québec sont plus nombreux à citer un manque de compréhension de la part du consommateur au sujet des véhicules électriques (24 %) comme étant un obstacle.
- Les représentants commerciaux en Ontario citent des questions liées à l'autonomie du véhicule (23 %) et le scepticisme à l'égard de la technologie (25 %) comparativement aux représentants commerciaux dans d'autres régions.
- Les représentants commerciaux dans les provinces de l'Atlantique et dans les Prairies sont plus nombreux à citer le manque de programmes incitatifs (43 % et 19 % respectivement) et le coût des véhicules (43 % et 39 % respectivement) comparativement aux représentants dans d'autres régions.

### Pièce 2.4.1.a : Défis en fonction des ventes annuelles

		Ventes annuelles de VÉ			
		Aucun (25)	1-5 VÉ (65)	6-49 VÉ (58)	50+ VÉ (30)
<b>Base = réelle</b>					
Le coût du véhicule est élevé/cher	23 %	35 %	29 %	17 %	13 %
Les questions d'approvisionnement et le peu de disponibilité/pas suffisamment de VÉ	21 %	21 %	20 %	21 %	20 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur au sujet des VÉ	17 %	12 %	13 %	22 %	20 %
Les gens sont réticents/sceptiques à l'égard de cette nouvelle technologie/il faut convaincre les clients d'avoir confiance dans le nouveau produit	17 %	18 %	20 %	10 %	20 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur à l'égard de l'autonomie du véhicule	11 %	8 %	11 %	13 %	14 %
Contrairement aux autres provinces, aucune remise/aucun incitatif important à l'achat d'un VÉ	9 %	20 %	10 %	6 %	3 %
Le peu d'intérêt du consommateur au sujet des VÉ	7 %	4 %	10 %	6 %	4 %
Le manque d'infrastructures locales quant au chargement de la batterie	7 %	8 %	8 %	8 %	4 %
La durée de vie de la batterie/la durabilité/l'efficacité	5 %	4 %	4 %	10 %	-
Expliquer la technologie/les systèmes	5 %	4 %	4 %	5 %	10 %
Le manque de formation des représentants commerciaux	4 %	4 %	4 %	5 %	4 %
Le climat/le dur hiver canadien (réduit la durée de vie de la batterie)	4 %	4 %	9 %	-	3 %
L'autonomie des VÉ	4 %	-	6 %	5 %	-
Le manque de certains types de modèles (VUS/camionnette)	4 %	4 %	4 %	4 %	3 %
L'application des encouragements	3 %	4 %	5 %	2 %	-
Le manque de compréhension de la part du consommateur lié au chargement	3 %	4 %	2 %	4 %	7 %

Q17. Quels sont les principaux défis, selon vous, auxquels font face les représentants de voitures neuves lorsqu'ils essaient de vendre des VÉ?

### Pièce 2.4.1.b : Défis par région

	Total	Région				
		Atlantique (14)	Québec (49)	Ontario (60)	Prairies (32)	C.-B. (23)
<b>Base = réelle</b>						
Le coût du véhicule est élevé/cher	23 %	43 %	22 %	12 %	39 %	17 %
Les questions d'approvisionnement et le peu de disponibilité/pas suffisamment de VÉ	21 %	21 %	12 %	27 %	18 %	26 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur au sujet des VÉ	17 %	7 %	24 %	15 %	16 %	13 %
Les gens sont réticents/sceptiques à l'égard de cette nouvelle technologie/il faut convaincre les clients d'avoir confiance dans le nouveau produit	17 %	14 %	10 %	25 %	16 %	9 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur à l'égard de l'autonomie du véhicule	11 %	7 %	-	23 %	9 %	9 %
Contrairement aux autres provinces, aucune remise/aucun incitatif important à l'achat d'un VÉ	9 %	43 %	2 %	2 %	19 %	4 %
Le peu d'intérêt du consommateur au sujet des VÉ	7 %	14 %	4 %	5 %	8 %	9 %
Le manque d'infrastructures locales quant au chargement de la batterie	7 %	14 %	2 %	7 %	9 %	13 %
La durée de vie de la batterie/la durabilité/l'efficacité	5 %	7 %	8 %	5 %	3 %	4 %
Expliquer la technologie/les systèmes	5 %	-	6 %	5 %	7 %	4 %
Le manque de formation des représentants commerciaux	4 %	7 %	2 %	7 %	3 %	4 %
Le climat/le dur hiver canadien (réduit la durée de vie de la batterie)	4 %	-	2 %	2 %	14 %	4 %
L'autonomie des VÉ	4 %	-	14 %	-	-	-
Le manque de certains types de modèles (VUS/camionnette)	4 %	-	4 %	5 %	5 %	-
L'application des encouragements	3 %	-	-	7 %	-	4 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur lié au chargement	3 %	-	2 %	7 %	-	4 %

Q17. Quels sont les principaux défis, selon vous, auxquels font face les représentants de voitures neuves lorsqu'ils essaient de vendre des VÉ?

## 2.4.2. Obstacles

Lorsqu'ils ont été interrogés sur les obstacles à la vente des véhicules électriques à l'aide d'une liste de réponses possibles, les représentants ont cité les questions d'approvisionnement ou du peu de disponibilité (73 %) comme étant les obstacles les plus courants, suivis de près par le manque de compréhension de la part du consommateur à l'égard de l'autonomie des véhicules électriques (71 %), le manque d'infrastructures locales en ce qui concerne le chargement (69 %) et le manque de compréhension de la part du consommateur au sujet des véhicules électriques en général (67 %). Plus d'un tiers ont cité des marges de profit inférieures concernant les véhicules électriques (37 %) et le manque de formation des représentants commerciaux (35 %). Seulement un quart ont indiqué que l'application des encouragements (24 %) constituait un obstacle.

### **Pièce 2.4.2. : Obstacles**

	<b>Total</b>
<b>Base = réelle</b>	(178) %
Les questions d'approvisionnement et le peu de disponibilité	73 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur à l'égard de l'autonomie du véhicule	71 %
Le manque d'infrastructures locales quant au chargement de la batterie	69 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur au sujet des VÉ	67 %
Le manque de compréhension de la part du consommateur relativement au chargement	57 %
Le peu d'intérêt du consommateur à l'égard des VÉ	53 %
La somme d'effort requise pour vendre des VÉ	47 %
Les marges de profit inférieures pour les VÉ	37 %
Le manque de formation des représentants commerciaux	35 %
L'application des encouragements	24 %

Q30. Vous avez peut-être déjà mentionné ces points, mais considéreriez-vous certains de ces points comme étant des obstacles à la vente de VÉ?

## 3. Méthodologie

### 3.1. Aperçu méthodologique

Un sondage téléphonique a été mené du 19 janvier au 7 février 2018 auprès de représentants commerciaux chez les concessionnaires de voitures neuves au Canada qui sont autorisés à vendre des véhicules électriques. En tout, 178 entrevues téléphoniques ont été menées à partir d'une liste de concessionnaires de voitures neuves qui vendent des véhicules électriques fournis par RNCAN. Les numéros sur la liste ont été composés aléatoirement et des objectifs/quotas souples visant une représentation régionale ont été inclus.

#### Questionnaire

En se basant sur les objectifs de la recherche et les discussions avec la personne responsable du projet, TNS a rédigé le questionnaire. Le sondage final comprenait 17 questions principalement fermées. TNS a traduit le sondage de l'anglais au français. La durée du sondage était d'environ 10 minutes.

#### Prétest

Le sondage a fait l'objet d'un prétest mené le 18 janvier 2018 dans des conditions de sondage réelles. Les résultats du prétest ont indiqué que certaines corrections devaient être apportées au texte afin de s'assurer qu'il était clair pour les répondants et que le sondage devait être plus court afin de respecter la longueur voulue de 10 minutes. Le sondage a été rédigé à nouveau afin de trouver une solution à ces questions.

#### Conception et sélection de l'échantillon

Comme nous l'avons mentionné précédemment, la liste de l'échantillon a été fournie par RNCAN et comprenait des concessions de nouvelles voitures autorisées à vendre des véhicules électriques au Canada. La liste de numéros de téléphone a été composée aléatoirement et des objectifs/quotas souples visant une représentation régionale ont été inclus. La première étape consistait à confirmer que la concession vendait des véhicules électriques et, dans le cas contraire, à remercier le concessionnaire et mettre fin au sondage. Si la concession se qualifiait, un incitatif de 30 \$ était offert au répondant pour participer au sondage.

#### Administration du sondage

Le sondage téléphonique a été mené à l'aide de la technologie d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur (CATI). La technologie CATI permet le déroulement efficace de l'entrevue avec des sauts de questions préprogrammés. La technologie contrôle aussi les réponses afin de garantir des plages appropriées et la validité des données. L'échantillon est importé directement dans le sondage afin d'assurer l'enregistrement exact des variables de l'échantillon telles que la région. Le système contrôle également l'ordonnancement automatisé et les rappels afin de s'assurer que tous les rendez-vous sont respectés.

Les sondages étaient menés en français ou en anglais, selon la langue de choix du répondant. Les entrevues ont été menées par des intervieweurs et des superviseurs chevronnés. Un minimum de cinq pour cent de toutes les entrevues ont été contrôlées indépendamment et validées en temps réel.

Tous les participants ont été informés du but général de la recherche ainsi que du nom du commanditaire et du fournisseur, et ils ont également été informés que toutes les réponses demeureraient confidentielles. De plus, le sondage a été enregistré auprès du Système d'enregistrement des sondages.

### **Biais de non-réponse**

Le taux de réponse pour ce sondage a été de 21,68 %. Le taux de réponse prévu pour un sondage téléphonique de ce type, d'une durée similaire sur le terrain, est inférieur à 1 %. Afin de maximiser le taux de réponse, TNS a procédé comme suit :

- Un minimum de 8 rappels a été effectué avant de retirer un numéro de téléphone.
- Les rappels étaient fixés de nouveau à des heures et des jours différents afin de maximiser la possibilité d'une réponse.
- Les rendez-vous et les rappels étaient offerts à des heures flexibles de sorte que les répondants pouvaient participer au sondage au moment qui leur convenait le mieux.
- Un incitatif était offert aux répondants pour encourager leur participation.

Comme pour tous les échantillons, il y a une possibilité de biais de non-réponse. En particulier, ce sondage n'inclut pas les membres de la population qui travaillent seulement les fins de semaine ou qui étaient peut-être malades ou en congé pendant la période de sondage. De plus, certains groupes au sein de la population sont systématiquement moins enclins à répondre à des sondages. Afin de résoudre le problème du biais de réponse, les données ont été pondérées pour être représentatives à l'échelle régionale de la concession de voitures électriques au Canada. Les détails complets de pondération sont présentés dans la section suivante.

### **Pondération**

Des ajustements de pondération ont été appliqués aux données finales corrigées et nettoyées afin de s'assurer que les données étaient représentatives des concessions de voitures électriques à l'échelle régionale au Canada. Le fichier fourni par RNCan a été utilisé pour déterminer les proportions régionales.

**Tableau 3.1.a : Pondération**

Cible	Région					
	Total	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B. + Territoires
Réelle	178	14	49	60	32	23
Pondérée	178	14	46	61	37	21

**Marge d'erreur**

Avec une population de 2 066 concessions de voitures électriques, une taille d'échantillon de 178 fournir une marge d'erreur de 7,08 au niveau de confiance de 95 %.

**Taux de réponse**

Un total de 1 637 numéros de téléphone ont été composés, dont n = 178 ont complété le sondage. Le taux de réponse global atteint pour le sondage téléphonique a été de 21,68 %. Le tableau suivant présente la répartition de l'échantillon et le taux de réponse selon les lignes directrices de l'ARIM.

**Tableau 3.1.b : Calcul du taux de réponse**

<b>TOTAL DU NOMBRE DE TENTATIVES</b>	<b>1637</b>
<b>Incorrect</b>	55
<i>Hors service</i>	54
Télécopieur/Modem	1
Numéro d'affaires/non résidentiel	0
<b>Non résolu (U)</b>	<b>839</b>
Occupé	3
Sans réponse	243
Boîte vocale	593
<b>Portée – sans réponse (IS)</b>	<b>400</b>
Maladie, incapacité	1
Répondant sélectionné n'est pas disponible	31
Refus du ménage	
Refus du répondant	330
Interruption par le répondant qualifié	38
<b>Portée – Unités qui répondent (R)</b>	<b>343</b>
Disqualification en raison de la langue	0
Aucune personne de 18 ans et plus	0
Quota rempli	0
Autre disqualification	165
Entrevues complétées	178

**Taux de réponse = R/(U+IS+R)**

**21,68 %**

**Données recoupées**

Des tableaux détaillés sont inclus sous pli séparé.

## 4. Annexe B : Outil de sondage

### 4.1. Sondage français

**B001 – BLOC\_RECRUTEMENT : RECRUTEMENT**

**Début du bloc**

**Q001 – INTRO\_TÉL : INTRODUCTION AU TÉLÉPHONE**

**Un seul code**

#### Pas de retour

Bonjour! Puis-je parler à un représentant des ventes?  
AU BESOIN –

Bonjour! Mon nom est INSÉREZ NOM, de Kantar TNS. Nous effectuons actuellement un sondage au nom du gouvernement du Canada au sujet du soutien offert aux consommateurs relativement aux véhicules électriques. Les renseignements recueillis serviront à façonner et à développer la politique publique.

Votre participation est volontaire et vos réponses demeureront entièrement confidentielles et anonymes. Ce sondage est enregistré auprès de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM) et vous prendra environ 10 minutes à remplir.

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French?

[AU BESOIN : Le représentant des ventes recevra une prime incitative de 30 \$ s'il se qualifie pour ce sondage et qu'il le complète (par conséquent, veuillez vous assurer que la personne à la réception ne remplisse pas le sondage à sa place)  
[SI ON LE DEMANDE : Kantar TNS est une société de recherche professionnelle retenue par le gouvernement du Canada pour effectuer ce sondage]  
[SI ON LE DEMANDE : Le numéro d'enregistrement auprès de l'ARIM est le 20180112-037V et le portail se trouve à [verificationsondage.ca](http://verificationsondage.ca)]  
[SI ON LE DEMANDE : La politique de confidentialité de Kantar TNS peut être consultée à l'adresse : <http://www.tnscanada.ca/politique-de-protection-de-la-vie-privee.html>]

#### Normal

- 1 Anglais
- 2 Français

**Q002 – CONCESSION\_VEND\_VÉ : SI LE CONCESSIONNAIRE VEND DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES OU HYBRIDES**

**Plusieurs codes**

#### Pas de retour | Min = 1

Lesquels des nouveaux types de véhicules routiers votre concessionnaire vend-il aux consommateurs?

LISEZ LA LISTE, UN ITEM À LA FOIS, ET OBTENEZ UN OUI/NON  
(ENREGISTREZ UNIQUEMENT LES OUI)

### **Aléatoire**

- 1 Des véhicules fonctionnant à l'essence ou au diesel
  - 2 Des véhicules électriques hybrides rechargeables ou VHR
  - 3 Des véhicules routiers électriques à batterie ou VEB
- 998 Aucune de ces réponses \*Position fixe\*Exclusive

**Remarques : DOIT CHOISIR ENTRE VE pour continuer**

### **Q003 – CONSULTER\_REP\_VÉ : DEMANDE DE PARLER AU REPRÉSENTANT DES VENTES**

**Un seul code**

Puis-je parler à un représentant des ventes qui est responsable de la vente des voitures électriques rechargeables (VHR) ou des véhicules électriques à batterie (VEB) à votre concession automobile?

#### **Normal**

- 1 OUI – CONTINUEZ
- 2 PAS À CE MOMENT-CI – OBTENEZ LE NOM ET FIXEZ UN RAPPEL
- 3 NON – TERMINEZ

### **Q004 – INTRO\_TÉL\_REP : INTRODUCTION AU TÉLÉPHONE POUR LE REPRÉSENTANT DES VENTES**

**Un seul code**

#### **Pas de retour**

Bonjour! Mon nom est INSÉREZ NOM, de Kantar TNS. Nous effectuons actuellement un sondage au nom du gouvernement du Canada au sujet du soutien offert aux consommateurs en matière de véhicule électrique. Les renseignements recueillis serviront à façonner et développer la politique publique.

Votre participation est volontaire et vous recevrez une prime incitative de 30 \$ si vous vous qualifiez pour le sondage et que vous le complétez. Vos réponses demeureront entièrement confidentielles et anonymes. Ce sondage est enregistré auprès de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM) et vous prendra environ 10 minutes à remplir.

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French?

[SI ON LE DEMANDE : Kantar TNS est une société de recherche professionnelle retenue par le gouvernement du Canada pour effectuer ce sondage]

[SI ON LE DEMANDE : Le numéro d'enregistrement auprès de l'ARIM est le 20180112-037V et le portail se trouve à [verificationsondage.ca](http://verificationsondage.ca)]

[SI ON LE DEMANDE : La politique de confidentialité de Kantar TNS peut être consultée à l'adresse : <http://www.tnscanada.ca/privacy-policy.html>]

#### **Normal**

- 1 Anglais
  - 2 Français
- 999 SI LA PERSONNE REFUSE — OFFREZ L'OPTION EN LIGNE ET DEMANDEZ/CONFIRMEZ SON ADRESSE COURRIEL

**Q032 – AFFICHER\_CLARIF\_VÉHICULES : CLARIFICATION AU SUJET DES VÉHICULES** Texte

**Pas de retour**

Au cours de ce sondage, je vais faire référence à des véhicules électriques que j'appellerai VÉ. Pour les besoins du sondage, les VÉ comprendront les véhicules électriques rechargeables ou les véhicules électriques à batterie, et n'incluront pas les véhicules hybrides.

**Q005 – VEND\_PERSO\_VÉ : SI ON VEND PERSONNELLEMENT DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES**

**Pas de retour**

Vendez-vous personnellement des VÉ?

**Normal**

- 1 Oui
- 2 Non

**Remarques : SI NON, PASSEZ À : SPEAK\_TO\_EV\_SALESPERSON : DEMANDEZ DE PARLER AU REPRÉSENTANT DES VENTES**

**B001 – BLOC\_RECRUTEMENT : RECRUTEMENT**

**Fin du bloc**

**B002 – BLOC\_PRINCIPAL : SONDAGE PRINCIPAL**

**Début du bloc**

**Q006 – NO\_VÉ\_TERRAIN : NOMBRE DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES SUR LE TERRAIN**

Numérique

**Pas de retour | Max = 999**

Combien de VÉ avez-vous habituellement dans la salle d'exposition de votre concession?

INSTRUCTION À L'INTERVIEWEUR :  
INSCRIVEZ 0 POUR AUCUN

**Q007 – NO\_REP\_VENTES : NOMBRE DE REPRÉSENTANTS DES VENTES**

Numérique

**Pas de retour | Min = 1 | Max = 99**

En vous incluant, combien de représentants des ventes votre concessionnaire emploie-t-il?

**Q009 – REPS\_FORMÉS : NOMBRE DE REPRÉSENTANTS FORMÉS POUR VENDRE DES VÉ**

Numérique

**Pas de retour | Max = 999**

Environ combien de représentants des ventes qui vendent des VÉ, y compris vous-même, ont reçu une formation relative à ces types de véhicules?

Posez seulement si **Q009 - REPS\_TRAINED > 0**

**Q010 – FREQ\_FORMATIONS : FRÉQUENCE DES FORMATIONS** Un seul code

**Pas de retour**

À quelle fréquence un représentant des ventes ordinaire à votre concession reçoit-il une formation (y compris des mises à jour ou des cours de recyclage) portant sur les VÉ?

LISEZ LA LISTE

**Normal**

- 1 Une seule fois
- 2 Moins d'une fois par année
- 3 Une fois par année
- 4 2-3 fois par année
- 5 4 fois par année ou plus
- 6 Jamais
- 999 Ne sait pas\*Position fixe\*Exclusive

Posez seulement si **Q009 - REPS\_TRAINED > 0**

**Q011 – TYPES\_FORMATION : TYPES DE FORMATION REÇUS** Plusieurs codes

**Pas de retour | Min = 1**

Lesquels des types de formation suivants au sujet des VÉ avez-vous reçus?

LISEZ LA LISTE UN POINT À LA FOIS ET OBTENEZ UN OUI/NON  
(ENREGISTREZ SEULEMENT LES OUI)

**Aléatoirement**

- 1 Un cours de formation en ligne ou webinaire
- 2 Une formation itinérante donnée par le constructeur automobile
- 3 Une formation sur l'application des encouragements
- 4 Une formation sur place
- 5 Tout autre type : précisez
- 6 N'a pas reçu personnellement de formation

Posez seulement si **Q011 – TYPES DE FORMATIONS AUTRES QUE 6**

**Q012 – CONTEU\_FORMATION : CONTENU DE LA FORMATION** Plusieurs codes

**Pas de retour | Min = 1**

Et, est-ce que la formation portait sur certains des points suivants relatifs aux VÉ?

LISEZ LA LISTE UN POINT À LA FOIS ET OBTENEZ UN OUI/NON  
(ENREGISTREZ SEULEMENT LES OUI)

### **Aléatoirement**

- La durée de vie de la batterie
- 2 Les garanties
- 3 Le coût de possession
- 4 Le coût de fonctionnement
- 5 Les méthodes de chargement de la batterie
- 6 Les réseaux de bornes de recharge
- 7 L'autonomie du véhicule avec recharge totale
- 8
- 9 Une autre formation? : Précisez : \_\_\_\_\_

998 Aucune de ces réponses \*Position fixe\*Exclusive

### **Q013 – ÉVALUATIONS\_CONNAISSANCES : ÉVALUATIONS DES CONNAISSANCES** Matrix

**Pas de retour | Nombre de rangées : 9 | Nombre de colonnes : 4**

En pensant toujours aux VÉ, dans quelle mesure diriez-vous que vous êtes bien informé(e) sur les sujets suivants? Diriez-vous que vous êtes très bien informé(e), assez bien informé(e), pas très informé(e) ou pas du tout informé(e) sur...

LISEZ LES POINTS ET RÉPÉTEZ LA LISTE DE RÉPONSES AU BESOIN

**Rows : Aléatoirement | Columns : Normal**

**Rendered as Dynamic Grid**

	Très bien informé(e)	Assez bien informé(e)	Pas très informé(e)	Pas du tout informé(e)
La durée de vie de la batterie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les garanties	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le coût de possession	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le coût de fonctionnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les méthodes de chargement de la batterie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les réseaux de bornes de recharge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les incitatifs fiscaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'autonomie du véhicule avec recharge totale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### **Q014 – AVANTAGES\_CONCESSION : AVANTAGES OFFERTS PAR LE CONCESSIONNAIRE** Plusieurs codes

**Pas de retour | Min = 1**

Lesquels des avantages ou services suivants relatifs aux VÉ offrez-vous à votre concession?

LISEZ LA LISTE UN POINT À LA FOIS ET OBTENEZ UN OUI/NON  
(ENREGISTREZ SEULEMENT LES OUI)

### **Aléatoirement**

- 1 Des bornes de recharge pour véhicules électriques de niveau 1 ou 2
  - 2 Des bornes de recharge pour véhicules électriques de niveau 3 ou 5
  - 3 Du personnel pour aider les consommateurs à remplir les formalités relatives aux avantages fiscaux (MONTREZ SEULEMENT EN ON, QC ET C.-B.)
  - 4 De la publicité par le constructeur spécifiquement pour les VÉ
  - 5 De la publicité par le concessionnaire spécifiquement pour les VÉ
- 998 Aucune de ces réponses \*Position fixe\*Exclusive

**Remarques :** CONFIRMEZ QUE LE FICHIER DE L'ÉCHANTILLON CONTIENT LE CODE DE LA PROVINCE/DE LA RÉGION POUR LE POINT 1. AUTREMENT, NOUS POUVONS DEMANDER DANS TOUTES LES PROVINCES.

### **Q017 – OBSTACLES\_OUVERTE : OBSTACLES À VENDRE D'AVANTAGE DE VÉHICULES**

Ouverte

#### **Pas de retour**

Quels sont les principaux défis, selon vous, auxquels font face les représentants de voitures **neuves** lorsqu'ils essaient de vendre des VÉ?

SONDEZ : Pouvez-vous penser à D'AUTRES défis ou OBSTACLES?

### **Q030 – OBSTACLES\_PRÉCIS : OBSTACLES PRÉCIS**

Plusieurs codes

#### **Pas de retour | Min = 1**

Vous avez peut-être déjà mentionné ces points, mais considéreriez-vous certains de ces points comme étant des obstacles à la vente de VÉ?

LISEZ LA LISTE UN POINT À LA FOIS ET OBTENEZ UN OUI/NON

## Aléatoirement

- 1 L'administration des incitatifs [MONTREZ SEULEMENT EN ON, QC ET C.-B.]
  - 2 Le manque de formation des représentants des ventes
  - 3 Le manque de compréhension du consommateur au sujet des VÉ
  - 4 Le peu d'intérêt du consommateur pour les VÉ
  - 5 Le manque de compréhension du consommateur quant à l'autonomie des VÉ
  - 6 Le manque de compréhension du consommateur pour ce qui est de charger la batterie
  - 7 Les questions d'approvisionnement ou le peu de disponibilité des produits
  - 8 Le surplus d'effort requis pour vendre des VÉ
  - 9 Des marges de profit plus faibles pour les VÉ
  - 10 Le manque d'infrastructures locales pour la recharge de la batterie
- 998 Aucune de ces réponses \*Position fixe\*Exclusive

**Remarques :** CONFIRMEZ QUE LE FICHER DE L'ÉCHANTILLON CONTIENT LE CODE DE LA PROVINCE/DE LA RÉGION POUR LE POINT 1. AUTREMENT, NOUS POUVONS DEMANDER DANS TOUTES LES PROVINCES.

**B002 – BLOC\_PRINCIPAL : SONDAGE PRINCIPAL**

**Fin du bloc**

**B003 – BLOC\_DÉMOGRAPHIQUES : DÉMOGRAPHIQUES**

**Début du bloc**

**Q018 – AFFICHER\_DÉMO : AFFICHAGE DES DÉMOGRAPHIQUES Texte**

### Pas de retour

Nous avons presque fini. Il ne me reste que quelques questions qui serviront à des fins de classification.

**Q021 – NO\_VENTES\_VED\_CONCESSION : NOMBRE DE VÉHICULES À ESSENCE OU AU DIESEL QUE LE CONCESSIONNAIRE VEND PAR ANNÉE**

**Numérique**

### Pas de retour | Max = 9999

Environ combien de véhicules fonctionnant à l'essence ou au diesel votre concession vend-elle par année?

**Q022 – NO\_VENTES\_VÉ\_CONCESSION : NOMBRE DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES QUE LE CONCESSIONNAIRE VEND PAR ANNÉE**

**Numérique**

### Pas de retour | Max = 9999

Et, combien de VÉ votre concession vend-elle par année?

**Q023 — NO\_VÉ\_AN\_PROCHAIN : NOMBRE DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES QUE L'ON S'ATTEND À VENDRE AU COURS DE L'ANNÉE 2018**

Numérique

**Pas de retour | Max = 999**

Environ combien de VÉ vous attendez-vous à vendre personnellement en 2018?

**Q024 — ÂGE : ÂGE**

Numérique

**Pas de retour | Min = 18 | Max = 99**

Quel âge avez-vous?

**Remarques : AJOUTEZ L'OPTION « REFUSE »**

**Q025 — GROUP\_ÂGE : GROUPE D'ÂGE**

Un seul code

**Pas de retour**

Pouvez-vous me dire dans lequel des groupes d'âge suivants vous vous situez?

**Normal**

- 1 18-24 ans
- 2 25-34 ans
- 3 35-44 ans
- 4 45-54 ans
- 5 55-64 ans
- 6 65 ans ou plus
- 7 Préfère ne pas répondre

**Remarques : POSEZ SI ON REFUSE  
AUTOCODEZ SELON L'ÂGE POUR DP**

**Q026 — CODE\_POSTAL : CODE POSTAL**

Alpha

**Pas de retour**

Quel est le code postal de votre concession?

**Remarques :** Ajoutez SI ON REFUSE, ACCEPTEZ LES TROIS PREMIÈRES LETTRES

AUTOCODEZ LA RÉGION DANS LA PROCHAINE QUESTION

Terre-Neuve-et-Labrador : A  
Nouvelle-Écosse : B  
Île-du-Prince-Édouard : C  
Nouveau-Brunswick : E  
Est du Québec : G  
Montréal Métropolitain : H  
Ouest du Québec : J  
Est de l'Ontario : K  
Centre de l'Ontario : L  
Toronto Métropolitain : M  
Sud-ouest de l'Ontario : N  
Nord de l'Ontario : P  
Manitoba : R  
Saskatchewan : S  
Alberta : T  
Colombie-Britannique : V  
Territoires du Nord-Ouest et Nunavut : X  
Yukon : Y

**Q029 – TYPE\_COLLECTIVITÉ : TYPE DE COLLECTIVITÉ**

Un seul code

**Pas de retour**

Votre concession est-elle située en milieu urbain, en banlieue ou en milieu rural?

**Normal**

- 1 Urbain
- 2 Banlieue
- 3 Rural

**Remarques :** POSEZ SI ON REFUSE DE DONNER LE CODE POSTAL

**Q027 – PROV : PROVINCE**

Un seul code

**Pas de retour**

Dans quelle province demeurez-vous?

LISEZ LA LISTE AU BESOIN

### **Normal**

- 1 Terre-Neuve-et-Labrador
- 2 Nouvelle-Écosse
- 3 Île-du-Prince-Édouard
- 4 Nouveau-Brunswick
- 5 Québec
- 6 Ontario
- 7 Manitoba
- 8 Saskatchewan
- 9 Alberta
- 10 Colombie-Britannique
- 11 Territoires du Nord-Ouest
- 12 Nunavut
- 13 Yukon
- 14 Préfère ne pas répondre

**Remarques :** POSEZ SI ON REFUSE DE DONNER LE CODE POSTAL

**B003 – BLOC\_DÉMOGRAPHIQUES : DÉMOGRAPHIQUES**

**Fin du bloc**

**Q028 – AFFICHAGE\_FIN : FIN DU SONDAGE**

**Ouverte**

### **Pas de retour**

Nous vous remercions d’avoir pris le temps de répondre à ce sondage. Vos réponses demeureront strictement confidentielles et ne serviront qu’à des fins de recherche.

Pour recevoir votre prime incitative, veuillez fournir votre nom, adresse postale et code postal, et nous vous enverrons un chèque dans les 2 à 3 semaines suivantes.

**Remarques :** Prévoyez des cases pour le nom, l’adresse, le code postal et obtenez l’adresse courriel pour les répondants en ligne