



Natural Resources Canada Ressources naturelles Canada

Sondage sur la connaissance de l'étiquetage ENERGY STAR® et ÉnerGuide Rapport final

Préparé pour Ressources naturelles Canada

Nom du fournisseur : Les Associés de recherche EKOS

No du contrat : 23483-210506/001/CY

Valeur de l'entente : 69 049,10 \$

Date du contrat : 2 novembre 2020

Date de livraison : 2 février 2021

No d'inscription : POR 053-20

Pour de plus amples renseignements au sujet de ce rapport, veuillez communiquer avec RNC à :

nrcan.por-rop.rncan@canada.ca.

This report is also available in English

Canada 

Sondage sur la connaissance de l'étiquetage ENERGY STAR® et ÉnerGuide

Rapport final

Préparé pour Ressources naturelles Canada

Nom du fournisseur : Les Associés de recherche EKOS

Février 2021

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit d'abord être obtenue auprès Ressources naturelles Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Ressources naturelles Canada à :

nrcan.por-rop.nrcan@canada.ca

Numéro de catalogue :

M144-295/1-2020F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-37909-8

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	1
1. Résultats détaillés du sondage.....	7
1.1 CONSOMMATION D'ÉNERGIE ET ENERGY STAR	7
1.2 DÉCISIONS D'ACHAT	17
1.3 ENERGY STAR POUR LES MAISONS	22
1.4 PROGRAMME D'ÉTIQUETAGE ÉNERGUIDE	26

Annexe A : Méthodologie

Annexe B : Questionnaire

SOMMAIRE

Contexte et méthodologie

L'Office de l'efficacité énergétique (OEE) administre deux programmes d'étiquetage afin de s'assurer que les Canadiens et les Canadiennes ont accès à des produits et à des maisons écoénergétiques :

- Le programme d'étiquetage ENERGY STAR® désigne les produits et les maisons du Canada à haut rendement. Ce symbole a pour but de faciliter l'identification des appareils offrant le meilleur rendement énergétique du marché.
- Le programme ÉnerGuide du Canada est un système de classement et d'étiquetage destiné à aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées sur des produits et des maisons qui consomment de l'énergie.

La présente recherche vise à donner un aperçu des connaissances générales, de la compréhension, des attitudes et des perceptions du grand public canadien à l'égard des étiquettes ENERGY STAR et ÉnerGuide, ainsi que des facteurs qui peuvent exercer une influence sur les décisions d'achat des Canadiens.

L'enquête s'adressait aux Canadiens âgés de 18 ans et plus, avec une combinaison appropriée d'âges, de genres, de langues officielles, d'origines ethniques, de niveaux de scolarité et de revenus. Cette étude représente la 11^e vague du sondage depuis novembre 2001.

La recherche comprenait un coup de sonde en ligne à l'endroit de 3416 Canadiens et Canadiennes. Le sondage a été effectué dans les deux langues officielles partout au Canada. Les données du sondage ont été recueillies du 3 au 20 décembre 2020.

Résultats du sondage

Les principales constatations de cette étude sont exposées ci-dessous. Le reste du rapport décrit plus en détail les résultats du sondage. Dans la mesure du possible, les résultats sont comparés à ceux d'enquêtes précédentes, mais veuillez noter que la méthodologie utilisée dans les recherches antérieures différait. Le sondage de 2018 était mené en ligne, alors que les versions antérieures se faisaient au téléphone. Veuillez également noter que le sondage de 2018 a été mené avec un panel en ligne non probabiliste, contrairement au sondage de cette année, mené auprès d'un panel en ligne formant un échantillon probabiliste. Par conséquent, les résultats du suivi doivent être interprétés avec une certaine prudence.

Consommation d'énergie et ENERGY STAR

Les Canadiens voient clairement le lien entre leur consommation d'énergie et les changements climatiques. Près de quatre personnes sur cinq (78 %) pensent que la consommation d'énergie des ménages contribue définitivement ou probablement aux changements climatiques, et seuls 17 % sont d'avis que la consommation d'énergie des ménages n'y contribue pas.

Lorsqu'on leur demande s'ils ont entendu, lu ou vu quoi que ce soit au sujet d'ENERGY STAR, les résultats indiquent que trois Canadiens sur quatre (73 %) connaissent la marque. La reconnaissance est beaucoup plus élevée qu'en 2018, alors que 50 % des répondants affirmaient connaître ENERGY STAR.

Sans surprise, la reconnaissance d'ENERGY STAR augmente lorsque le symbole ENERGY STAR est présenté. Une nette majorité (92 %, contre 88 % en 2018) déclare se rappeler avoir vu le symbole ENERGY STAR. C'est le plus haut niveau de reconnaissance du symbole ENERGY STAR depuis le début des sondages de suivi, en 2006.

Les répondants qui connaissent ENERGY STAR étaient interrogés sur l'endroit où ils ont vu le symbole ENERGY STAR. À l'instar des années précédentes, les électroménagers sont les mentions les plus fréquentes (88 %). Aucun autre produit ou publicité n'est mentionné comme source de reconnaissance d'ENERGY STAR par plus de quatre personnes sur dix.

Les répondants qui se souviennent d'avoir vu le symbole ENERGY STAR étaient interrogés sur ce que le symbole signifie pour eux. Comme les années précédentes, la plupart des Canadiens associent le symbole ENERGY STAR à l'efficacité énergétique, près de neuf personnes sur dix (88 %) l'associant à une faible consommation d'énergie.

Les résultats révèlent également que les personnes qui reconnaissent ENERGY STAR ont une opinion favorable des produits certifiés ENERGY STAR. Trois répondants sur quatre (75 %) conviennent que s'ils voient le symbole ENERGY STAR, ils savent que le produit est plus efficace. Les deux tiers des Canadiens (65 %) sont convaincus que les produits portant le symbole ENERGY STAR sont rigoureusement testés et ont fait leurs preuves en matière d'efficacité énergétique, et une proportion semblable (62 %) est d'accord pour dire que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR donne l'impression de contribuer à la protection de l'environnement pour les générations futures. Seule une personne sur dix (10 %) a l'impression que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR lui fait dépenser plus d'argent inutilement. Le suivi suggère une diminution du nombre de répondants qui sont d'accord avec plusieurs de ces énoncés depuis 2018, ce qui représente un retour vers les niveaux observés dans les éditions antérieures de la recherche.

Les résultats indiquent également une volonté générale de payer un peu plus pour obtenir des produits certifiés ENERGY STAR. La moitié des répondants affirment qu'ils achèteraient un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 5 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque. Quarante-cinq pour cent d'entre eux seraient prêts à payer 10 % de plus et près de quatre sur dix (38 %) accepteraient de payer 15 % de plus pour un produit ENERGY STAR. La volonté des Canadiens de payer un supplément pour un produit certifié ENERGY STAR est en baisse par rapport au niveau de 2018 et de 2016.

Les répondants qui n'ont pas reconnu le symbole ENERGY STAR recevaient une description du symbole et devaient réagir à une série d'énoncés sur leurs attitudes vis-à-vis des produits certifiés ENERGY STAR (semblables à ceux présentés aux répondants qui reconnaissent ce symbole).

Les résultats révèlent des points de vue généralement favorables à l'égard des produits certifiés ENERGY STAR, même chez les gens qui ne reconnaissent pas le symbole. Près de six répondants sur dix (58 %) sont d'accord pour dire que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR donne l'impression de contribuer à la protection de l'environnement. Plus de la moitié (53 %) sont d'avis que s'ils voient le symbole ENERGY STAR, ils savent qu'ils obtiennent un produit plus efficace, et une proportion semblable (52 %) a l'impression de contribuer à la société lors de l'achat de produits certifiés ENERGY STAR. Une majorité relative de ces répondants (36 %) n'est pas d'accord pour dire que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR donne l'impression de dépenser plus d'argent inutilement.

Les résultats révèlent une volonté générale de payer un supplément pour les produits certifiés ENERGY STAR, même chez les gens qui ne reconnaissent pas le symbole. Quatre personnes sur dix (41 %) seraient prêtes à payer 5 % de plus pour un produit certifié ENERGY STAR, à peu près la même proportion (39 %) paierait 10 % de plus et une personne sur trois (33 %) serait disposée à payer 15 % de plus.

En ce qui concerne la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques, moins d'un Canadien sur cinq (18 %) déclare avoir vu, entendu ou lu quoi que ce soit au sujet de cette désignation. Il est intéressant de noter que lorsqu'on leur montre le symbole ENERGY STAR Les plus écoénergétiques, encore moins de répondants (12 %) disent se rappeler avoir vu ce symbole.

Comme pour le symbole ENERGY STAR, les répondants qui se souviennent d'avoir vu le symbole ENERGY STAR Les plus écoénergétiques devaient indiquer ce que le symbole signifie pour eux. La moitié de ces répondants (49 %) affirme qu'il représente la crème de la crème, les produits certifiés ENERGY STAR offrant le meilleur rendement. Quatre personnes sur dix (40 %) estiment qu'il représente un sous-ensemble de produits certifiés ENERGY STAR, et trois sur dix (28 %) qu'il représente une technologie de pointe.

Décisions d'achat

Les répondants devaient indiquer s'ils avaient acheté certains produits électriques au cours des douze derniers mois. Les résultats révèlent que parmi les produits examinés, les produits d'éclairage sont ceux qui sont achetés le plus souvent (65 %). Trois personnes sur dix ou moins indiquent avoir acheté l'un des autres produits électriques énumérés.

Les résultats suggèrent en outre que plusieurs des produits électriques achetés par les Canadiens sont certifiés ENERGY STAR. Plus des deux tiers (68 %) indiquent que les appareils électroménagers qu'ils achètent sont certifiés ENERGY STAR. Six personnes sur dix (60 %) qui ont acheté un produit de chauffage ou de refroidissement au cours de la dernière année indiquent que le produit était certifié. Une proportion semblable (58 %) indique avoir acheté un chauffe-eau certifié ENERGY STAR. Le suivi révèle une baisse de la proportion de Canadiens qui achètent des produits certifiés ENERGY STAR par rapport à 2018 (retour au niveau de 2016).

En ce qui concerne l'influence du symbole ENERGY STAR sur les décisions d'achat de produits certifiés ENERGY STAR, les résultats révèlent que le symbole a une influence sur la majorité des personnes interrogées pour presque tous les produits examinés. Le suivi suggère une diminution de l'influence du symbole ENERGY STAR lors de l'achat de produits. Toutefois, comme nous l'avons mentionné précédemment, compte tenu des différentes méthodologies utilisées, les résultats du suivi doivent être interprétés avec prudence.

Lorsqu'il est question de la probabilité d'acheter des produits ou des services auprès d'une entreprise qui s'efforce d'économiser de l'énergie et de protéger l'environnement, les résultats révèlent qu'une majorité de Canadiens (64 %) sont plus susceptibles d'acheter des produits auprès de telles entreprises.

ENERGY STAR pour les maisons

En ce qui concerne la reconnaissance des maisons certifiées ENERGY STAR, un Canadien sur quatre (26 %) dit connaître la certification. Le taux de reconnaissance est légèrement en baisse par rapport à 2018, alors que 31 % déclaraient connaître la certification ENERGY STAR pour maisons.

Malgré une reconnaissance limitée des maisons certifiées ENERGY STAR, lorsque la certification est fournie avec une description des avantages d'une maison certifiée ENERGY STAR, la vaste majorité des répondants (71 %) conviennent qu'une telle maison offre un meilleur rapport qualité-prix qu'une maison sans certification.

Les résultats révèlent aussi qu'une majorité de Canadiens (63 %) affirme qu'elle achèterait une maison certifiée ENERGY STAR, même si elle coûtait 5 000 dollars de plus qu'une maison qui n'est pas certifiée. Toutefois, cette proportion tombe à 37 % lorsque la différence est de 15 000 dollars.

Les répondants étaient invités à évaluer l'importance qu'auraient les caractéristiques de la certification ENERGY STAR pour maisons s'ils étaient à la recherche d'une nouvelle propriété. Les résultats indiquent que les Canadiens accordent beaucoup d'importance à toutes ces caractéristiques. En effet, environ neuf personnes sur dix (88 %) accordent beaucoup d'importance à un appareil de chauffage et de refroidissement efficace, et une proportion semblable considère le niveau d'isolation élevé comme important, tout comme les portes et fenêtres à haut rendement (87 % pour chacune de ces catégories). Trois personnes sur quatre accordent une grande importance aux produits certifiés ENERGY STAR (comme les produits d'éclairage et les électroménagers) et à une plus grande étanchéité (74 % chacun). L'importance accordée aux caractéristiques de la certification ENERGY STAR pour les maisons augmente avec l'âge, le niveau de scolarité et le revenu.

ÉnerGuide

Les Canadiens devaient ensuite indiquer leur niveau de connaissance du programme d'étiquetage ÉnerGuide. Les résultats suggèrent une connaissance limitée du programme : moins de quatre personnes sur dix disent connaître le programme (38 %), tandis que la moitié (50 %) affirment ne pas le connaître. Le suivi révèle une augmentation de 17 points de pourcentage de la reconnaissance spontanée de l'étiquette ÉnerGuide depuis 2018, ce qui constitue un retour aux niveaux observés lors des éditions précédentes.

Après avoir vu une photo de l'étiquette ÉnerGuide, les répondants devaient préciser s'ils se rappelaient l'avoir vue. Malgré une reconnaissance spontanée limitée (sans aide) de l'étiquette ÉnerGuide, la plupart des Canadiens disent avoir déjà vu le symbole ÉnerGuide. Plus de trois répondants sur quatre (77 %) se souviennent d'avoir vu le symbole, et seulement un sur cinq (19 %) ne s'en souvient pas.

Les répondants qui reconnaissent l'étiquette ÉnerGuide devaient indiquer où ils avaient vu le symbole. Comme les années précédentes, l'étiquette est plus susceptible d'être vue sur les électroménagers, soixante-neuf pour cent évoquant des réfrigérateurs ou des congélateurs, et 62 % indiquant des laveuses ou des sécheuses.

Les répondants qui reconnaissent l'étiquette ÉnerGuide devaient indiquer ce que l'étiquette signifie pour eux. Les résultats suggèrent que les Canadiens associent généralement l'étiquette à la consommation énergétique de l'appareil. Trois personnes sur quatre (74 %) indiquent que

l'étiquette indique la consommation d'énergie de l'appareil, et six sur dix (60 %) estiment que l'étiquette permet de comparer la consommation d'énergie d'un produit à l'autre.

Les répondants recevaient ensuite une liste de produits et devaient indiquer s'ils en avaient acheté au cours des douze derniers mois. Les voitures ainsi que les réfrigérateurs et congélateurs (13 % chacun) sont nommés le plus souvent, suivis de l'équipement de chauffage ou de refroidissement (12 %), puis des laveuses, sècheuses et lave-vaisselles (10 % chacun).

Les répondants ayant acheté des produits devaient préciser si l'étiquette ÉnerGuide les avait influencés lors de l'achat. Les résultats révèlent que les Canadiens ont généralement l'impression que l'étiquette ÉnerGuide les influence lors de l'achat de produits. Environ la moitié des répondants qui ont acheté l'un de ces produits indiquent que l'étiquette les a convaincus dans une certaine mesure (à l'exception de l'achat d'une nouvelle maison ou d'une nouvelle voiture).

Les répondants devaient aussi dire si une étiquette de maison indiquant une meilleure efficacité énergétique influencerait leur décision d'acheter une maison. Les résultats révèlent que la majorité des Canadiens (51 %) considèrent l'étiquette comme importante, et seulement une personne sur cinq (20 %) indique qu'elle n'aurait aucune influence.

Lorsqu'invités à dire la mesure dans laquelle ils envisageraient d'obtenir une évaluation de maison ÉnerGuide, les répondants ont des points de vue mitigés sur la question : quatre sur dix (42 %) disent qu'ils chercheraient à obtenir une évaluation ÉnerGuide pour leur maison, tandis qu'un sur cinq (20 %) affirme qu'ils n'envisageraient pas de le faire.

1. RÉSULTATS DÉTAILLÉS DU SONDAGE

1.1 CONSOMMATION D'ÉNERGIE ET ENERGY STAR

Les répondants étaient d'abord invités à indiquer s'ils estiment que la consommation d'énergie des ménages contribue aux changements climatiques. Les résultats révèlent que les Canadiens voient clairement le lien entre leur consommation d'énergie et les changements climatiques. Près de quatre personnes sur cinq (78 %) pensent que la consommation d'énergie des ménages contribue définitivement ou probablement au changement climatique, et seulement 17 % sont d'avis que la consommation d'énergie des ménages n'y contribue pas.

- Les femmes (80 %), les personnes âgées de 18 à 34 ans (83 %), les personnes vivant en Ontario et au Québec (83 %) et les gens ayant une formation universitaire (83 %) sont plus susceptibles de penser que la consommation d'énergie des ménages contribue aux changements climatiques.
- Les résidents de l'Alberta (66 %) et ceux dont le revenu du ménage est de moins de 40 000 dollars (76 %) sont moins susceptibles de voir le lien entre leur consommation d'énergie et le changement climatique.

Tableau 1 : Perceptions de la contribution de la consommation d'énergie des ménages au changement climatique

Perceptions de la contribution de la consommation d'énergie des ménages au changement climatique	
	%
<i>Contribue définitivement</i>	37 %
<i>Contribue probablement</i>	41 %
<i>Ne contribue probablement pas</i>	12 %
<i>Ne contribue certainement pas</i>	5 %
<i>Je ne suis pas certain(e)</i>	5 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q1. Dans quelle mesure pensez-vous que la consommation d'énergie des ménages contribue au changement climatique?

Les répondants devaient ensuite indiquer s'ils avaient entendu, lu ou vu quoi que ce soit au sujet d'ENERGY STAR. Les résultats indiquent que trois Canadiens sur quatre (73 %) connaissent la marque. La reconnaissance est beaucoup plus élevée qu'en 2018, alors que 50 % des répondants affirmaient connaître ENERGY STAR.

- Le taux de reconnaissance de l'étiquette ENERGY STAR est plus élevé chez les hommes (78 %), les personnes âgées de 35 à 54 ans (85 %), les résidents du Québec (78 %), les diplômés universitaires (78 %), les personnes dont le revenu annuel du ménage est de 100 000 dollars ou plus (80 %) et les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (78 %).
- En comparaison, les résidents de l'Alberta et de la Saskatchewan connaissent moins la marque (64 % chacun, comparativement à 73 % en moyenne).

Tableau 2 : Rappel spontané d'ENERGY STAR

Rappel spontané d'ENERGY STAR						
	2020	2018	2016	2010	2007	2006
Oui, connaît	73 %	50 %	47 %	54 %	57 %	51 %
Non, ne connaît pas	22 %	36 %	40 %	33 %	34 %	49 %

Base pour 2020 : n=3416; tous les répondants

Q2. Avez-vous déjà entendu, lu ou vu quoi que ce soit au sujet d'ENERGY STAR?

Sans surprise, la reconnaissance d'ENERGY STAR augmente lorsque le symbole ENERGY STAR est présenté.

Une nette majorité (92 %, contre 88 % en 2018) déclare se rappeler avoir vu le symbole ENERGY STAR. C'est le plus haut niveau de reconnaissance du symbole ENERGY STAR depuis le début des sondages de suivi, en 2006.

Tableau 3 : Rappel avec aide d'ENERGY STAR

Rappel avec aide d'ENERGY STAR						
	2020	2018	2016	2010	2007	2006
Oui, connaît	92 %	88 %	83 %	89 %	81 %	81 %
Non, ne connaît pas	6 %	8 %	12 %	9 %	16 %	16 %

Base pour 2020 : n=3416; tous les répondants

Q3. Vous souvenez-vous avoir vu le symbole ENERGY STAR?

Source de reconnaissance

Les répondants qui connaissent ENERGY STAR étaient interrogés sur l'endroit où ils ont vu le symbole ENERGY STAR. À l'instar des éditions précédentes de la recherche, les électroménagers sont les produits les plus souvent mentionnés (88 %, en hausse par rapport aux 77 % de 2018). Aucun autre produit ou publicité n'est mentionné comme source de reconnaissance d'ENERGY STAR par plus de quatre personnes sur dix.

Tableau 4 : Source de reconnaissance d'ENERGY STAR

Source de reconnaissance d'ENERGY STAR	
	%
Sur de gros appareils ménagers	88 %
Sur le matériel promotionnel d'appareils de chauffage et de refroidissement résidentiels	34 %
Sur une affiche dans un magasin	33 %
D'un service public (électricité, gaz, etc.)	23 %
Dans une brochure	23 %
À la télévision	22 %
Dans un dépliant publicitaire d'un point de vente au détail	19 %
Sur le site Web d'une entreprise	18 %
Dans une maison ou sur un panneau électrique de la maison	17 %
Dans un magazine ou un journal	16 %
Dans une publicité sur les changements climatiques	11 %
Sur le matériel promotionnel d'équipement de bureau	9 %
Dans les médias sociaux	5 %
Autre	2 %
Je ne m'en souviens pas	5 %

Base : n=3150; se rappelle avoir vu le symbole ENERGY STAR

Q4. Où avez-vous vu le symbole ENERGY STAR? (Plusieurs réponses acceptées)

Compréhension de la marque

Les répondants qui se souviennent d'avoir vu le symbole ENERGY STAR étaient aussi interrogés sur ce que le symbole signifie pour eux. Comme les années précédentes, les résultats révèlent que la plupart des Canadiens associent le symbole ENERGY STAR à l'efficacité énergétique, près de neuf personnes sur dix (88 %) l'associant à une faible consommation d'énergie. Environ quatre personnes sur dix associent le symbole à des économies (37 %) ou à la contribution à la protection de l'environnement (35 %).

- Le lien avec l'efficacité énergétique est plus élevé chez les femmes et chez les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (90 % chacun).
- La probabilité d'établir un lien entre le symbole et des économies est plus élevée chez les personnes ayant fait des études collégiales (40 %), chez les gens âgés de 55 à 64 ans (42 %) et chez les résidents du Manitoba (42 %).
- L'idée que le symbole signifie que le produit est bon pour l'environnement est plus fréquente chez les femmes (39 %) et chez les diplômés universitaires (38 %).

Tableau 5 : Compréhension d'ENERGY STAR

Compréhension du symbole ENERGY STAR	
	%
Efficacité énergétique, faible consommation d'énergie, économie d'énergie	88 %
Permet de faire des économies	37 %
Bon pour l'environnement, questions d'écologie	35 %
Certification d'un tiers	13 %
Meilleure qualité, meilleure fabrication	10 %
Soutien du gouvernement	10 %
Ça ne signifie rien pour moi	5 %

Base : n=3150; se rappelle avoir vu le symbole ENERGY STAR

Q5. Qu'est-ce que le symbole ENERGY STAR signifie pour vous? (Plusieurs réponses acceptées)

Les répondants qui affirment que le symbole a plus d'une signification devaient sélectionner le concept reflétant le mieux ce qu'il signifie pour eux. Une forte majorité (83 %) associe principalement le symbole ENERGY STAR à une faible consommation d'énergie.

Attitudes à l'égard de la marque et des produits ENERGY STAR

Les répondants qui reconnaissent le symbole ENERGY STAR devaient ensuite réagir à une série d'énoncés concernant leurs attitudes à l'égard des produits certifiés ENERGY STAR.

Les résultats révèlent des points de vue favorables envers les produits certifiés ENERGY STAR. Trois répondants sur quatre (75 %) conviennent que s'ils voient le symbole ENERGY STAR, ils savent que le produit est plus efficace. Les deux tiers des Canadiens (65 %) sont convaincus que les produits portant le symbole ENERGY STAR sont rigoureusement testés et ont fait leurs preuves en matière d'efficacité énergétique, et une proportion semblable (62 %) sont d'accord pour dire que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR leur donne l'impression de contribuer à la protection de l'environnement pour les générations futures. Plus de la moitié des répondants (53 %) estiment qu'ils contribuent à la société lorsqu'ils achètent des produits certifiés ENERGY STAR, et à peu près la même proportion (52 %) croit que les produits certifiés ENERGY STAR leur offrent plus d'avantages que les produits qui n'ont pas le symbole. Seule une personne sur dix (10 %) affirme que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR leur donne l'impression de dépenser plus d'argent inutilement.

Tableau 6 : Attitudes à l'égard de la marque ENERGY STAR [répondants qui la connaissent]

Attitudes à l'égard de la marque ENERGY STAR [répondants qui la connaissent]					
Énoncés	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
<i>Si je vois le symbole ENERGY STAR, je sais que j'obtiens un produit plus efficace.</i>	23 %	52 %	16 %	3 %	2 %
<i>Je suis certain(e) que les produits portant le symbole ENERGY STAR ont fait l'objet de tests rigoureux et s'avèrent écoénergétiques</i>	16 %	49 %	19 %	5 %	2 %
<i>Lorsque j'achète des produits ayant la certification ENERGY STAR, j'ai l'impression de contribuer à protéger l'environnement pour les générations futures.</i>	17 %	45 %	24 %	7 %	4 %
<i>Lorsque j'achète des produits ayant la certification ENERGY STAR, j'ai l'impression de contribuer à la société</i>	13 %	40 %	30 %	9 %	5 %
<i>Les produits certifiés ENERGY STAR m'offrent plus d'avantages que les produits qui n'ont pas le symbole ENERGY STAR.</i>	13 %	39 %	29 %	7 %	3 %
<i>Les produits certifiés ENERGY STAR offrent une meilleure valeur que les produits sans la marque.</i>	11 %	32 %	35 %	9 %	2 %
<i>J'estime que je suis fidèle aux produits ayant la certification ENERGY STAR</i>	11 %	28 %	36 %	15 %	6 %
<i>Lorsque j'achète des produits ayant la certification ENERGY STAR, j'ai l'impression de dépenser plus d'argent inutilement</i>	3 %	7 %	21 %	44 %	20 %

Base : n=3150; se rappelle avoir vu le symbole ENERGY STAR

Q7. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants au sujet d'ENERGY STAR?

Le suivi suggère une diminution du nombre de répondants qui sont d'accord avec plusieurs de ces énoncés depuis 2018, ce qui représente un retour vers les niveaux observés dans les éditions antérieures. Par exemple, l'opinion voulant que les produits portant le symbole ENERGY STAR fassent l'objet de tests rigoureux et s'avèrent écoénergétiques est en baisse par rapport aux 70 % de 2018, mais semblable aux résultats obtenus en 2016 (61 %) et en 2010 (63 %).

Tableau 7 : Attitudes à l'égard de la marque ENERGY STAR au fil du temps [répondants qui la connaissent]

Énoncés	Répondants qui connaissent ENERGY STAR – de 2006 à 2020					
	% d'accord [notes de 4-5]					
	2020	2018	2016	2010	2007	2006
<i>Si je vois le symbole ENERGY STAR, je sais que j'obtiens un produit plus efficace.</i>	75 %	75 %	--	--	--	--
<i>Je suis certain(e) que les produits portant le symbole ENERGY STAR ont fait l'objet de tests rigoureux et s'avèrent écoénergétiques</i>	65 %	70 %	61 %	63 %	--	--
<i>Lorsque j'achète des produits ayant la certification ENERGY STAR, j'ai l'impression de contribuer à protéger l'environnement pour les générations futures.</i>	62 %	69 %	67 %	71 %	76 %	74 %
<i>Lorsque j'achète des produits ayant la certification ENERGY STAR, j'ai l'impression de contribuer à la société</i>	53 %	59 %	52 %	59 %	63 %	61 %
<i>Les produits certifiés ENERGY STAR m'offrent plus d'avantages que les produits qui n'ont pas le symbole ENERGY STAR.</i>	52 %	60 %	49 %	48 %	50 %	49 %
<i>Les produits ayant la certification ENERGY STAR offrent une meilleure valeur que les produits sans l'étiquette.</i>	43 %	53 %	44 %	37 %	41 %	42 %
<i>J'estime que je suis fidèle aux produits ayant la certification ENERGY STAR</i>	39 %	48 %	--	--	--	--
<i>Lorsque j'achète des produits ayant la certification ENERGY STAR, j'ai l'impression suis le dépenser plus d'argent inutilement</i>	10 %	18 %	12 %	10 %	9 %	9 %

Les résultats révèlent une volonté générale de payer un supplément pour les produits certifiés ENERGY STAR. La moitié des répondants affirment qu'ils achèteraient un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 5 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque. Quarante-cinq pour cent d'entre eux seraient prêts à payer 10 % de plus et près de quatre sur dix (38 %) accepteraient de payer 15 % de plus pour un produit ENERGY STAR.

- Les femmes (56 %), les personnes âgées de 55 à 64 ans (61 %), les résidents du Manitoba (60 %) et de la Colombie-Britannique (59 %), les diplômés universitaires (57 %) et les personnes dont le revenu du ménage va de 80 000 à 100 000 dollars (61 %) sont plus susceptibles d'accepter de payer 5 % de plus pour un produit certifié ENERGY STAR.

- Les personnes âgées de 65 ans et plus (51 %), les diplômés universitaires (49 %) et les gens dont le revenu annuel du ménage est supérieur à 100 000 dollars (49 %) sont plus susceptibles d'accepter de payer un supplément de 10 % pour un produit certifié ENERGY STAR.
- Les résidents de la Saskatchewan (56 %) sont plus susceptibles d'être d'accord avec l'idée de payer un supplément de 15 % pour un produit certifié ENERGY STAR.

Tableau 8 : Valeur perçue (\$) de la marque ENERGY STAR [répondants qui la connaissent]

Valeur perçue (\$) de la marque ENERGY STAR [répondants qui la connaissent]					
Énoncés	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 5 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	15 %	36 %	25 %	11 %	6 %
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 10 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	11 %	34 %	27 %	15 %	6 %
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 15 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	8 %	30 %	27 %	19 %	7 %

Base : n=3150; se rappelle avoir vu le symbole ENERGY STAR [échantillon fractionné]

Q7. Veuillez m'indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

La volonté des Canadiens de payer un supplément pour des produits certifiés ENERGY STAR est en baisse par rapport au niveau de 2018 et de 2016. Par exemple, le niveau de conformité avec le paiement d'un supplément de 5 % pour un produit certifié ENERGY STAR est en baisse par rapport aux 62 % de 2018, mais conforme aux résultats obtenus en 2016 (53 %).

Tableau 9 : Valeur perçue (\$) de la marque ENERGY STAR au fil du temps [répondants qui la connaissent]

Énoncés	Répondants qui connaissent ENERGY STAR – de 2006 à 2020					
	2020	2018	2016	2010	2007	2006
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 5 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	51 %	62 %	53 %	62 %	68 %	62 %
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 10 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	45 %	56 %	48 %	52 %	49 %	51 %
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 15 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	30 %	47 %	40 %	46 %	50 %	47 %

Les répondants qui ne reconnaissent pas le symbole ENERGY STAR recevaient une description du symbole et devaient réagir à une série d'énoncés sur leurs attitudes vis-à-vis des produits certifiés ENERGY STAR (semblables à ceux présentés aux répondants qui reconnaissent ce symbole).

Les résultats révèlent des points de vue généralement favorables à l'égard des produits certifiés ENERGY STAR, même chez les gens qui ne reconnaissent pas le symbole. Près de six répondants sur dix (58 %) sont d'accord pour dire que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR leur donne l'impression de contribuer à la protection de l'environnement. Plus de la moitié (53 %) sont d'avis que s'ils voient le symbole ENERGY STAR, ils savent qu'ils obtiennent un produit plus efficace, et une proportion semblable (52 %) a l'impression de contribuer à la société lors de l'achat de produits certifiés ENERGY STAR. Une majorité relative de ces répondants (36 %) n'est pas d'accord pour dire que l'achat de produits certifiés ENERGY STAR donne l'impression de dépenser plus d'argent inutilement.

Tableau 10 : Attitudes à l'égard de la marque ENERGY STAR [répondants qui ne la connaissent pas]

Attitudes à l'égard de la marque ENERGY STAR [répondants qui ne la connaissent pas]					
Énoncés	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
<i>L'achat de produits ayant la certification ENERGY STAR me donnerait l'impression de contribuer à protéger l'environnement pour les générations futures</i>	19 %	39 %	22 %	5 %	6 %
<i>Si je voyais l'étiquette ENERGY STAR, je saurais que j'obtiens un produit plus efficace.</i>	14 %	39 %	22 %	5 %	4 %
<i>L'achat de produits ayant la certification ENERGY STAR me donnerait l'impression de contribuer à la société</i>	16 %	36 %	25 %	6 %	6 %
<i>Je suis certain(e) que les produits portant le symbole ENERGY STAR ont fait l'objet de tests rigoureux et s'avèrent écoénergétiques</i>	11 %	36 %	25 %	4 %	3 %
<i>Les produits certifiés ENERGY STAR m'offriraient plus d'avantages que les produits qui n'ont pas l'étiquette ENERGY STAR.</i>	9 %	34 %	28 %	7 %	3 %
<i>Les produits certifiés ENERGY STAR offriraient une meilleure valeur que les produits sans l'étiquette.</i>	12 %	30 %	27 %	6 %	5 %
<i>L'achat de produits ayant la certification ENERGY STAR me donnerait l'impression de dépenser plus d'argent pour rien</i>	8 %	15 %	29 %	28 %	8 %

Base : n=266; ceux qui ne connaissent pas le symbole ENERGY STAR

Q8. Veuillez m'indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

Les résultats révèlent également une volonté générale de payer un supplément pour les produits certifiés ENERGY STAR, même chez les gens qui ne reconnaissent pas le symbole. Quatre personnes sur dix (41 %) qui ne connaissent pas ENERGY STAR seraient prêtes à payer 5 % de plus pour un produit certifié ENERGY STAR et à peu près la même proportion (39 %) paierait 10 % de plus. Une sur trois (33 %) serait disposée à payer 15 % de plus pour un produit certifié ENERGY STAR.

Tableau 11 : Valeur perçue (\$) de la marque ENERGY STAR [répondants qui ne la connaissent pas]

Valeur perçue (\$) de la marque ENERGY STAR [répondants qui ne la connaissent pas]					
Énoncés	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 5 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	7 %	34 %	23 %	8 %	12 %
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 10 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	7 %	32 %	24 %	14 %	7 %
<i>J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait 15 % de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.</i>	5 %	28 %	23 %	20 %	10 %

Base : n=79-95; ceux qui ne connaissent pas le symbole ENERGY STAR [échantillon fractionné]

Q8. Veuillez m'indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

Connaissance de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques

En ce qui concerne la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques, moins d'un Canadien sur cinq (18 %) déclare avoir vu, entendu ou lu quoi que ce soit au sujet de cette désignation.

Il est intéressant de noter que lorsqu'on leur montre le symbole ENERGY STAR Les plus écoénergétiques et qu'on leur demande s'ils se rappellent l'avoir vu, encore moins de répondants (12 %) répondent à l'affirmative.

- La reconnaissance spontanée est plus élevée chez les personnes âgées de 55 à 64 ans (22 %), chez les résidents du Québec (28 %) et chez les gens dont le revenu annuel du ménage est inférieur à 40 000 dollars (22 %).
- La reconnaissance est plus élevée chez les personnes âgées de 18 à 34 ans (16 %) et chez les résidents du Québec (15 %).

Tableau 12 : Connaissance et rappel de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques

Rappel de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques		
	Spontanée	Avec aide
Oui, connaît	18 %	12 %
Non, ne connaît pas	64 %	82 %

Base : n=3150, tous les répondants

Q9 Est-ce que vous avez déjà vu, entendu ou lu quoi que ce soit au sujet de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques?

Q10 Vous souvenez-vous avoir vu ce symbole?

Signification de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques

Comme pour le symbole ENERGY STAR, les répondants qui se souviennent d'avoir vu le symbole ENERGY STAR Les plus écoénergétiques étaient invités à indiquer ce que le symbole signifie pour eux. La moitié de ces répondants (49 %) affirme qu'il représente la crème de la crème, les produits certifiés ENERGY STAR offrant le meilleur rendement. Quatre personnes sur dix (40 %) estiment qu'il représente un sous-ensemble de produits certifiés ENERGY STAR, et trois sur dix (28 %) qu'il représente une technologie de pointe.

Tableau 13 : Compréhension de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques

Compréhension de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques	
Énoncés	%
Représente la crème de la crème, les produits certifiés ENERGY STAR offrant le meilleur rendement	49 %
Représente un sous-ensemble de produits certifiés ENERGY STAR	40 %
À la fine pointe de la technologie, technologie de pointe	28 %
Meilleure qualité, meilleur modèle	24 %
Ça ne signifie rien pour moi	6 %

Base : n=360; ceux qui se rappellent avoir vu le symbole ENERGY STAR Les plus écoénergétiques

Q11. Qu'est-ce que la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques signifie pour vous? (Plusieurs réponses acceptées)

Les répondants qui affirment que le symbole ENERGY STAR Les plus écoénergétiques a plus d'une signification devaient désigner le concept reflétant le mieux ce qu'il signifie pour eux. Les résultats révèlent aussi qu'une majorité relative de ces répondants (48 %) à l'impression qu'il représente la crème de la crème ou les produits certifiés offrant le meilleur rendement.

1.2 DÉCISIONS D'ACHAT

Les répondants devaient ensuite indiquer s'ils avaient acheté certains produits électriques au cours des douze derniers mois. Les résultats révèlent que parmi les produits examinés, les produits d'éclairage sont ceux qui sont achetés le plus souvent (65 %). Trois personnes sur dix ou moins indiquent avoir acheté l'un des autres produits électriques énumérés.

Le suivi révèle que les habitudes d'achat sont semblables à celles signalées en 2018.

Tableau 14 : Achat ou magasinage de produits ménagers au cours des douze derniers mois

Achat ou magasinage de produits ménagers au cours des douze derniers mois			
	Acheté	Magasiné, mais pas acheté	Ni l'un ni l'autre
Des produits d'éclairage comme une ampoule ou un luminaire	65 %	5 %	29 %
Des produits de bureau pour la maison, comme un ordinateur ou une imprimante	31 %	10 %	58 %
Des appareils électroniques pour la maison tels qu'un téléviseur ou un système audio	23 %	10 %	65 %
Des électroménagers comme un lave-vaisselle ou un réfrigérateur	20 %	9 %	71 %
Des produits de chauffage ou de refroidissement tels qu'un appareil de chauffage ou un climatiseur	13 %	7 %	79 %
Des fenêtres ou des portes	10 %	7 %	82 %
Chauffe-eau	8 %	4 %	86 %
Maison ou résidence	7 %	10 %	82 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q13. Veuillez indiquer si vous avez acheté ou magasiné l'un de ces produits au cours des 12 derniers mois. (Plusieurs réponses acceptées)

Achats de produits certifiés ENERGY STAR

Les répondants qui ont acheté un produit électrique au cours de la dernière année devaient ensuite indiquer si le produit qu'ils avaient acheté le plus récemment était certifié ENERGY STAR. Les résultats suggèrent que plusieurs des produits électriques achetés par les Canadiens sont certifiés ENERGY STAR. Plus des deux tiers des répondants (68 %) affirment que les électroménagers qu'ils ont achetés sont certifiés ENERGY STAR. Six personnes sur dix (60 %) qui ont acheté un produit de chauffage ou de refroidissement au cours de la dernière année indique que le produit est certifié, et une proportion semblable (58 %) a acheté un chauffe-eau certifié ENERGY STAR. La moitié de ces répondants (52 %) disent aussi que les portes ou fenêtres qu'ils ont achetées sont certifiées ENERGY STAR.

- La probabilité d'acheter des électroménagers certifiés ENERGY STAR est plus élevée chez les personnes âgées de 45 à 64 ans (77 %), chez les résidents de l'Ontario (73 %) et chez les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (71 %).
- Les gens âgés de 45 à 54 ans (70 %) et les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (65 %) sont plus susceptibles d'acheter des produits de chauffage ou de refroidissement certifiés ENERGY STAR.
- La probabilité d'acheter un chauffe-eau certifié ENERGY STAR est plus élevée chez les résidents de la Colombie-Britannique (75 %) et du Manitoba (73 %), ainsi que chez les personnes âgées de 45 ans et plus (62 %).

Tableau 15 : Proportion des achats récents qui ont la certification ENERGY STAR

Proportion des achats récents qui ont la certification ENERGY STAR			
	Oui	Non	Je ne sais pas/Incertain(e)
Électroménager	68 %	9 %	23 %
Produit de chauffage ou de refroidissement	60 %	12 %	29 %
Chauffe-eau	58 %	8 %	34 %
Des fenêtres ou des portes	52 %	12 %	37 %
Produit d'éclairage	46 %	12 %	41 %
Appareil électronique pour la maison	39 %	20 %	42 %
Produit de bureau pour la maison	30 %	21 %	49 %
Maison ou résidence	20 %	42 %	38 %

Base : n=235-2235; répondants qui ont acheté un produit

Q14. Est-ce que [INSÉRER CATÉGORIE] que vous avez récemment acheté/achetées avait la certification ENERGY STAR?

Le suivi révèle une baisse de la proportion de Canadiens qui achètent des produits certifiés ENERGY STAR par rapport à 2018 (retour au niveau de 2016). Par exemple, la proportion de personnes ayant acheté un électroménager certifié ENERGY STAR est en baisse par rapport à 2018 (77 %), mais en harmonie avec les résultats obtenus en 2016 (68 %).

Tableau 16 : Proportion des achats récents ayant obtenu la certification ENERGY STAR au fil des années

Proportion des achats récents ayant obtenu la certification ENERGY STAR au fil des années			
	2020	2018	2016
Électroménager	68 %	77 %	68 %
Produit de chauffage ou de refroidissement	60 %	65 %	59 %
Chauffe-eau	58 %	-	-
Des fenêtres ou des portes	52 %	66 %	60 %
Produit d'éclairage	46 %	62 %	53 %
Appareil électronique pour la maison	39 %	54 %	42 %
Produit de bureau pour la maison	30 %	40 %	35 %
Maison ou résidence	20 %	41 %	23 %

Influence du symbole ENERGY STAR

En ce qui concerne l'influence du symbole ENERGY STAR sur les décisions d'achat de produits certifiés ENERGY STAR, les résultats révèlent que le symbole a une influence sur la majorité des personnes interrogées pour presque tous les produits examinés (à l'exception des produits de bureau pour la maison).

Tableau 17 : Influence de la marque ENERGY STAR lors de l'achat

Influence de la marque ENERGY STAR lors de l'achat					
	Beaucoup	Assez	Légèrement	Pas du tout	JNSP/Incertain(e)
Maison ou résidence	40 %	39 %	5 %	16 %	0 %
Des fenêtres ou des portes	45 %	29 %	10 %	14 %	2 %
Produit de chauffage ou de refroidissement	40 %	33 %	15 %	11 %	1 %
Chauffe-eau	42 %	28 %	15 %	15 %	1 %
Électroménager	39 %	30 %	13 %	17 %	1 %
Produit d'éclairage	33 %	31 %	19 %	17 %	0 %
Appareil électronique pour la maison	25 %	31 %	20 %	22 %	2 %
Produit de bureau pour la maison	17 %	31 %	24 %	27 %	1 %

Base : n=46-1037; répondants qui ont acheté un produit ENERGY STAR

Q15. Dans quelle mesure le symbole ENERGY STAR a-t-il été important dans votre décision d'acheter un/une [INSÉRER LA CATÉGORIE DE PRODUITS ENERGY STAR DE LA Q14] certifié ENERGY STAR?

Le suivi suggère une diminution de l'influence du symbole ENERGY STAR lors de l'achat de produits. Par exemple, l'influence du symbole ENERGY STAR est en baisse de 5 % depuis 2018 pour les fenêtres et les portes, et de 13 % pour un produit de chauffage ou de refroidissement.

Tableau 18 : Influence de la marque ENERGY STAR lors d'achats au fil du temps

	% répondant beaucoup		
	2020	2018	2016
Des fenêtres ou des portes	45 %	50 %	--
Chauffe-eau	42 %	-	-
Maison ou résidence	40 %	58 %	67 %
Produit de chauffage ou de refroidissement	40 %	53 %	36 %
Électroménager	39 %	50 %	39 %
Produit d'éclairage	33 %	44 %	45 %
Appareil électronique pour la maison	25 %	42 %	35 %
Produit de bureau pour la maison	17 %	37 %	24 %

Raisons du remplacement de produits électriques

Lorsqu'interrogés sur la raison pour laquelle ils remplaceraient un électroménager, un appareil électronique et un équipement de chauffage ou de refroidissement à la maison, plus de trois Canadiens sur cinq (63 %) affirment que les meilleures fonctionnalités ou le rendement supérieur constituent le facteur de motivation le plus important. Toutefois, les économies d'énergie sont également un facteur important dans la décision pour près de six personnes sur dix (57 %).

- Les hommes (66 %), les résidents de l'Ontario (74 %), les diplômés universitaires (67 %) et les gens dont le revenu annuel du ménage est de 100 000 dollars ou plus par année (68 %) sont les plus enclins à convenir que les meilleures fonctionnalités ou le rendement supérieur sont des facteurs de motivation importants lors du remplacement d'équipement à la maison.
- Les résidents de la région de l'Atlantique, du Manitoba et de la Saskatchewan (66 % chacun) et les gens qui gagnent entre 40 000 et 100 000 dollars par année (60 %) sont plus susceptibles de considérer l'économie d'énergie comme un facteur important lors du remplacement d'équipement à la maison.

Tableau 19 : Motivations pour remplacer du matériel à la maison

Motivations pour remplacer du matériel à la maison					
	Beaucoup	Assez	Légèrement	Pas du tout	JNSP/Incertain(e)
Meilleures fonctionnalités et rendement accru	35 %	28 %	19 %	16 %	2 %
Économie d'énergie	26 %	31 %	23 %	19 %	2 %
Désir de passer à des technologies plus récentes	17 %	29 %	25 %	27 %	2 %
Attrait esthétique ou cohésion avec décor	17 %	24 %	24 %	33 %	2 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q23. En ce qui concerne les appareils ménagers, les appareils électroniques et les produits de chauffage ou de refroidissement de votre maison, veuillez indiquer la mesure dans laquelle chacun des éléments suivants vous motive à les remplacer.

Les répondants devaient aussi répondre à une série de questions supplémentaires sur l'achat de produits qui consomment de l'électricité. Les résultats révèlent que trois personnes sur quatre (74 %) sont d'accord pour dire qu'elles essaient d'obtenir le produit le plus écoénergétique qui répond à leurs besoins, tandis que moins de la moitié (45 %) achètent toujours le produit le plus écoénergétique. Très peu de répondants (20 %) indiquent que les cotes d'efficacité énergétique ne sont pas un facteur important dans leur prise de décision.

- Les femmes (47 %), les personnes âgées de 55 ans et plus (54 %), les résidents du Québec (52 %), les gens dont le revenu annuel du ménage va de 40 000 à 80 000 dollars (50 %) et les

propriétaires d'une maison ou d'un appartement (46 %) sont les plus enclins à convenir qu'ils achètent toujours le produit le plus écoénergétique qui soit.

Tableau 20 : Décisions lors de l'achat de produits à faible consommation d'énergie

Décisions lors de l'achat de produits à faible consommation d'énergie					
	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
<i>J'essaie d'obtenir le produit le plus écoénergétique qui répond à mes besoins</i>	28 %	46 %	18 %	4 %	3 %
<i>J'achète toujours le produit le plus écoénergétique</i>	10 %	35 %	35 %	14 %	3 %
<i>Les cotes d'efficacité énergétique ne sont pas un facteur important dans ma prise de décision</i>	5 %	15 %	20 %	42 %	16 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q24. Lors de l'achat de produits qui consomment de l'électricité, dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés?

Lorsqu'il est question de la probabilité d'acheter des produits ou des services auprès d'une entreprise qui s'efforce d'économiser de l'énergie et de protéger l'environnement, les résultats révèlent qu'une majorité de Canadiens (64 %) disent être plus susceptibles d'acheter des produits auprès d'une telle entreprise. Presque personne est moins susceptible d'acheter des produits d'une entreprise qui s'efforce d'aider l'environnement.

- Les femmes (69 %) et les personnes âgées de 65 ans et plus (70 %) sont les plus enclines à être d'accord avec cet énoncé. Aussi, la proportion de répondants qui sont d'accord augmente progressivement avec le niveau de scolarité (de 56 % chez les gens ayant fait des études secondaires, elle passe à 71 % chez les diplômés universitaires).
- Les résidents de l'Alberta (56 %) sont moins susceptibles d'être d'accord avec l'idée d'acheter des produits et des services d'une entreprise qui s'efforce d'économiser de l'énergie et d'aider l'environnement.

Tableau 21 : Attitudes à l'égard de l'achat de produits auprès d'entreprises qui aident l'environnement

Attitudes à l'égard de l'achat de produits auprès d'entreprises qui aident l'environnement						
Énoncé	Beaucoup moins susceptible	Moins susceptible	Neutre	Plus susceptible	Beaucoup plus susceptible	S.O.
<i>Seriez-vous plus susceptibles ou moins susceptibles d'acheter des produits ou des services d'une entreprise qui s'efforce d'économiser de l'énergie et d'aider l'environnement?</i>	1 %	1 %	29 %	44 %	20 %	4 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q33. À quel point êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants

1.3 ENERGY STAR POUR LES MAISONS

En ce qui concerne la reconnaissance des maisons certifiées ENERGY STAR, un Canadien sur quatre (26 %) dit connaître cette certification. Le taux de reconnaissance est légèrement en baisse par rapport à 2018, alors que 31 % avait déclaré connaître ENERGY STAR pour les maisons.

- La connaissance du programme ENERGY STAR pour les maisons est plus élevée chez les personnes âgées de 55 à 64 ans (29 %), chez les résidents de l'Alberta (32 %), chez les gens dont le revenu annuel de ménage est de 100 000 dollars ou plus (29 %) et chez les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (29 %).

Tableau 22 : Connaissance du programme ENERGY STAR pour les maisons au fil du temps

Connaissance du programme ENERGY STAR pour les maisons au fil du temps			
	2020	2018	2016
Oui	26 %	31 %	36 %
Non	66 %	69 %	63 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q26. Est-ce que vous saviez que les maisons peuvent aussi être certifiées ENERGY STAR?

- Malgré une reconnaissance limitée d'ENERGY STAR pour les maisons, lorsque la certification est fournie avec une description des avantages d'une maison ENERGY STAR, la vaste majorité des répondants (71 %) conviennent qu'une maison certifiée ENERGY STAR offre un meilleur rapport qualité-prix qu'une maison sans la certification.

Ces résultats demeurent en grande partie inchangés par rapport à ceux des années précédentes.

- Les personnes âgées de 55 ans et plus (77 %), les diplômés universitaires (74 %) et les gens dont le revenu annuel du ménage va de 80 000 à 100 000 dollars (77 %) conviennent plus souvent qu'une maison certifiée ENERGY STAR constituerait un meilleur achat qu'une maison sans certification.

Tableau 23 : Perceptions de la certification ENERGY STAR pour les maisons au fil du temps

Perceptions de la certification ENERGY STAR pour les maisons au fil du temps			
	2020	2018	2016
Tout à fait d'accord	24 %	17 %	33 %
D'accord	47 %	52 %	33 %
Moyennement important	17 %	27 %	26 %
En désaccord	4 %	2 %	4 %
Fortement en désaccord	2 %	2 %	4 %

Base pour 2020 : n=3416; tous les répondants

Q27. À quel point êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants? – Une maison certifiée ENERGY STAR constituerait un meilleur achat qu'une maison sans certification.

Les résultats révèlent aussi qu'une majorité de Canadiens (63 %) affirme qu'elle achèterait une maison certifiée ENERGY STAR, même si elle coûtait 5 000 dollars de plus qu'une maison sans certification. Toutefois, cette proportion tombe à 37 % lorsque la différence est de 15 000 dollars.

Tableau 24 : Valeur perçue (\$) de la certification ENERGY STAR pour la maison

Valeur perçue (\$) de la certification ENERGY STAR pour la maison					
	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
5000 \$ de plus qu'une maison qui n'est pas certifiée ENERGY STAR	24 %	39 %	19 %	6 %	5 %
10 000 \$ de plus qu'une maison qui n'est pas certifiée ENERGY STAR	13 %	34 %	25 %	12 %	6 %
15 000 \$ de plus qu'une maison qui n'est pas certifiée ENERGY STAR	10 %	27 %	32 %	14 %	6 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q27. À quel point êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants : J'achèterais une maison certifiée ENERGY STAR même si elle coûtait en moyenne [RANDOMISEZ 5000 \$/10 000 \$/15 000 \$] de plus qu'une autre maison qui n'a pas la certification ENERGY STAR.

La volonté des Canadiens de payer un supplément pour une maison certifiée ENERGY STAR a quelque peu augmenté au cours des dernières années.

Tableau 25 : Valeur perçue (\$) de la certification ENERGY STAR pour la maison au fil du temps

	% d'accord (notes de 4-5)		
	2020	2018	2016
5 000 \$ de plus qu'une maison qui n'est pas certifiée ENERGY STAR	63 %	50 %	57 %
10 000 \$ de plus qu'une maison qui n'est pas certifiée ENERGY STAR	47 %	44 %	47 %
15 000 \$ de plus qu'une maison qui n'est pas certifiée ENERGY STAR	37 %	42 %	43 %

Caractéristiques potentielles d'une maison certifiée ENERGY STAR

Les répondants devaient ensuite évaluer l'importance qu'auraient les caractéristiques de la certification ENERGY STAR s'ils étaient à la recherche d'une nouvelle propriété. Les résultats révèlent que les Canadiens accordent beaucoup d'importance à toutes ces caractéristiques. En effet, environ neuf personnes sur dix (88 %) accordent beaucoup d'importance à un appareil de chauffage et de refroidissement efficace, et une proportion semblable considère le niveau d'isolation élevé comme important, tout comme les portes et fenêtres à haut rendement (87 % pour chacune de ces catégories). Trois personnes sur quatre accordent de l'importance aux produits certifiés ENERGY STAR (comme les produits d'éclairage et les électroménagers) et à une plus grande étanchéité (74 % chacun). Un système de ventilation à l'échelle de la maison figure au bas

de la liste, mais est toujours considéré comme important par plus de sept Canadiens sur dix (72 %).

L'importance accordée aux caractéristiques de la certification ENERGY STAR pour les maisons augmente avec l'âge, le niveau de scolarité et le revenu.

Tableau 26 : Importance des caractéristiques d'un maison certifiée ENERGY STAR®

Importance des caractéristiques d'un maison certifiée ENERGY STAR®						
	Très important	Assez important	Ni l'un ni l'autre	Pas très important	Pas du tout important	JNSP
<i>Un système de chauffage et de climatisation efficaces</i>	63 %	25 %	7 %	2 %	1 %	3 %
<i>De meilleurs niveaux d'isolation</i>	59 %	28 %	8 %	1 %	1 %	3 %
<i>Des fenêtres et des portes hautement performantes</i>	59 %	28 %	7 %	1 %	1 %	3 %
<i>Des produits certifiés ENERGY STAR, comme des luminaires et des électroménagers</i>	32 %	42 %	15 %	5 %	2 %	4 %
<i>Une plus grande étanchéité</i>	38 %	36 %	15 %	3 %	2 %	7 %
<i>Un système de ventilation à l'échelle de la maison</i>	38 %	34 %	15 %	4 %	2 %	7 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q25 Si vous cherchiez une nouvelle maison, dans quelle mesure serait-il important pour vous que ces caractéristiques aient la certification ENERGY STAR?

Raisons d'acheter une maison certifiée ENERGY STAR

Après consultation de quatre raisons possibles d'acheter une maison certifiée ENERGY STAR, les répondants devaient évaluer l'importance de chacune de ces raisons. Toutes les raisons évoquées sont considérées comme importantes par une nette majorité de Canadiens. Environ neuf personnes sur dix (93 %) accordent une grande importance aux économies sur les factures témoignant de la consommation énergétique. Une proportion semblable (88 %) considère un logement plus confortable comme une raison importante d'acheter une maison certifiée ENERGY STAR, alors que huit répondants sur dix accordent un niveau élevé d'importance aux incitatifs financiers (82 %) et à la protection de l'environnement (77 %).

- Les femmes (94 %), les personnes de 35 ans et plus (94 %), les diplômés d'université (95 %), et les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (94 %) sont plus enclins à citer les économies sur les factures témoignant de la consommation énergétique comme une raison d'acheter une maison certifiée ENERGY STAR.
- Les femmes (89 %), les personnes âgées de 55 ans et plus (92 %), les résidents de l'Alberta (90 %), les personnes ayant fait des études collégiales ou supérieures (89 %), les gens dont le

revenu annuel de ménage est de 40 000 dollars ou plus (90 %) et les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (90 %) accordent beaucoup d'importance au fait d'habiter une maison plus confortable.

- L'importance de profiter d'incitatifs financiers augmente avec l'âge (de 77 % chez les moins de 34 ans, la proportion passe à 86 % chez les 65 ans et plus), le niveau de scolarité (de 78 % chez les diplômés du secondaire, la proportion passe à 84 % chez les diplômés universitaires), et le revenu (de 81 % chez les personnes dont le revenu annuel du ménage est inférieur à 40 000 dollars, cette proportion passe à 84 % chez les personnes dont le revenu annuel du ménage est supérieur ou égal à 100 000 dollars).
- Les femmes (84 %), les personnes de 55 ans et plus (81 %) et les diplômés universitaires (83 %) ont plus tendance à considérer comme une raison d'acheter une maison certifiée ENERGY STAR le fait de contribuer à la protection de l'environnement. Les résidents de l'Alberta (69 %) accordent moins d'importance à cette idée.

Tableau 27 : Importance d'acheter une maison ayant la certification ENERGY STAR

Importance de différentes raisons d'acheter une maison ayant la certification ENERGY STAR					
	Très important	Assez important	Ni l'un ni l'autre	Pas très important	Pas du tout important
Pour économiser sur les factures témoignant de la consommation énergétique	62 %	31 %	5 %	1 %	0 %
Pour habiter une maison plus confortable sur le plan de l'équilibre des températures et de l'amélioration de la qualité de l'air	51 %	37 %	9 %	1 %	1 %
Pour profiter des incitatifs financiers, des rabais ou des exemptions	39 %	43 %	12 %	3 %	1 %
Pour contribuer à protéger l'environnement	41 %	36 %	14 %	4 %	3 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q28. Il y a bon nombre de raisons pour lesquelles quelqu'un pourrait vouloir acheter une maison certifiée ENERGY STAR. Veuillez indiquer dans quelle mesure les raisons possibles sont importantes pour vous personnellement.

1.4 PROGRAMME D'ÉTIQUETAGE ÉNERGUIDE

Les Canadiens étaient aussi interrogés sur leur connaissance du programme d'étiquetage ÉnerGuide. Les résultats suggèrent une connaissance limitée du programme : moins de quatre personnes sur dix disent connaître le programme (38 %), tandis que la moitié (50 %) affirment ne pas le connaître.

Le suivi révèle une augmentation de 17 points de pourcentage de la reconnaissance spontanée de l'étiquette ÉnerGuide depuis 2018, ce qui constitue un retour aux niveaux observés lors des éditions précédentes.

- La reconnaissance spontanée de l'étiquette ÉnerGuide est plus élevée chez les hommes (44 %), chez les personnes âgées de 45 à 64 ans (47 %), chez les résidents de l'Alberta et de la Saskatchewan (47 % chacun), chez les gens dont le revenu annuel de ménage est de 100 000 dollars ou plus (46 %) et chez les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (42 %).

Tableau 28 : Reconnaissance spontanée de l'étiquette ÉnerGuide au fil du temps

Reconnaissance spontanée de l'étiquette ÉnerGuide au fil du temps						
	2020	2018	2016	2010	2007	2006
Bon	38 %	21 %	31 %	41 %	42 %	41 %
Ne connaît pas	50 %	61 %	66 %	58 %	56 %	58 %
Je ne sais pas	12 %	18 %	3 %	1 %	2 %	1 %

Base pour 2020 : n=3416; tous les répondants

Q16 Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet de l'étiquette ÉnerGuide?

Après avoir vu une photo de l'étiquette ÉnerGuide, les répondants devaient préciser s'ils se rappelaient l'avoir vue. Malgré une reconnaissance spontanée limitée (sans aide) de l'étiquette ÉnerGuide, la plupart des Canadiens disent avoir déjà vu le symbole ÉnerGuide. Plus de trois répondants sur quatre (77 %) se souviennent d'avoir vu le symbole, et seulement un sur cinq (19 %) ne s'en souvient pas.

Le suivi révèle une reconnaissance accrue du symbole ÉnerGuide au fil du temps, bien que toute comparaison doive tenir compte des différentes méthodologies utilisées. Les années précédentes, une description de l'étiquette ÉnerGuide était lue aux répondants, alors que depuis 2018, une image du symbole leur est présentée.

- Le taux de reconnaissance du symbole ÉnerGuide est plus élevé chez les hommes (81 %), chez les personnes âgées de 35 à 64 ans (85 %), chez les personnes ayant fait des études collégiales ou universitaires (78 %), chez les gens dont le revenu annuel du ménage est de

100 000 dollars ou plus (85 %) et chez les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (83 %).

Tableau 29 : Reconnaissance assistée de l'étiquette ÉnerGuide au fil du temps

Reconnaissance assistée de l'étiquette ÉnerGuide au fil du temps						
	2020	2018	2016	2010	2007	2006
Bon	77 %	65 %	50 %	52 %	54 %	55 %
Ne connaît pas	19 %	27 %	48 %	47 %	45 %	44 %
Je ne sais pas	4 %	8 %	2 %	1 %	1 %	1 %

Base pour 2020 : n=3416; tous les répondants

Q17. Vous souvenez-vous avoir vu ce symbole?

Sources de reconnaissance d'ÉnerGuide

Les répondants qui reconnaissent l'étiquette ÉnerGuide devaient indiquer où ils avaient vu le symbole. Comme les années précédentes, l'étiquette est plus susceptible d'être vue sur les électroménagers : 69 % mentionnent les réfrigérateurs ou les congélateurs, et 62 % indiquent des laveuses ou des sècheuses.

- Les hommes (71 %), les personnes âgées de 45 à 54 ans (76 %), les gens dont le revenu annuel de ménage est de 100 000 dollars ou plus (72 %) et les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (72 %) ont plus souvent tendance à dire avoir vu le symbole sur un réfrigérateur ou sur un congélateur.
- Les personnes âgées de 35 à 64 ans (67 %), les gens dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 dollars ou plus (65 %) et les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (65 %) ont plus souvent tendance à déclarer avoir vu le symbole sur une laveuse ou sur une sècheuse.

Tableau 30 : Source de reconnaissance de l'étiquette ÉnerGuide

Source de reconnaissance de l'étiquette ÉnerGuide	
	%
Étiquette sur des réfrigérateurs ou congélateurs	69 %
Étiquette sur les laveuses ou sécheuses	62 %
Étiquette sur les cuisinières	49 %
Étiquette sur les lave-vaisselles	49 %
Matériel promotionnel d'équipement de chauffage ou de refroidissement	25 %
Étiquette sur les climatiseurs	19 %
Présentoirs en magasin	16 %
Matériel promotionnel d'un foyer au gaz	7 %
Étiquette sur de nouvelles voitures	6 %
Dans un magazine ou un journal	5 %
Étiquette sur un panneau électrique de maison	4 %
Sur le site Web d'une entreprise	4 %
Dans les médias sociaux	1 %
Autre	1 %
Je ne m'en souviens pas	7 %

Base : n=2 699; ceux qui connaissent l'étiquette ÉnerGuide
 Q20. Où vous souvenez-vous d'avoir vu une étiquette ÉnerGuide?

Compréhension de la marque

Les répondants qui reconnaissent l'étiquette ÉnerGuide devaient indiquer ce que l'étiquette signifie pour eux. Les résultats suggèrent que les Canadiens associent généralement l'étiquette à la consommation énergétique de l'appareil. Trois personnes sur quatre (74 %) indiquent que l'étiquette indique la consommation d'énergie de l'appareil, et six sur dix (60 %) estiment que l'étiquette permet de comparer la consommation d'énergie d'un produit à l'autre.

- Les hommes (76 %), les personnes âgées de 45 à 64 ans (80 %), les gens dont le revenu annuel du ménage est de 100 000 dollars ou plus (78 %) et les propriétaires d'une maison ou d'un appartement (76 %) sont plus enclins à associer l'étiquette à la consommation énergétique d'un appareil.
- L'idée que l'étiquette aide à comparer la consommation d'énergie d'un produit avec celle d'un autre est plus élevée chez les hommes (63 %), chez les personnes âgées de 45 à 64 ans (64 %), chez les diplômés universitaires (64 %), chez les gens dont le revenu annuel du ménage est de 100 000 dollars ou plus (64 %) et chez les propriétaires d'une maison ou d'un appartement.

Tableau 31 : Compréhension de l'étiquette ÉnerGuide

Compréhension de l'étiquette ÉnerGuide	
	%
Indique la consommation d'énergie du produit	74 %
Aide à comparer la consommation d'énergie d'un produit avec celle d'un autre	60 %
Le produit est écoénergétique	33 %
Économiser de l'énergie	32 %
Économies	25 %
Sceau d'approbation/Approuvé par l'Association canadienne de normalisation (CSA)	25 %
Sécurité électrique	9 %
Ça ne signifie rien pour moi	4 %
Autre	1 %

Base : n=2 699; ceux qui connaissent l'étiquette ÉnerGuide

Q18. Qu'est-ce que l'étiquette ÉnerGuide signifie pour vous? (Plusieurs réponses acceptées)

Lorsqu'on leur demande de choisir l'option qui reflète le mieux ce que l'étiquette ÉnerGuide signifie pour eux, quatre personnes sur dix (38 %) disent qu'il s'agit principalement d'un moyen d'indiquer la consommation d'énergie de l'appareil, alors qu'un répondant sur trois (34 %) pense qu'elle facilite principalement la comparaison de la consommation d'énergie d'un produit avec celle d'un autre.

Tableau 32 : Meilleure compréhension de l'étiquette ÉnerGuide

Meilleure compréhension de l'étiquette ÉnerGuide	
	%
Indique la consommation d'énergie du produit	38 %
Aide à comparer la consommation d'énergie d'un produit avec celle d'un autre	34 %
Le produit est écoénergétique	12 %
Économiser de l'énergie	6 %
Économies	5 %
Sceau d'approbation/Approuvé par l'Association canadienne de normalisation (CSA)	4 %
Sécurité électrique	1 %

Base : n=1867; ceux avec plusieurs réponses à la Q18

Q19. Que signifie d'abord et avant tout l'étiquette ÉnerGuide pour vous?

Évaluation ÉnerGuide pour les maisons

Les répondants étaient informés qu'une évaluation de la maison ÉnerGuide fournit une cote ÉnerGuide de rendement énergétique, puis devait indiquer la mesure dans laquelle ils envisageraient d'obtenir une telle évaluation. Les répondants ont des points de vue mitigés sur la

question. En effet, quatre personnes sur dix (42 %) chercheraient à obtenir une évaluation ÉnerGuide pour leur maison, tandis qu'une sur cinq (20 %) n'envisagerait pas de le faire.

- Les hommes (44 %), les personnes âgées de 45 à 54 ans (47 %) ainsi que les résidents du Canada atlantique et de l'Alberta (55 % chacun) sont plus enclins à vouloir obtenir une évaluation ÉnerGuide pour leur maison. À l'inverse, les résidents du Québec sont moins susceptibles d'envisager l'obtention d'une telle évaluation (20 %).

Tableau 33 : Attitudes à l'égard d'une évaluation ÉnerGuide pour les maisons

Attitudes à l'égard d'une évaluation ÉnerGuide pour les maisons						
Énoncé	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord	S.O.
<i>J'envisagerais d'obtenir une évaluation ÉnerGuide de mon logement</i>	10 %	32 %	30 %	13 %	7 %	8 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q29. À quel point êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants.

Les répondants qui envisageraient d'obtenir une évaluation ÉnerGuide pour les maisons étaient interrogés sur leur méthode de préférence pour l'évaluation énergétique de leur maison. La plupart d'entre eux (61 %) préfèrent une évaluation en personne par des conseillers certifiés. Une faible proportion préfère une évaluation en ligne par un conseiller énergétique certifié, ou une auto-évaluation en ligne où ils doivent saisir des informations figurant sur des factures de services publics.

Tableau 34 : Préférence pour la réalisation d'une évaluation énergétique de leur maison

Préférence pour la réalisation d'une évaluation énergétique de leur maison	%
<i>Évaluation sur site par un conseiller en énergie certifié</i>	61 %
<i>Auto-évaluation effectuée en ligne en saisissant les informations de facturation des services publics</i>	13 %
<i>Évaluation virtuelle par un conseiller énergétique certifié</i>	6 %
<i>Une évaluation réalisée par une organisation sur la base de mes informations d'utilité</i>	6 %
<i>Je ne sais pas</i>	14 %

Base : n=1455; répondants qui sont d'accord ou tout à fait d'accord à la Q29

Q31. Quelle est votre préférence pour la réalisation d'évaluations énergétiques à domicile?

Les répondants devaient aussi dire si une étiquette de maison indiquant qu'une meilleure efficacité énergétique influencerait la décision d'acheter une maison. Les résultats révèlent qu'une faible majorité des Canadiens (51 %) considèrent l'étiquette comme importante, et seulement une personne sur cinq (20 %) indique qu'elle n'aurait aucune influence.

- Les personnes âgées de 65 ans et plus et les diplômés universitaires (55 % chacun) sont plus enclins à être d'accord avec cela, tandis que les résidents du Québec (17 %) et les gens dont le revenu annuel du ménage est de moins de 40 000 dollars (46 %) le sont moins.

Tableau 35 : Influence d'une étiquette de maison lors de l'achat d'une maison

Influence d'une étiquette de maison lors de l'achat d'une maison					
Énoncé	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
Une étiquette de maison indiquant qu'une meilleure efficacité énergétique influencerait votre décision d'acheter une maison	12 %	39 %	23 %	14 %	6 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q30. À quel point êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants.

Les résultats suggèrent également une connaissance limitée de la certification ENERGY STAR pour les bâtiments et pour les installations industrielles. Environ quatre personnes sur dix (39 %) disent être au courant de la certification (mais seuls 10 % disent être clairement au courant), alors que plus de la moitié (52 %) ne l'est pas.

- Une plus grande proportion de femmes (41 %), de résidents du Manitoba (50 %) et de propriétaires d'une maison ou d'un appartement (41 %) est au courant de cette certification.

Tableau 36 : Connaissance de la certification ENERGY STAR pour les bâtiments et les installations industrielles

Connaissance de la certification ENERGY STAR pour les bâtiments et les installations industrielles	
	%
Oui, clairement	10 %
Oui, vaguement	29 %
Non, pas du tout	52 %
Je ne sais pas	8 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q32. Étiez-vous au courant que des bâtiments et des installations industrielles pouvaient avoir la certification ENERGY STAR?

Influence de l'étiquette ÉnerGuide lors de l'achat de produits

Les répondants recevaient une liste de produits et devaient indiquer s'ils en avaient acheté au cours des douze derniers mois. Les voitures ainsi que les réfrigérateurs et congélateurs (13 % chacun) sont choisis le plus souvent, suivis de l'équipement de chauffage ou de refroidissement (12 %), puis des laveuses, sècheuses et lave-vaisselles (10 % chacun).

Tableau 37 : Achat ou magasinage de produits ménagers au cours des douze derniers mois

Achat ou magasinage de produits ménagers au cours des douze derniers mois			
	Acheté	Magasiné, mais pas acheté	Ni l'un ni l'autre
Nouvelle voiture	13 %	9 %	78 %
Réfrigérateur ou congélateur	13 %	8 %	79 %
Équipement de chauffage ou de refroidissement	12 %	5 %	82 %
Laveuse ou sècheuse	10 %	6 %	84 %
Lave-vaisselle	10 %	5 %	85 %
Climatiseur	7 %	5 %	87 %
Cuisinière	7 %	5 %	87 %
Nouvelle maison	5 %	9 %	85 %
Foyer au gaz	2 %	3 %	95 %

Base : n=3416, tous les répondants

Q21. Avez-vous acheté ou magasiné l'un de ces produits au cours des 12 derniers mois?

Les répondants ayant acheté des produits devaient préciser si l'étiquette ÉnerGuide les a influencés lors de l'achat. Les résultats révèlent que les Canadiens ont généralement l'impression que c'est le cas. Environ la moitié des répondants qui ont acheté l'un de ces produits au cours de la dernière année indiquent que l'étiquette les a convaincus dans une certaine mesure (à l'exception de l'achat d'une nouvelle maison ou d'une nouvelle voiture).

Tableau 38 : Influence de l'étiquette ÉnerGuide dans les décisions d'achats

Influence de l'étiquette ÉnerGuide dans les décisions d'achats					
	Beaucoup	Assez	Légèrement	Pas du tout	Incertain(e)
Foyer au gaz	19 %	35 %	6 %	37 %	3 %
Laveuse ou sècheuse	25 %	28 %	14 %	30 %	3 %
Réfrigérateur ou congélateur	22 %	26 %	17 %	34 %	1 %
Climatiseur	22 %	27 %	16 %	30 %	4 %
Lave-vaisselle	20 %	27 %	18 %	32 %	3 %
Équipement de chauffage ou de refroidissement	24 %	23 %	12 %	35 %	6 %
Cuisinière	21 %	23 %	19 %	37 %	0 %
Nouvelle maison	8 %	14 %	8 %	65 %	5 %
Nouvelle voiture	8 %	12 %	8 %	65 %	7 %

Base : n= 56-431

Q22. Dans quelle mesure l'étiquette ÉnerGuide a-t-elle été importante dans votre décision d'acheter [INSÉREZ PRODUIT DE LA Q21]? Diriez-vous...?

Le suivi révèle une diminution de la proportion de répondants qui affirment que l'étiquette ÉnerGuide a une influence sur leurs décisions d'achats.

Tableau 39 : Influence de l'étiquette ÉnerGuide dans les décisions d'achats au fil du temps

Influence de l'étiquette ÉnerGuide dans les décisions d'achats au fil du temps			
	% répondant beaucoup		
	2020	2018	2016
Laveuse ou sècheuse	25 %	44 %	34 %
Équipement de chauffage ou de refroidissement	24 %	37 %	29 %
Réfrigérateur ou congélateur	22 %	40 %	28 %
Climatiseur	22 %	34 %	44 %
Cuisinière	21 %	39 %	25 %
Lave-vaisselle	20 %	37 %	30 %
Foyer au gaz	19 %	37 %	41 %
Nouvelle maison	8 %	29 %	23 %
Nouvelle voiture	8 %	17 %	24 %

ANNEXE A
MÉTHODOLOGIE

Annexe A : Méthodologie

La recherche comprenait un coup de sonde en ligne à l'endroit de 3416 Canadiens et Canadiennes. Le sondage a été effectué dans les deux langues officielles partout au Canada. Les données du sondage ont été recueillies du 3 au 20 décembre 2020.

Nous avons eu recours à *Probit*, notre panel probabiliste en ligne, pour mener ce sondage. *Probit* est un panel de recherche en ligne qu'a mis sur pied EKOS pour collecter des données statistiquement représentatives. Notre panel couvre la totalité de la population canadienne (Internet, téléphone, cellulaire), fait du recrutement aléatoire (les participants sont recrutés de façon aléatoire et ne choisissent pas eux-mêmes de faire partie de notre panel) et présente de l'échantillonnage avec probabilités égales. Tous les répondants de notre panel sont recrutés par téléphone à l'aide d'un système d'appel aléatoire, et leurs renseignements démographiques sont confirmés directement par des enquêteurs.

Lors du processus de recrutement, la répartition de notre panel reflète la population réelle du Canada (comme définie par Statistique Canada). À ce titre, notre panel peut être considéré comme représentatif du grand public (les résultats des sondages de notre panel en ligne tiennent compte des intervalles de confiance et des estimations de la marge d'erreur). La taille globale du panel est d'environ 90 000 ménages canadiens. Des échantillons aléatoires stratifiés sont prélevés de la base de données du panel pour des mandats de recherche individuels.

Tous les résultats de l'enquête sont pondérés selon la région, l'âge et le sexe, en se fondant sur les données de Statistique Canada afin de veiller à ce qu'ils soient représentatifs de la population canadienne. La marge d'erreur associée à un échantillon de 3416 répondants est de +/- 1,7 point de pourcentage, 19 fois sur 20.

Plan d'échantillonnage, pondération et profil des répondants

La méthode d'échantillonnage a été conçue pour que des entrevues soient menées avec au moins 3400 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Des quotas étaient fixés par âge, sexe et région. La répartition suivante a été obtenue pour cette enquête :

Variable	% de la population	Cible (quota)	% de l'échantillon	Réel non pondéré	Réel pondéré*
Territoire de compétence					
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %	52	1 %	44	51
Nouvelle-Écosse	3 %	92	3 %	103	91
Île-du-Prince-Édouard	<1 %	14	<1 %	15	14
Nouveau-Brunswick	2 %	74	2 %	60	75

Québec	23 %	796	23 %	768	792
Ontario	38 %	1 302	38 %	1 308	1 298
Manitoba	4 %	119	4 %	147	119
Saskatchewan	3 %	102	2 %	76	100
Alberta	11 %	380	12 %	392	387
Colombie-Britannique	14 %	460	14 %	481	468
Territoires	<1 %	10	<1 %	6	6
Canada	100 %	3 400	100 %	3 400	3 400
Âge					
Entre 18 et 34 ans	27 %	930	22 %	751	922
Entre 35 et 54 ans	34 %	1 158	35 %	1 193	1 153
55 ans ou +	39 %	1 311	42 %	1 427	1 295
Sexe					
Homme	49 %	1 652	49 %	1 638	1 631
Femme	51 %	1 747	51 %	1 728	1 735

Le tableau suivant présente la répartition pondérée des participants à l'enquête selon des variables précises.

Variable	% de l'échantillon total	% de la population
Niveau de scolarité ^α		
École secondaire ou moins	17	35
Apprenti/collège/université	36	36
Université – études supérieures ou postdoctorales	47	29
Situation d'emploi ^α		
Employé à temps plein, travailleur autonome	52	50
Employé à temps partiel	7	11
Pas dans la population active (y compris à la retraite)	37	35
Total du revenu de ménage⁺		
Moins de 40 000 \$	15	17
De 40 000 \$ à moins de 80 000 \$	30	30
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	16	13
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	21	22
150 000 \$ ou plus	18	18
Langue du sondage/langues officielles		
Anglais	83	85
Français	17	15

^α Les catégories de recensement réelles diffèrent de celles utilisées dans le présent sondage et ont été ajustées. Les données de Statistique Canada sur le niveau de scolarité concernent les Canadiens âgés de 25 à 64 ans. Situation d'emploi des 15 ans et plus.

⁺ Pourcentage établi à partir des répondants qui fournissent une réponse.

Conception du questionnaire

RNCan a fourni aux Associés de recherche EKOS une ébauche de questionnaire contenant des questions de suivi provenant de sondages antérieurs. De plus, EKOS, en consultation avec RNCan, a conçu de nouvelles questions abordant de nouveaux enjeux. Après approbation du questionnaire en anglais, EKOS a pris des dispositions pour que les nouvelles questions soient traduites en français par des traducteurs professionnels.

Les analystes de données des Associés de recherche EKOS ont programmé le questionnaire et ont effectué des tests approfondis pour garantir l'exactitude de la configuration et de la collecte des données. Cette validation garantit la conformité du processus de saisie des données à la logique de base des enquêtes. Le système de collecte de données gère les invitations au sein de l'échantillon, les quotas et l'achèvement des questionnaires (modèles de saut de question, embranchement et plages valides). Le client a également eu l'occasion de mettre à l'essai les liens du sondage.

Avant de parachever l'enquête sur le terrain, un test préalable (lancement progressif) a été effectué en anglais et en français. Le test préalable avait pour objectif d'évaluer les questionnaires en ce qui concerne les libellés et l'enchaînement des questions, la sensibilité des répondants à des questions précises et à l'ensemble du sondage, ainsi que la durée du sondage. Des questions standards du gouvernement du Canada étaient également posées.

Le questionnaire définitif du sondage est inclus à l'annexe B.

Travail sur le terrain

EKOS a mené le sondage dans un environnement Web sécurisé toutes caractéristiques incluses. Il fallait en moyenne 13,9 minutes pour répondre au sondage.

Tous les répondants pouvaient répondre au sondage dans la langue officielle de leur choix. Les travaux de recherche ont été effectués conformément aux normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne et à d'autres normes reconnues de l'industrie, ainsi qu'aux lois fédérales en vigueur (*Loi sur la protection des renseignements personnels, Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques et Loi sur l'accès à l'information*).

À la suite de leur collecte, les données ont été pondérées afin de veiller à ce que l'échantillon soit représentatif de la population canadienne selon le plus récent recensement.

Résultats des sondages terminés

Les résultats liés aux sondages achevés sont présentés dans le tableau suivant.

Disposition du contact

Disposition	N
Nombre total d'invitations (c)	31 933
Nombre total de sondages terminés (d)	3 416
Répondants admissibles ayant raccroché (e)	341
Exclus (f)	1 519
Répondants n'ayant pas répondu (g)	26 588
Quota atteint (h)	69
Taux de contact = (d+e+f+h)/c	17 %
Taux de participation = (d+f+h)/c	16 %

Analyse du biais de non-réponse

Le tableau ci-dessous présente un profil de l'échantillon final comparativement à la population réelle du Canada (données du recensement de 2016). Comme c'est le cas pour la plupart des sondages, l'échantillon final sous-représente les gens qui ont fait des études secondaires ou moins, ce qui est typique des enquêtes d'opinion publique au Canada (les gens qui ont un niveau de scolarité plus élevé étant plus susceptibles de participer à des sondages).

Analyse du biais de non-réponse

Type d'échantillon	Échantillon*	Canada (Recensement de 2016)
Sexe (18+)		
Homme	49 %	49 %
Femme	51 %	51 %
Âge		
Entre 18 et 34 ans	22 %	27 %
Entre 35 et 54 ans	35 %	34 %
55 ans ou +	42 %	39 %
Niveau de scolarité^a		
Diplôme d'études secondaires ou moins	17 %	35 %
École de métiers, établissement collégial ou post-secondaire sans diplôme	36 %	36 %
Diplôme universitaire	47 %	29 %

* Les données ne sont pas pondérées et le pourcentage est calculé en fonction des personnes qui donnent une réponse à chaque question démographique

^a Les catégories de recensement réelles diffèrent de celles utilisées dans cette enquête et ont été recalculées.

Les données de Statistique Canada sur le niveau de scolarité concernent les Canadiens âgés de 25 à 64 ans.

ANNEXE B
QUESTIONNAIRE

WINTRO

Merci de prendre le temps de répondre à ce sondage pour le compte du gouvernement du Canada.

If you prefer to answer the survey in English, please click on English.

Vous êtes libre de participer ou non au sondage. Vos réponses demeureront confidentielles et anonymes. Il faut environ 15 minutes pour répondre au sondage, qui est géré par les Associés de recherche EKOS en conformité avec à la *Loi sur la protection des renseignements personnels*. Pour consulter notre politique de confidentialité, cliquez ici.

Si vous avez besoin d'assistance technique, veuillez communiquer avec nous à online@ekos.com.

S1

Si oui, mettre fin

Avez-vous répondu à un sondage du gouvernement du Canada au cours des 30 derniers jours?

Oui..... 1 ->THNK2
Non..... 2

S2 [1,4]

Si oui à l'une des réponses ci-dessus, mettre fin

Est-ce que l'un des membres de votre famille ou ménage, y compris vous-même, travaille dans l'un des domaines suivants?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

Une maison de recherche ou une agence de marketing 1
Les médias (p. ex., télévision, radio, journaux) 2
Des services publics (p. ex., électricité, gaz) 3
Le gouvernement fédéral ou un gouvernement provincial 4
Aucune de ces organisations..... 98 X

Q1

Dans quelle mesure pensez-vous que la consommation d'énergie des ménages contribue au changement climatique?

Contribue définitivement..... 1
Contribue probablement 2
Ne contribue probablement pas 3
Ne contribue certainement pas 4
Pas sûr 9

Q2

Avez-vous déjà entendu, lu ou vu quoi que ce soit au sujet d'ENERGY STAR?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q3

Vous souvenez-vous d'avoir vu le symbole ENERGY STAR?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q4 [1,16]

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Où avez-vous vu le symbole ENERGY STAR?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent	
Dans une publicité sur les changements climatiques.....	1
D'un service public (électricité, gaz, etc.).....	2
À la télévision.....	3
Sur de gros appareils ménagers.....	4
Dans une maison ou sur un panneau électrique de la maison.....	5
Sur le matériel promotionnel d'appareils de chauffage et de refroidissement résidentiels.....	6
Sur le matériel promotionnel d'équipement de bureau.....	7
Sur une affiche dans un magasin.....	8
Dans une brochure.....	9
Dans un magazine ou un journal.....	10
Dans un dépliant publicitaire d'un point de vente au détail.....	11
Sur le site Web d'une entreprise.....	12
Dans les médias sociaux.....	13
Autre (préciser).....	77
Je ne m'en souviens pas.....	99

X

Q5 [1,8]

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Qu'est-ce que le symbole ENERGY STAR signifie pour vous?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent	
Efficacité énergétique/faible consommation d'énergie/économie d'énergie.....	1
Permet de faire des économies.....	2
Bon pour l'environnement/questions d'écologie.....	3
Meilleure qualité/meilleure fabrication.....	4
Soutien du gouvernement.....	5
Certification d'un tiers.....	6
Autre (préciser).....	77
Ça ne signifie rien pour moi.....	99

B

BX

Q6

Si plus d'une réponse sélectionnée à Q5

Si... CALCQ5 >= 2 et Q3 = 1

Vous avez indiqué que le symbole ENERGY STAR signifie plusieurs choses pour vous.

Parmi les propositions suivantes, laquelle reflète le mieux ce que le symbole ENERGY STAR signifie pour vous?

Q5 = 1		
Efficacité énergétique/faible consommation d'énergie/économie d'énergie	1	
Q5 = 2		
Permet de faire des économies	2	
Q5 = 3		
Bon pour l'environnement/questions d'écologie	3	
Q5 = 4		
Meilleure qualité/meilleure fabrication	4	
Q5 = 5		
Soutien du gouvernement	5	
Q5 = 6		
Certification d'un tiers	6	
Q5 = 77		
Autre :	77	B
Je ne sais pas	99	BX

Q7A

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants au sujet d'ENERGY STAR?

Lorsque j'achète des produits certifiés ENERGY STAR, j'ai l'impression de contribuer à protéger l'environnement pour les générations futures.

Fortement en désaccord	1	
En désaccord	2	
Ni d'accord ni en désaccord	3	
D'accord	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas	9	S

Q7B

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Si je vois le symbole ENERGY STAR, je sais que j'obtiens un produit plus efficace.

Fortement en désaccord	1	
En désaccord	2	
Ni d'accord ni en désaccord	3	
D'accord	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas	9	S

Q7C

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Lorsque j'achète des produits certifiés ENERGY STAR, j'ai l'impression de contribuer à la société.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q7D

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Les produits certifiés ENERGY STAR m'offrent plus d'avantages que les produits qui n'ont pas le symbole ENERGY STAR.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q7E

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Les produits certifiés ENERGY STAR offrent une meilleure valeur que les produits sans la marque.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q7F

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Lorsque j'achète des produits certifiés ENERGY STAR, j'ai l'impression de dépenser plus d'argent inutilement.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q7G

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

J'estime que je suis fidèle aux produits certifiés ENERGY STAR.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q7H

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait (5/10/15)% de plus qu'un autre produit semblable sans la marque.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q7I

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Je suis certain(e) que les produits portant la marque ENERGY STAR ont fait l'objet de tests rigoureux et s'avèrent écoénergétiques.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord	5	
Je ne sais pas.....	9	S

PQ8

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

Le symbole international ENERGY STAR constitue un moyen facile pour les consommateurs de reconnaître les produits les plus efficaces au plan du rendement énergétique sur le marché. Seuls les fabricants et les détaillants dont les produits répondent aux exigences ENERGY STAR peuvent apposer le symbole sur leurs produits. En choisissant un produit certifié ENERGY STAR plutôt qu'un modèle conventionnel, vous pourriez réduire vos coûts énergétiques.

À la lumière de cette description du symbole ENERGY STAR, dans quelle mesure

êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?

Q8A

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

L'achat de produits certifiés ENERGY STAR me donnerait l'impression de contribuer à protéger l'environnement pour les générations futures.

- Fortement en désaccord..... 1
- En désaccord..... 2
- Neutre..... 3
- D'accord..... 4
- Fortement d'accord..... 5
- Je ne sais pas..... 9 S

Q8B

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

Si je voyais l'étiquette ENERGY STAR, je saurais que j'obtiens un produit plus efficace.

- Fortement en désaccord..... 1
- En désaccord..... 2
- Neutre..... 3
- D'accord..... 4
- Fortement d'accord..... 5
- Je ne sais pas..... 9 S

Q8C

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

L'achat de produits certifiés ENERGY STAR me donnerait l'impression de contribuer à la société.

- Fortement en désaccord..... 1
- En désaccord..... 2
- Neutre..... 3
- D'accord..... 4
- Fortement d'accord..... 5
- Je ne sais pas..... 9 S

Q8D

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

Les produits certifiés ENERGY STAR m'offriraient plus d'avantages que les produits qui n'ont pas l'étiquette ENERGY STAR.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Neutre.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q8E

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

Les produits certifiés ENERGY STAR offrirait une meilleure valeur que les produits sans l'étiquette.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Neutre.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q8F

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

L'achat de produits certifiés ENERGY STAR me donnerait l'impression de dépenser plus d'argent pour rien.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Neutre.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q8G

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

J'achèterais un produit certifié ENERGY STAR même s'il coûtait (5/10/15)% de plus qu'un produit semblable sans étiquette.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Neutre.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q8H

Si non, je ne sais pas, Q3

Si... Q3 n'est pas = 1

Je suis certain(e) que les produits portant le symbole ENERGY STAR ont fait l'objet de tests rigoureux et

s'avèrent écoénergétiques.	
Fortement en désaccord.....	1
En désaccord.....	2
Neutre.....	3
D'accord.....	4
Fortement d'accord.....	5
Je ne sais pas.....	9

S

Q9

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Est-ce que vous avez déjà vu, entendu ou lu quoi que ce soit au sujet de la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q10

Si oui, Q3

Si... Q3 = 1

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce symbole?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q11 [1,7]

Si oui, Q3 et Q10

Si... Q3 = 1 et Q10 = 1

Qu'est-ce que la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques signifie pour vous?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

Représente un sous-ensemble de produits certifiés ENERGY STAR.....	1	
Représente la crème de la crème/les produits certifiés ENERGY STAR offrant le meilleur rendement.....	2	
À la fine pointe de la technologie/technologie de pointe.....	3	
Meilleure qualité/meilleur modèle.....	4	
Autre (préciser).....	77	B
Ça ne signifie rien pour moi.....	99	BX

Q12

Si plus d'une réponse sélectionnée à Q11

Si... CALCQ11 >= 2 et Q3 = 1 et Q10 = 1

Vous avez indiqué que la désignation ENERGY STAR Les plus écoénergétiques signifie plusieurs choses pour vous. Qu'est-ce qu'elle signifie d'abord et avant tout pour vous?

Q11 = 1		
Représente un sous-ensemble de produits certifiés ENERGY STAR	1	
Q11 = 2		
Représente la crème de la crème/les produits certifiés ENERGY STAR offrant le meilleur rendement	2	
Q11 = 3		
À la fine pointe de la technologie/technologie de pointe.....	3	
Q11 = 4		
Meilleure qualité/meilleur modèle.....	4	
Q11 = 77		
Autre :	77	B
Je ne sais pas.....	99	BX

Q13A

Avez-vous acheté ou magasiné l'un de ces produits au cours des 12 derniers mois?

Des produits de chauffage ou de refroidissement tels qu'un appareil de chauffage ou un climatiseur

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q13B

Des électroménagers comme un lave-vaisselle ou un réfrigérateur

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q13C

Des produits d'éclairage comme une ampoule ou un luminaire

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q13D

Des appareils électroniques pour la maison tels qu'un téléviseur ou un système audio

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q13E

Des fenêtres ou des portes

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q13F

Des produits de bureau pour la maison, comme un ordinateur ou une imprimante

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q13G

Une maison ou une résidence

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q13H

Un chauffe-eau

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q14A

Si produits de chauffage ou de refroidissement, Q13A

Si... Q13A = 1

À votre connaissance, est-ce que le produit de chauffage ou de refroidissement que vous avez récemment acheté/acheté avait la certification ENERGY STAR?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q14B

Si électroménagers, Q13B

Si... Q13B = 1

À votre connaissance, est-ce que l'électroménager que vous avez récemment acheté/acheté avait la certification ENERGY STAR?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q14C

Si produits d'éclairage, Q13C

Si... Q13C = 1

À votre connaissance, est-ce que le produit d'éclairage que vous avez récemment acheté/achetées avait la certification ENERGY STAR?

- Oui..... 1
- Non..... 2
- Je ne sais pas..... 9

Q14D

Si appareils électroniques, Q13D

Si... Q13D = 1

À votre connaissance, est-ce que l'appareil électronique pour la maison que vous avez récemment acheté/achetées avait la certification ENERGY STAR?

- Oui..... 1
- Non..... 2
- Je ne sais pas..... 9

Q14E

Si fenêtres ou portes, Q13E

Si... Q13E = 1

À votre connaissance, est-ce que les fenêtres ou les portes que vous avez récemment acheté/achetées avait la certification ENERGY STAR?

- Oui..... 1
- Non..... 2
- Je ne sais pas..... 9

Q14F

Si produits de bureau pour la maison, Q13F

Si... Q13F = 1

À votre connaissance, est-ce que le produit de bureau pour la maison que vous avez récemment acheté/achetées avait la certification ENERGY STAR?

- Oui..... 1
- Non..... 2
- Je ne sais pas..... 9

Q14G

Si maison ou résidence, Q13G

Si... Q13G = 1

À votre connaissance, est-ce que la maison ou la résidence que vous avez récemment acheté/achetées avait la certification ENERGY STAR?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q14H

Si chauffe-eau, Q13H

Si... Q13H = 1

À votre connaissance, est-ce que le chauffe-eau que vous avez récemment acheté/achetées avait la certification ENERGY STAR?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q15A

Si... Q14A = 1

Dans quelle mesure le symbole ENERGY STAR a-t-il été important dans votre décision d'acheter un/une ... certifié ENERGY STAR?

Produit de chauffage ou de refroidissement

Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q15B

Si... Q14B = 1

Électroménager

Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q15C

Si... Q14C = 1

Produit d'éclairage

Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q15D

Si... Q14D = 1

Appareil électronique pour la maison		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q15E

Si... Q14E = 1

Les fenêtres ou les portes		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q15F

Si... Q14F = 1

Produit de bureau pour la maison		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q15G

Si... Q14G = 1

Maison ou résidence		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q15H

Si... Q14H = 1

Chauffe-eau

Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante.....	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q16

Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet de l'étiquette *ÉnerGuide*?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q17

Vous souvenez-vous d'avoir vu cette étiquette?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

Q18 [1,10]

Si oui, Q16 ou Q17

Si... Q16 = 1 ou Q17 = 1

Qu'est-ce que l'étiquette *ÉnerGuide* signifie pour vous?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

Indique la consommation d'énergie du produit.....	1	
Le produit est écoénergétique (offre un bon rendement énergétique)	2	
Aide à comparer la consommation d'énergie d'un produit avec celle d'un autre	3	
Sceau d'approbation/Approuvé par l'Association canadienne de normalisation (CSA)	4	
Sûreté en matière d'électricité.....	5	
Réduction des coûts.....	6	
Économiser de l'énergie.....	7	
Autre (préciser).....	77	B
Ça ne signifie rien pour moi	99	BX

Q19

Si plus d'une réponse sélectionnée à Q18

Si... CALCQ18 >= 2 et (Q16 = 1 ou Q17 = 1)

Vous avez indiqué que l'étiquette *ÉnerGuide* signifie plusieurs choses pour vous. Que signifie-t-elle d'abord et avant tout pour vous?

Q18 = 1		
Indique la consommation d'énergie du produit.....	1	
Q18 = 2		
Le produit est écoénergétique (offre un bon rendement énergétique)	2	
Q18 = 3		
Aide à comparer la consommation d'énergie d'un produit avec celle d'un autre	3	
Q18 = 4		
Sceau d'approbation/Approuvé par l'Association canadienne de normalisation (CSA)	4	
Q18 = 5		
Sûreté en matière d'électricité.....	5	
Q18 = 6		
Réduction des coûts.....	6	
Q18 = 7		
Économiser de l'énergie.....	7	
Q18 = 77		
Autre :.....	77	B
Je ne sais pas.....	99	BX

Q20 [1,16]

Si oui, Q16 ou Q17

Si... Q16 = 1 ou Q17 = 1

Où vous souvenez-vous d'avoir vu une étiquette ÉnerGuide?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent		
Matériel promotionnel d'équipement de chauffage ou de refroidissement	1	
Matériel promotionnel d'un foyer au gaz.....	2	
Étiquette sur des réfrigérateurs ou congélateurs	3	
Étiquette sur les cuisinières	4	
Étiquette sur les laveuses ou sècheuses	5	
Étiquette sur les lave-vaisselles	6	
Étiquette sur les climatiseurs	7	
Étiquette sur de nouvelles voitures.....	8	
Étiquette sur un panneau électrique de maison.....	9	
Présentoirs en magasin	10	
Dans des magazines ou des journaux	11	
Sur le site Web d'une entreprise	12	
Dans les médias sociaux	13	
Autre (préciser).....	77	B
Je ne m'en souviens pas	99	BX

Q21A

Avez-vous acheté ou magasiné l'un de ces produits au cours des 12 derniers mois?

Équipement de chauffage ou de refroidissement		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21B

Foyer au gaz		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21C

Réfrigérateur ou congélateur		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21D

Cuisinière		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21E

Laveuse ou sècheuse		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21F

Lave-vaisselle		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21G

Climatiseur		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21H

Nouvelle voiture

Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q21I

Nouvelle maison		
Acheté.....	1	
Magasiné, mais pas acheté.....	2	
Ni acheté ni magasiné.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22A

Si... Q21A = 1

Dans quelle mesure l'étiquette ÉnerGuide a-t-elle été importante dans votre décision d'acheter l'/un/une ... ?

Équipement de chauffage ou de refroidissement		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22B

Si... Q21B = 1

Foyer au gaz		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22C

Si... Q21C = 1

Réfrigérateur ou congélateur		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22D

Si... Q21D = 1

Cuisinière

Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22E

Si... Q21E = 1

Laveuse ou sècheuse		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22F

Si... Q21F = 1

Lave-vaisselle		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22G

Si... Q21G = 1

Climatiseur		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22H

Si... Q21H = 1

Nouvelle voiture		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q22I

Si... Q21I = 1

Nouvelle maison		
Très importante.....	1	
Plutôt importante	2	
Un peu importante	3	
Pas du tout important.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q23A

En ce qui concerne les électroménagers, les appareils électroniques et les produits de chauffage ou de refroidissement de votre maison, veuillez indiquer la mesure dans laquelle chacun des éléments suivants vous motive à les remplacer.

Meilleures fonctionnalités et rendement accru		
Pas du tout.....	1	
Légèrement.....	2	
Assez	3	
Beaucoup.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q23B

Attrait esthétique ou cohésion avec décor		
Pas du tout.....	1	
Légèrement.....	2	
Assez	3	
Beaucoup.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q23C

Économie d'énergie		
Pas du tout.....	1	
Légèrement.....	2	
Assez	3	
Beaucoup.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q23D

Désir de passer à des technologies plus récentes		
Pas du tout.....	1	
Légèrement.....	2	
Assez	3	
Beaucoup.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q24A

Lors de l'achat de produits qui consomment de l'électricité, dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés?

J'achète toujours le produit le plus écoénergétique

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Neutre.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q24B

J'essaie d'obtenir le produit le plus écoénergétique qui répond à mes besoins

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Neutre.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q24C

Les cotes d'efficacité énergétique ne sont pas un facteur important dans ma prise de décision

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Neutre.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q25A

Si vous cherchiez une nouvelle maison, dans quelle mesure serait-il important pour vous que ces caractéristiques aient la certification ENERGY STAR?

De meilleurs niveaux d'isolation

Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre.....	3	
Plutôt important.....	4	
Très important.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q25B

Un système de chauffage et de climatisation efficaces

Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Plutôt important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q25C

Une plus grande étanchéité		
Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Plutôt important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q25D

Des fenêtres et des portes hautement performantes		
Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Plutôt important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q25E

Un système de ventilation à l'échelle de la maison		
Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Plutôt important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q25F

Des produits certifiés ENERGY STAR, comme des luminaires et des électroménagers		
Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Plutôt important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q26

Est-ce que vous saviez que les maisons peuvent aussi être certifiées ENERGY STAR?

Oui.....	1
Non.....	2
Je ne sais pas.....	9

PQ27

Le symbole et la marque ENERGY STAR constituent un moyen simple de reconnaître une maison écoénergétique. À la façon dont des produits et appareils portent la marque bleue ENERGY STAR qui indique qu'ils sont écoénergétiques, les maisons neuves peuvent être certifiées ENERGY STAR si elles offrent un meilleur rendement énergétique. Ces maisons, qui sont plus confortables, permettent de faire des économies sur les factures témoignant de la consommation énergétique, tout en contribuant à réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?

Q27A

Une maison certifiée ENERGY STAR constituerait un meilleur achat qu'une maison sans certification.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q27B

J'achèterais une maison certifiée ENERGY STAR même si elle coûtait en moyenne (5/10/15) 000 \$ de plus qu'une autre maison qui n'a pas la certification ENERGY STAR.

Fortement en désaccord.....	1	
En désaccord.....	2	
Ni d'accord ni en désaccord.....	3	
D'accord.....	4	
Fortement d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q28A

Il y a bon nombre de raisons pour lesquelles quelqu'un pourrait vouloir acheter une maison certifiée ENERGY STAR. Veuillez indiquer dans quelle mesure les raisons possibles sont importantes pour vous personnellement.

Pour contribuer à protéger l'environnement

Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Assez important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q28B

Pour économiser sur les factures témoignant de la consommation énergétique

Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Assez important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q28C

Pour profiter des incitatifs financiers, des rabais ou des exemptions

Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Assez important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q28D

Pour habiter une maison plus confortable sur le plan de l'équilibre des températures et de l'amélioration de la qualité de l'air

Pas du tout important.....	1	
Pas très important.....	2	
Ni l'un ni l'autre	3	
Assez important.....	4	
Très important	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q29

Une évaluation ÉnerGuide pour les maisons fournit une cote ÉnerGuide qui affiche la performance énergétique d'une maison: Plus le chiffre est bas, meilleure est la performance énergétique de la maison.

Dans quelle mesure seriez-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

J'envisagerais d'obtenir une évaluation ÉnerGuide de mon logement.

Tout à fait d'accord.....	1	
Plutôt d'accord.....	2	
Neutre.....	3	
Plutôt en désaccord.....	4	
Pas du tout d'accord.....	5	
Sans objet/Je ne possède pas de logement.....	9	S

Q30

Une étiquette de maison indiquant qu'une meilleure efficacité énergétique influencerait votre décision d'acheter une maison.

Tout à fait d'accord.....	1	
Plutôt d'accord.....	2	
Neutre.....	3	
Plutôt en désaccord.....	4	
Pas du tout d'accord.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

Q31

Si tout à fait, plutôt d'accord, Q29

Si... Q29 = 4,5

Quelle est votre préférence pour la réalisation d'évaluations énergétiques à domicile?

Évaluation sur site par un conseiller en énergie certifié.....	1	
Évaluation virtuelle par un conseiller énergétique certifié.....	2	
Auto-évaluation effectuée en ligne en saisissant les informations de facturation des services publics.....	3	
Une évaluation réalisée par une organisation sur la base de mes informations d'utilité.....	4	
Je ne sais pas.....	9	S

Q32

Étiez-vous au courant que des bâtiments et des installations industrielles pouvaient avoir la certification ENERGY STAR?

Oui, clairement.....	1	
Oui, vaguement.....	2	
Non, pas du tout.....	3	
Je ne sais pas.....	9	S

Q33

Seriez-vous plus susceptible ou moins susceptible d'acheter des produits ou des services d'une entreprise qui s'efforce d'économiser de l'énergie et d'aider l'environnement?

Beaucoup moins susceptible.....	1	
Moins susceptible	2	
Ni plus susceptible ni moins susceptible	3	
Plus susceptible	4	
Beaucoup plus susceptible.....	5	
Je ne sais pas.....	9	S

QAGE

Ces quelques dernières questions serviront au classement des données seulement.

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

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 ou plus.....	6
Je préfère ne pas répondre	9

QSEX

Quel est votre genre?

Homme	1
Femme.....	2
Autre.....	3
Je préfère ne pas répondre	9

QPROV

Où habitez-vous?

Alberta.....	1
Colombie-Britannique	2
Manitoba.....	3
Nouveau-Brunswick.....	4
Terre-Neuve-et-Labrador	5
Territoires du Nord-Ouest	6
Nouvelle-Écosse.....	7
Nunavut.....	8
Ontario.....	9
Île-du-Prince-Édouard	10
Québec.....	11
Saskatchewan	12
Territoire du Yukon.....	13
Je préfère ne pas répondre	99

QEDUC

Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous ayez atteint?

Études secondaires non terminées	1
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	2
Apprentissage enregistré ou diplôme ou certificat d'une école de métiers	3
Certificat ou diplôme d'études collégiales autre qu'universitaires	4
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	5
Baccalauréat	6
Diplôme universitaire supérieur au baccalauréat	7
Je préfère ne pas répondre	99

QINC

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre foyer?

Moins de 20 000 \$	1
20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2
40 000 \$ à moins de 60 000 \$	3
60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4
80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5
100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6
150 000 \$ et plus	7
Je préfère ne pas répondre	99

QEMP

Laquelle des catégories suivantes correspond le mieux à votre situation d'emploi?

Travaille à plein temps, c.-à-d. 30 heures ou plus par semaine	1
Travaille à temps partiel, c.-à-d. moins de 30 heures par semaine	2
Travailleur/travailleuse autonome	3
Sans emploi, mais à la recherche d'un travail	4
Étudiant/étudiante aux études à plein temps	5
À la retraite	6
En dehors de la population active (personne au foyer à temps plein, personne sans emploi, mais pas à la recherche d'un travail)	7
Autre	8
Je préfère ne pas répondre	99

QOWN

À l'heure actuelle, êtes-vous propriétaire ou locataire de votre demeure?

Propriétaire	1
Locataire	2
Autre (vit dans son foyer, vit en résidence à l'école, etc.)	3
Je préfère ne pas répondre	99

QAPPL

Si locataire, QOWN

Si... QOWN = 2

Y avait-il des électroménagers d'inclus dans votre maison/appartement?

Oui.....	1
Non.....	2
Je préfère ne pas répondre	9

QELEC

Si locataire, QOWN

Si... QOWN = 2

L'électricité est-elle incluse dans votre loyer?

Oui.....	1
Non.....	2
Je préfère ne pas répondre	9

QPOSTC

Puis-je savoir les trois premiers caractères de votre code postal?

Veuillez préciser :	1
Je préfère ne pas répondre	9

THNK

Le sondage est maintenant terminé. Il a été réalisé pour le compte de Ressources naturelles Canada. Au nom du gouvernement du Canada, nous vous remercions d'avoir pris le temps de nous fournir vos commentaires. Nous l'apprécions énormément.