



Recherche sur l'opinion publique concernant le Code sur les services sans fil – 2015

**Rapport de recherche quantitative préparé pour le
Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes (CRTC)**

Numéro du contrat : 82082-150018/001/CY

Date d'attribution du contrat : 4 février 2015

Date du rapport : 31 mars 2015

This report is also available in English.

communications@crtc.gc.ca

Avertissement

Tous les documents et renseignements fournis par le CRTC et toutes les données recueillies par Harris/Décima seront traités par Harris/Décima à titre confidentiel et stockés en lieu sûr dans ses locaux, conformément aux normes de l'industrie et aux lois applicables.

OTTAWA

1800-160, rue Elgin
Ottawa (Ontario) K1A 0R2
K2P 2P7

Tél. : 613-230-2200
Télééc. : 613-230-3793

MONTRÉAL

400-1080, côte du Beaver Hall
Montréal (Québec) H2Z 1S8
Canada

Tél. : 514-288-0037
Télééc. : 514-288-0138

Toronto (Ontario)

405-2345, rue Yonge
Toronto (Ontario) M3W 1P9
M4P 2E5

Tél. : 416-962-2013
Télééc. : 416-962-0505



Table des matières

Sommaire	4
Introduction	8
Constatations détaillées.....	10
Entente de service.....	10
Le Code sur les services sans fil	18
Méthodologie du sondage	36
Annexe A : Outils du sondage	46
Questionnaire en anglais.....	46
Questionnaire en français	56

Sommaire

Harris/Décima a le plaisir de présenter au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) le présent rapport mettant en lumière les conclusions de sa deuxième recherche annuelle relative au « Code sur les services sans fil ».

Dans la Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271 du 3 juin 2013 intitulée Le Code sur les services sans fil (décision relative au Code sur les services sans fil), le Conseil a établi le Code sur les services sans fil, soit un code de conduite obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil. Le Code s'applique à l'ensemble des services de téléphonie et de données sans fil mobiles de détail (services sans fil) offerts aux consommateurs et aux petites entreprises du Canada.

Dans la décision relative au Code sur les services sans fil, le Conseil a indiqué qu'il élaborera un plan pour évaluer l'efficacité du Code; les résultats de la présente évaluation seront utilisés dans le cadre de l'examen officiel du Code sur les services sans fil que le Conseil entend effectuer trois ans après sa mise en œuvre.

Pour garantir l'efficacité de l'examen officiel, le Conseil avait besoin de données fiables lui permettant de saisir l'évolution de la compréhension qu'ont les consommateurs de leurs contrats de service sans fil et des droits connexes depuis la mise en œuvre du Code sur les services sans fil jusqu'à l'examen officiel. L'examen du Code sur les services sans fil au fil du temps permet d'évaluer si celui-ci atteint son objectif : habiliter les consommateurs à prendre des décisions éclairées au sujet des services sans fil.

Afin de mesurer cette réalité, un sondage téléphonique a été effectué auprès des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire dans chacune des deux dernières années. L'échantillonnage a regroupé des entrevues menées tant auprès des utilisateurs d'un téléphone traditionnel fixe que des utilisateurs d'un téléphone cellulaire. L'objectif était d'effectuer au moins 35 % des sondages en appelant à des numéros de téléphone cellulaire afin de garantir que les personnes qui utilisent surtout un tel appareil (ou qui vivent dans un foyer ne disposant que d'un téléphone cellulaire) soient incluses dans le même échantillonnage. L'échantillonnage définitif de 2015 de 1 005 Canadiens adultes comprenait 35 % d'entrevues avec des propriétaires d'un téléphone cellulaire et 65 % d'entrevues avec des utilisateurs d'un téléphone fixe.

Afin de suivre ces données avec précision au fil du temps et d'être en mesure de comparer les tendances, la même approche et les mêmes questions ont été utilisées que lors de la recherche effectuée en 2014, avec trois questions additionnelles cette année.

Le sondage, d'une moyenne de neuf minutes, a été effectué entre le 23 février et le 11 mars 2015 (en anglais et en français). Nous avons utilisé un échantillonnage probabiliste qui peut donc être extrapolé à la population canadienne avec une marge d'erreur de plus ou moins 3,1 %, 19 fois sur 20.

Voici les principales constatations tirées des résultats du sondage.

Contrats de service

- Quatre Canadiens sur cinq (85 %) qui utilisent un téléphone cellulaire ont un forfait mensuel.
 - Les trois quarts des propriétaires d'un téléphone cellulaire (73 %) ont un forfait individuel.
- La plupart des propriétaires d'un téléphone cellulaire ont la messagerie texte (90 %), des minutes d'appel (87 %) et l'utilisation de données (70 %) incluses dans leur forfait.
 - Une majorité de répondants affirme que la messagerie texte (53 %) et les minutes d'appel (50 %) sont essentielles lorsqu'ils envisagent un forfait.
- Près de deux Canadiens sur dix (19 %) seraient mécontents si leur forfait de données était modifié par leur fournisseur de services à leur insu.
 - De ceux qui seraient le plus mécontents en cas de changement de prix (4 %), plus de la moitié serait en désaccord avec le prix général (58 %), tandis que 23 % seraient en désaccord avec le prix des appels téléphoniques.

Services sans fil - Plaintes

- Les plaintes au sujet des services sans fil ainsi que la portée de ces plaintes étaient semblables en 2014 et 2015.
- Un quart des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire (23 %) se sont plaints au sujet de leur service sans fil au cours de la dernière année, comparativement à 26 % en 2014.
 - Pour la plupart des clients des services sans fil (93 %), cela impliquait d'appeler leur fournisseur de services, ce qui demeure largement inchangé par rapport à 2014 (95 %).
- Les plaintes déposées au cours de la dernière année n'ont pas été réglées à la satisfaction de tous, ce qui correspond aux résultats de 2014.
 - Près de la moitié de ceux qui se sont plaints (43 %) sont insatisfaits de la manière dont leur plainte a été réglée, ce qui est légèrement, mais pas significativement, moins qu'en 2014 (47 %).
- Plus de la moitié des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire (56 %) sont conscients de leur droit de se plaindre au Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST), au sujet de problèmes qu'ils éprouvent avec leur fournisseur de services sans fil.

- En 2014, le CPRST n'était pas largement reconnu par les Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire comme un moyen de déposer des plaintes au sujet des services sans fil : seulement 13 % affirmaient se souvenir avoir reçu de l'information avec leur contrat ou entente de téléphone cellulaire sur la manière de porter plainte au CPRST.
- Un assez bon nombre de propriétaires d'un téléphone cellulaire (29 %) ont eu droit à des factures-surprises sous une forme ou une autre au cours de la dernière année, pour diverses raisons, dont une utilisation élevée de données, des frais d'interurbain et des problèmes de facturation, ce qui correspond à la situation de 2014 (28 %).

Contrats de service sans fil

- Dans l'ensemble, la clarté du texte contractuel est demeurée stable par rapport à 2014.
- La plupart des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire (68 %) trouvent leur contrat ou entente de service clair et facile à comprendre, ce qui demeure largement inchangé par rapport à 2014 (66 %).
 - De plus, plus de la moitié des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire (56 %) affirment que leur fournisseur de services a donné une explication claire des frais qui s'appliqueraient s'ils annulaient leur entente de façon précoce, ce qui représente une augmentation significative par rapport à 2014 (50 %).
- Un Canadien sur six (16 %) propriétaire d'un téléphone cellulaire a eu connaissance que son fournisseur de services avait modifié son forfait sans l'en informer, ce qui est semblable à 2014 (19 %).
- Près d'un Canadien sur cinq (18 %) propriétaire d'un téléphone cellulaire a changé de fournisseur au cours des deux dernières années, ce qui demeure inchangé par rapport à 2014.
 - Le prix a souvent été un élément de la décision, comme ce fut le cas en 2014.
 - Dans la plupart des cas, changer de fournisseur a été facile, comme ce fut le cas en 2014. Près de la moitié (47 %) affirment que cela a été extrêmement facile, comparativement à 46 % en 2014, tandis que 32 % affirment que cela a été plutôt facile, comparativement à 28 % en 2014.

Code sur les services sans fil

- Le souvenir de l'existence du Code sur les services sans fil demeure largement inchangé par rapport à 2014.
- Un propriétaire d'un téléphone cellulaire sur cinq (19 %) affirme se souvenir distinctement d'avoir lu ou entendu quelque chose au sujet

de l'entrée en vigueur du Code sur les services sans fil, ce qui est largement inchangé par rapport à 2014 (22 %).

- Une autre tranche de 31 % des répondants s'en souviennent vaguement, tandis que les 48 % restants n'ont pas entendu parler du Code, ce qui est semblable à 2014 (30 % et 46 %, respectivement).
- Les annonces dans les médias ont joué un rôle prédominant dans la sensibilisation du public (85 %), tandis que les amis et la famille ont représenté 13 %, ce qui demeure largement inchangé par rapport à 2014 (83 % et 11 %, respectivement).

Firme de recherche : Harris/Décima Inc.

Numéro de contrat : 82082-150018/001/CY

Date d'attribution du contrat : 4 février 2015

Valeur du contrat : 49 892,99 \$ (TVH comprise)

J'atteste, par la présente, à titre de cadre supérieur de Harris/Decima Inc, que le produit livrable respecte entièrement l'exigence de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncée dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. En particulier, le produit livrable ne contient aucune information sur les intentions de vote aux élections, sur les préférences quant aux partis politiques, sur les positions des partis en ce qui a trait à l'électorat ou sur l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Danielle Armengaud, Directrice de recherche

Harris/Décima Inc.

Introduction

Harris/Décima a le plaisir de présenter au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) le présent rapport mettant en lumière les constatations de sa deuxième recherche annuelle relative au « Code sur les services sans fil ».

Le Conseil a établi le Code sur les services sans fil le 3 juin 2013 (la décision relative au Code sur les services sans fil). Celui-ci impose aux fournisseurs de services sans fil de nouvelles obligations, lesquelles visent a) à s'assurer que les consommateurs reçoivent l'information nécessaire pour prendre des décisions éclairées au sujet des services sans fil, et b) à favoriser l'établissement d'un marché plus dynamique en faisant en sorte que les consommateurs puissent profiter plus facilement d'offres concurrentielles.

Le Code sur les services sans fil est entré en vigueur le 2 décembre 2013 et s'applique à tous les nouveaux contrats conclus depuis cette date, et à tous les contrats existants modifiés, renouvelés ou prolongés à partir de cette date. À compter du 3 juin 2015, le Code s'appliquera à tous les contrats de service sans fil.

Dans la décision relative au Code sur les services sans fil, le Conseil a indiqué qu'il élaborera un plan pour évaluer l'efficacité du Code; les résultats de la présente évaluation serviront dans le cadre de l'examen officiel du Code sur les services sans fil que le Conseil entend effectuer trois ans après sa mise en œuvre.

Pour garantir l'efficacité de l'examen officiel, le Conseil avait besoin de données fiables lui permettant de saisir l'évolution de la compréhension qu'ont les consommateurs de leurs contrats de service sans fil et des droits connexes entre la mise en œuvre du Code sur les services sans fil et l'examen officiel.

Plus précisément, voici les objectifs de la recherche :

- Évaluer si le Code sur les services sans fil atteint ses objectifs et continue de le faire, dont l'objectif d'assurer que les consommateurs disposent de l'information nécessaire pour prendre des décisions éclairées au sujet des services sans fil.

Le suivi de ces données au fil du temps permettra au CRTC de comparer les tendances et de constater de quelle façon l'opinion publique évoluera au cours de cette période. Afin d'être en mesure de faire des comparaisons directes, l'approche a été la même que celle utilisée pour la recherche sur le Code sur les services sans fil en 2014. Le questionnaire est en grande partie demeuré inchangé.

Le sondage téléphonique a été effectué auprès de Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire au cours de chacune des deux dernières années. L'échantillonnage regroupait des entrevues menées tant auprès des utilisateurs d'un téléphone traditionnel fixe que des utilisateurs d'un téléphone cellulaire afin de garantir que les personnes qui utilisent principalement un tel appareil (ou qui vivent dans un foyer ne disposant que d'un téléphone cellulaire) soient

incluses dans le même échantillonnage. L'échantillonnage définitif de 2015 de 1 005 Canadiens adultes comprenait 35 % d'entrevues avec des utilisateurs d'un téléphone cellulaire et 65 % d'entrevues avec des utilisateurs d'un téléphone fixe.

Les résultats vont permettre d'orienter les mesures que le Conseil devra envisager pour garantir que les Canadiens disposent des outils nécessaires pour comprendre leur contrat de services sans fil et les droits connexes.

Le sondage, d'une moyenne de neuf minutes, a été effectué entre le 23 février et le 11 mars 2015 (en anglais et en français). Nous avons utilisé un échantillonnage probabiliste qui peut donc être extrapolé à la population canadienne avec une marge d'erreur de plus ou moins 3,1 %, 19 fois sur 20.

La recherche de 2014 visait à recueillir un échantillon représentatif, y compris auprès de gens qui n'avaient qu'un téléphone traditionnel fixe, de manière à mesurer les opinions à l'égard du CRTC et à les comparer à des recherches plus anciennes. Puisque la recherche de 2015 n'était pas tenue de respecter cette exigence, les comparaisons établies tout au long du présent rapport ne concernent, le cas échéant, que les 1 016 propriétaires d'un téléphone cellulaire du sondage de l'année dernière (1 289 personnes ont été interviewées au total entre le 5 février et le 4 mars 2014).



Les constatations détaillées de cette recherche sont présentées dans les chapitres suivants du rapport. En annexe figurent les questionnaires du sondage (en français et en anglais) et des tableaux détaillés (présentés dans un document distinct).



Danielle Armengaud, Directrice de recherche
Harris/Décima Inc.

Constatations détaillées

Les données présentées dans le présent rapport sont arrondies. Dans certains cas, les données fusionnées peuvent sembler différer d'un point de pourcentage par rapport aux données individuelles, et les sommes peuvent ne pas totaliser 100 %.

Les différences statistiquement significatives sont mises en vedette dans le rapport. Ces conclusions sont indiquées par un cercle  rouge pour les divers sous-groupes statistiquement significatifs parmi les résultats de 2015. Les constatations qui sont statistiquement différentes par comparaison avec les résultats de 2014 sont indiquées par un carré  vert.

Entente de service

En général, les propriétaires d'un téléphone cellulaire sont plus susceptibles d'avoir un forfait individuel qu'un forfait familial, sont beaucoup plus susceptibles d'avoir un forfait postpayé qu'un forfait prépayé, utilisent le plus souvent les trois services (voix, texte, données) et sont peu susceptibles d'être abonnés à un forfait d'employé. Les répondants étaient plus susceptibles d'avoir un forfait familial qu'un forfait prépayé.

Type de forfait	% Oui
Forfait individuel	73 %
Forfait familial	25 %
Autres	2 %
Postpayé/mensuel	85 %
Prépayé/Paiement à l'utilisation	13 %
% avec appels	87 %
Forfait individuel	73 %
Forfait familial	25 %
Autres	2 %

Plus de Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire ont un forfait mensuel ou postpayé qu'un forfait prépayé ou payé à l'utilisation; les Canadiens plus âgés sont plus susceptibles d'avoir un forfait prépayé.

Quatre Canadiens sur cinq (85 %) ont un forfait mensuel, tandis que 13 % ont un forfait prépayé et 1 % ne sont pas sûrs. À l'échelle nationale, les forfaits mensuels sont plus courants que les plans prépayés; les abonnés des provinces de l'Atlantique (93 %) sont nettement plus susceptibles d'avoir un forfait mensuel. Les Canadiens plus âgés (55 ans et plus) sont nettement plus susceptibles d'avoir un forfait prépayé (22 %) que ceux entre 18 et 34 ans ou entre 34 et 54 ans (10 % et 8 %, respectivement).

Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires ou de niveau inférieur sont nettement plus susceptibles d'avoir un forfait prépayé (20 %) que ceux avec un diplôme collégial (11 %) ou universitaire (10 %).

Ceux qui n'ont pas formulé de plaintes étaient nettement plus susceptibles (15 %) d'avoir un forfait prépayé que ceux qui ont formulé des plaintes (6 %). De ceux qui ont formulé une plainte, plus de neuf personnes sur dix (94 %) ont indiqué avoir un forfait mensuel, comparativement à ceux qui n'ont pas formulé de plaintes (83 %).

Forfait de services (données démographiques)

Question B9b

Et s'agit-il d'un forfait mensuel ou d'un forfait prépayé ou à la carte?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Trois Canadiens sur quatre disposent d'un forfait individuel pour leur appareil sans fil personnel.

Trois quarts des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire ont un forfait individuel pour leur appareil sans fil personnel (73 %), tandis que 25 % ont un forfait familial ou partagé et 2 % ont un forfait d'entreprise ou ne sont pas sûrs. Étant donné que les forfaits partagés ou familiaux sont un ajout relativement récent, il y a raison de croire que cette proportion représente un segment d'utilisateurs de téléphonie cellulaire en croissance.

Régionalement, les abonnés du Québec (84 %) et de la C.-B. (81 %) sont nettement plus susceptibles d'avoir un forfait individuel, tandis que les Canadiens des provinces de l'Atlantique sont les plus susceptibles d'avoir un forfait familial ou partagé (38 %).

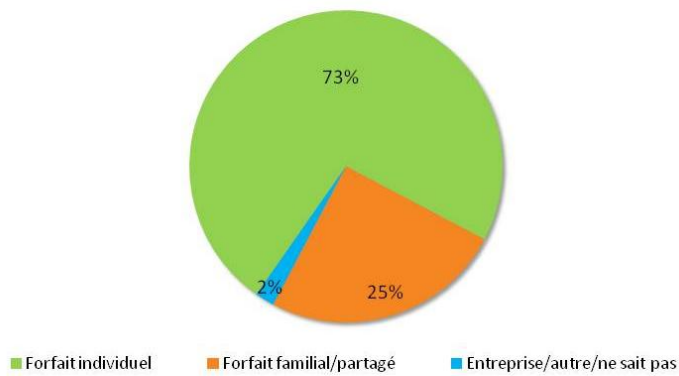
Les Canadiens âgés de 35 à 54 ans sont les plus susceptibles d'avoir un forfait partagé (29 %), comparé aux Canadiens plus âgés (55 ans et plus) et plus jeunes (18-34) (24 % et 20 %, respectivement). Les francophones sont nettement plus

susceptibles d’avoir un forfait individuel (83 %) que les allophones (74 %) et les anglophones (70 %).

Parmi ceux qui n’ont pas formulé de plainte, trois sur quatre (76 %) ont un forfait individuel, nettement plus que ceux qui ont formulé une plainte (64 %). De même, de ceux qui ont formulé une plainte, plus d’un sur trois (35 %) a un forfait familial ou partagé, nettement plus que ceux qui n’ont pas formulé de plainte.

Forfait individuel ou familial/partagé

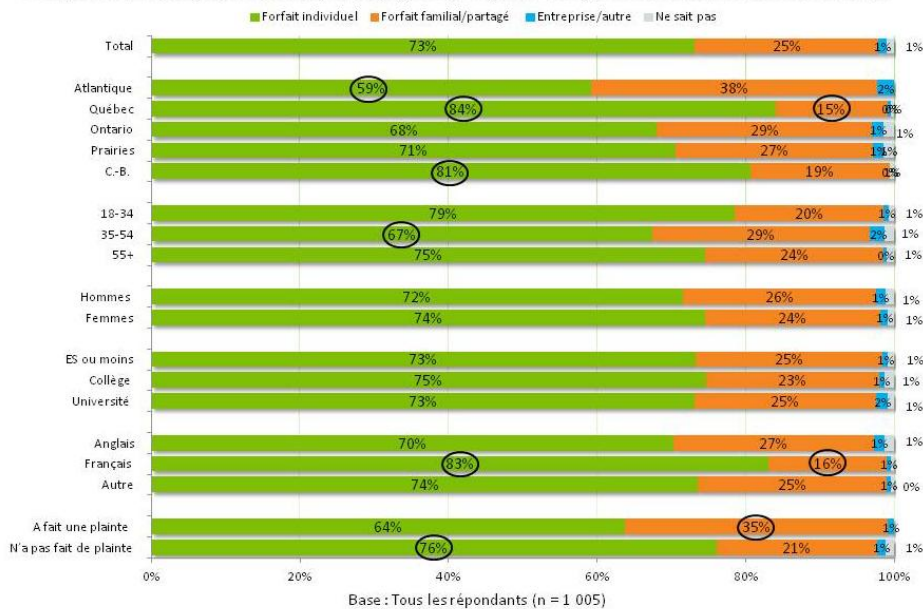
Question B9a
En ce qui concerne votre contrat ou votre forfait pour votre appareil sans fil personnel... S'agit-il d'un forfait individuel ou d'un forfait familial?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Forfait de services (données démographiques)

Question B9a
En ce qui concerne votre contrat ou votre forfait pour votre appareil sans fil personnel... S'agit-il d'un forfait individuel ou d'un forfait familial?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Caractéristiques des services

La messagerie texte et les minutes d’appel sont les caractéristiques les plus susceptibles d’être incluses dans le forfait de la plupart des abonnés.

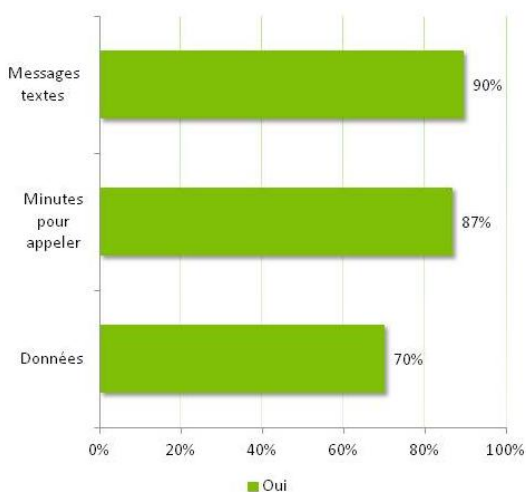
Neuf propriétaires d’un téléphone cellulaire sur dix (90 %) affirment que la messagerie texte est incluse dans leur forfait, tandis que 87 % ont des minutes d’appel incluses, et 70 % ont des données incluses.

La plupart des forfaits ne sont pas offerts dans le cadre d’une promotion par un employeur ou une association (94 %), comparativement à 5 % qui affirment que c’est le cas de leur forfait, et 1 % qui ne sont pas sûrs.

Caractéristiques du forfait

Questions B9c1, B9c2, and B9c3

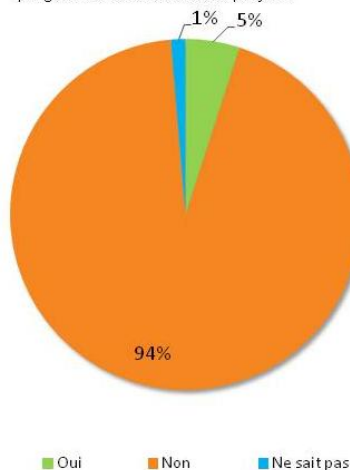
Est-ce que des minutes pour appeler sont incluses dans votre forfait? Et, est-ce que votre forfait comprend des messages texte? Est-ce que votre forfait inclut des données?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Question B9d

Et finalement, votre forfait est-il offert dans le cadre d’une promotion de votre employeur ou d’une association dont vous êtes membre, ce qu’on désigne souvent sous le nom de programme d’achat des employés?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

C’est peut-être sans surprise que l’on constate une grande différence entre les abonnés à un forfait mensuel et ceux qui disposent d’un forfait prépayé, par rapport aux caractéristiques des services qui font partie de leur forfait. Dans chaque cas, la proportion d’abonnés mensuels qui ont chacun des services est significativement plus élevée; mais la différence est la plus frappante lorsqu’on regarde les services de données, auquel cas les abonnés mensuels sont plus de deux fois plus susceptibles d’avoir ce service.

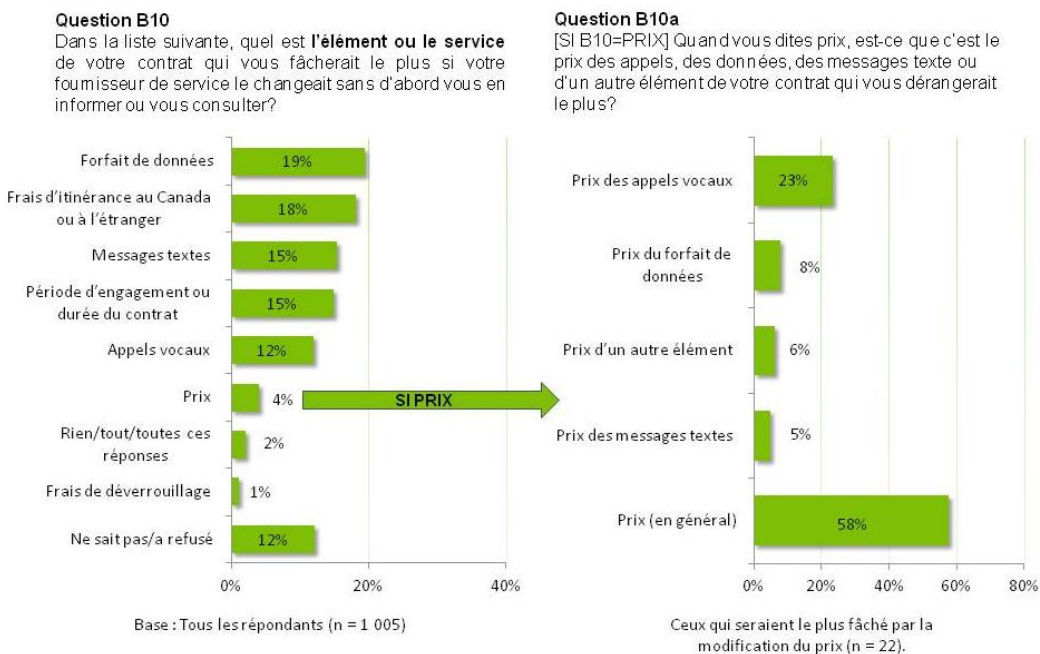
	Service mobile	Mensuel	Prépayé
% avec ce service	Messagerie texte	93 %	67 %
	Minutes d’appel	89 %	73 %
	Données	76 %	33 %

Les utilisateurs de téléphone cellulaire seraient très mécontents s'ils n'étaient pas informés au préalable des modifications apportées aux données et aux frais d'itinérance.

Lorsqu'on leur a demandé de préciser l'élément ou le service qui les mécontenterait le plus si leur fournisseur de services y apportait des modifications, ils ont mentionné d'abord les données, puis les frais d'itinérance (19 % et 18 %, respectivement). Les autres services cités étaient les messages texte ou la durée du contrat (15 %), les appels téléphoniques (12 %), le prix (4 %) et les frais de déverrouillage (1 %). Deux pour cent répondent tout ce qui précède et 12 % sont incertains.

Parmi les utilisateurs qui seraient les plus contrariés par une modification de prix, plus de la moitié (58 %) déclarent que le principal problème est le prix de l'ensemble des services. Environ un quart d'entre eux signalent les appels vocaux (23 %) et un plus petit nombre le prix des données (8 %), les messages texte (5 %) ou d'autres éléments (6 %).

Modification inattendue



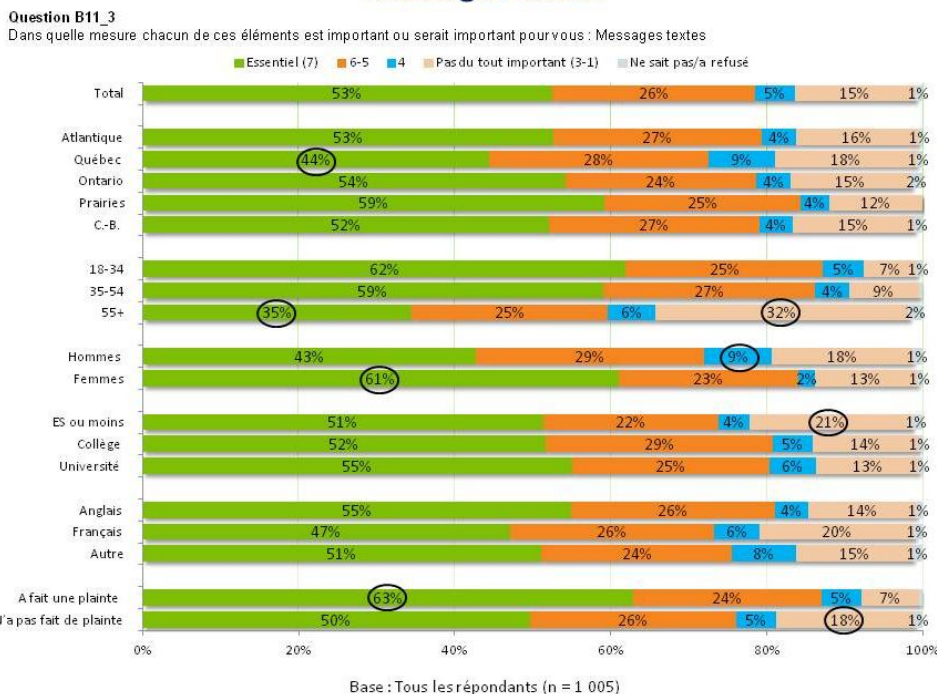
La moitié des utilisateurs de téléphone cellulaire jugent essentiels le service de messages texte et les minutes d'appel lorsqu'ils évaluent un forfait.

Service	% qui répondent « Essentiel »	% qui répondent « Pas du tout important »
Messages texte	53 %	15 %
Minutes d'appel	50 %	9 %
Données	40 %	27 %

Une majorité des participants (53 %) souligne que les messages texte représentent un facteur très important dans l'évaluation d'un forfait. Par contre, au Québec, l'importance des messages texte est bien moindre (44 %). Au Canada, les utilisateurs plus âgés (55 ans et plus) indiquent que, pour eux, les messages texte sont moins importants (35 %) comparativement à ceux âgés de 35 à 54 ans (59 %) et de 18 à 34 ans (62 %). En fait, 32 % des utilisateurs du groupe plus âgé ont déclaré que les messages texte n'ont aucune importance.

Les femmes (61 %) affirment, plus que les hommes (43 %), que les messages texte sont essentiels. Les utilisateurs qui ont porté plainte confirment volontiers que les messages texte sont essentiels et presque les deux tiers d'entre eux (63 %) leur donnent la plus haute cote sur une échelle de sept points.

Importance des caractéristiques (données démographiques) – Messages textes



La moitié des utilisateurs de téléphone cellulaire (50 %) indiquent que les minutes d'appel sont essentielles dans leur évaluation d'un forfait. Les utilisateurs des Prairies (42 %) jugent beaucoup moins importantes les minutes d'appel. Les femmes (54 %) affirment, plus que les hommes (45 %), que les minutes d'appel sont essentielles.

Les francophones estiment plus souvent que les anglophones (56 % contre 46 %). Les utilisateurs qui ont porté plainte déclarent que les minutes d'appel sont essentielles : trois sur cinq (58 %) leur donnent la plus haute cote sur une échelle de 7 points, un pourcentage bien plus élevé par que pour ceux qui n'ont pas porté plainte (47 %).

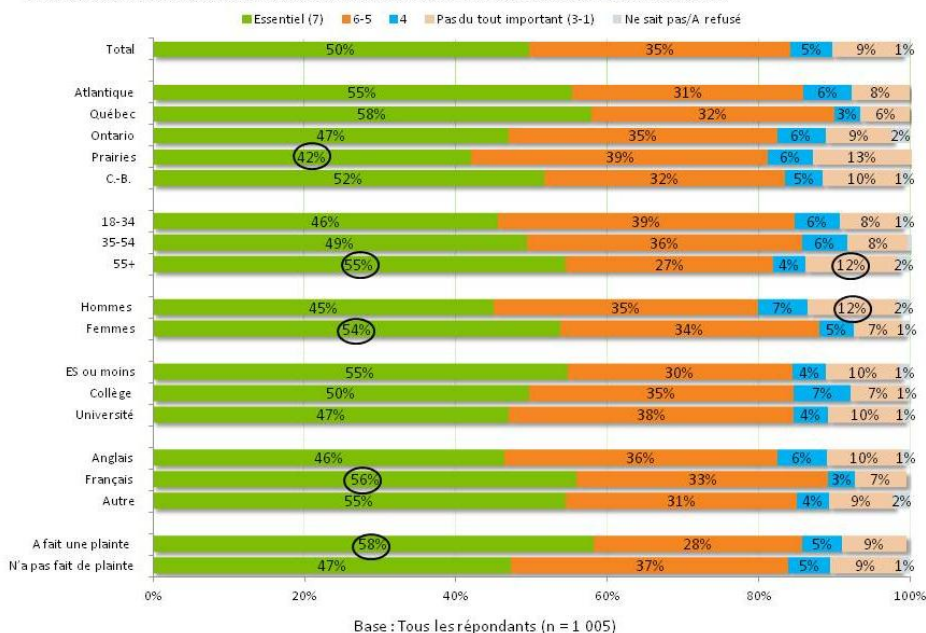
D'un autre point de vue, les utilisateurs pour qui chaque service offert est essentiel étaient plus enclins à porter plainte au cours des 12 derniers mois.

	Les données sont essentielles	Générale
% ont porté plainte	33 %	23 %
	Les minutes d'appel sont essentielles	Générale
% ont porté plainte	27 %	23 %
	Les messages texte sont essentiels	Générale
% ont porté plainte	27 %	23 %

Importance des caractéristiques (données démographiques) – Minutes pour appeler

Question B11_2

Dans quelle mesure chacun de ces éléments est important ou serait important pour vous : Minutes pour appeler



Deux utilisateurs sur cinq (40 %) affirment que les données sont un facteur essentiel dans l'évaluation d'un forfait. Les données sont plus importantes chez les utilisateurs de l'Ontario (45 %) que ceux du Québec (32 %). Au Canada, les utilisateurs plus âgés (55 ans et plus) soulignent que les messages texte sont moins importants pour eux (20 %) comparativement à ceux âgés de 35 à 54 ans (59 %) et de 18 à 34 ans (52 %). De même, les francophones (30 %) déclarent que les données ont moins d'importance pour eux lorsqu'ils évaluent un forfait, contrairement aux anglophones (40 %) et aux allophones (53 %).

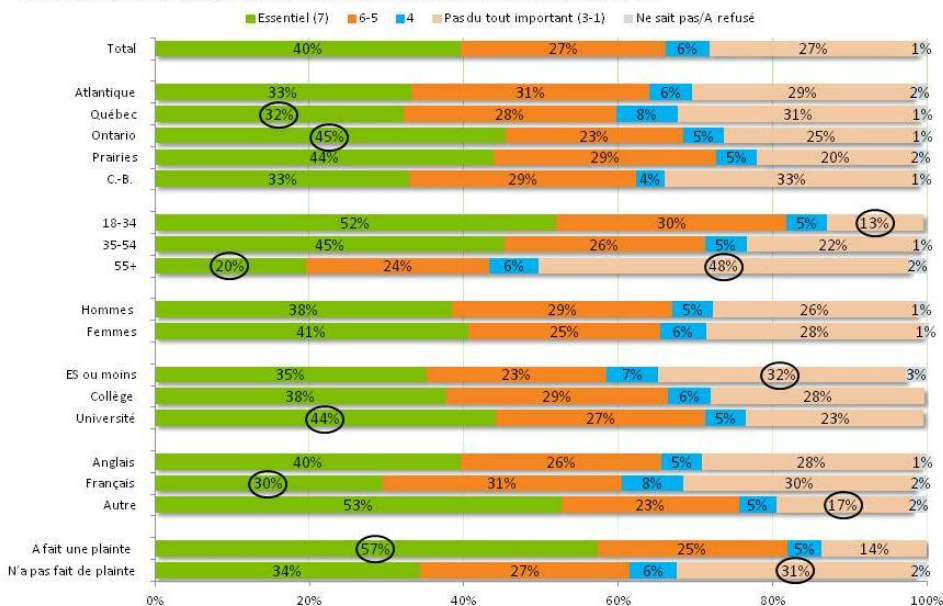
Les utilisateurs titulaires d'un diplôme universitaire indiquent plus souvent que les données sont un facteur essentiel dans l'évaluation d'un forfait (44 %), comparativement à ceux qui détiennent un diplôme d'études secondaires ou de niveau inférieur (35 %).

Les utilisateurs qui ont porté plainte tendent à affirmer que les données sont essentielles : trois sur cinq (57 %) les jugent essentielles, un pourcentage très élevé par rapport à ceux qui n’ont pas porté plainte (34 %).

Importance des caractéristiques (données démographiques) – Données

Question B11_1

Dans quelle mesure chacun de ces éléments est important ou serait important pour vous : Données



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Analyse supplémentaire

Les forfaits offerts ne varient pas beaucoup; la plupart des utilisateurs ont un forfait prépayé individuel comprenant au moins les appels vocaux et les messages texte. Au Canada, les utilisateurs de 55 ans et plus, ou ceux qui sont moins scolarisés, optent plus volontiers pour un forfait prépayé tandis que les utilisateurs d’âge moyen (35 à 54 ans) ont généralement une famille et choisissent donc un forfait familial. Les forfaits partagés sont plus courants au Québec et parmi les francophones.

En ce qui concerne les services compris dans les forfaits, et leur importance pour les utilisateurs, l’âge constitue un facteur déterminant. Il existe manifestement une différence parmi les utilisateurs de ces trois groupes d’âge ayant trait à l’utilisation et à l’importance accordée aux services cellulaires offerts. En général, les Canadiens âgés de 55 ans et plus auront moins tendance à choisir le service de messages texte et à y accorder une grande importance, alors que les utilisateurs de moins de 55 ans déclarent qu’ils seront plus mécontents si l’élément des données de leur forfait est modifié et affirment que, pour eux, les données font partie intégrante de leur forfait.

	Service mobile	18 à 35 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
% avec ce service	Messages texte	95 %	93 %	79 %
	Minutes d'appel	85 %	91 %	85 %
	Données	83 %	74 %	51 %
Modification au service	% de mécontents d'une modification apportée aux données	30 %	22 %	5 %
% essentiel dans un forfait	Messages texte	62 %	59 %	35 %
	Minutes d'appel	46 %	49 %	55 %
	Données	52 %	45 %	20 %

Le Code sur les services sans fil

Services sans fil – Plaintes

Porter plainte

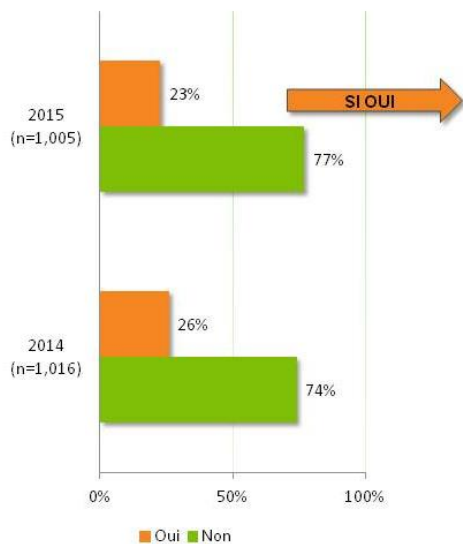
Au Canada, près d'un quart des utilisateurs de téléphone cellulaire ont porté plainte à propos de leurs services sans fil au cours de la dernière année. Pour la plupart des utilisateurs, cela signifiait s'adresser à leur fournisseur de services.

Les plaintes relatives aux services sans fil et le destinataire de ces plaintes sont semblables en 2014 et 2015. Lorsqu'on leur demande s'ils ont porté plainte au cours des 12 derniers mois, 23 % des utilisateurs répondent par l'affirmative, comparativement à 26 % en 2014. Parmi ces utilisateurs, 93 % ont déposé une plainte auprès de leur fournisseur de services sans fil, un pourcentage semblable à l'année précédente. Un petit nombre ont porté plainte ailleurs (5 %) ou étaient incertains (2 %).

Plaintes concernant les services sans fil

Question B4

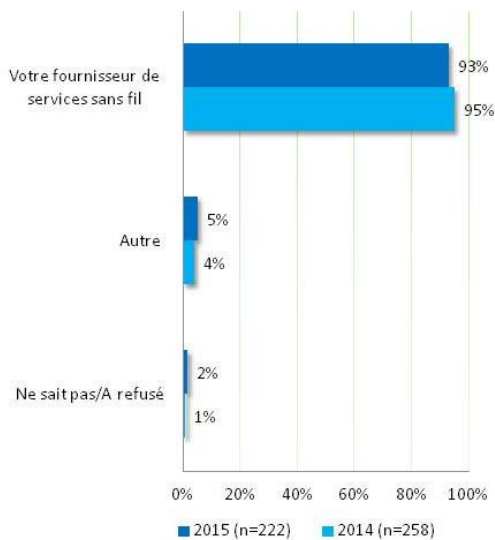
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services sans fil?



Base : Tous les répondants

Question B4a

(SI OUI) Auprès de qui avez-vous déposé votre plainte?



Base : Ceux qui ont déposé une plainte

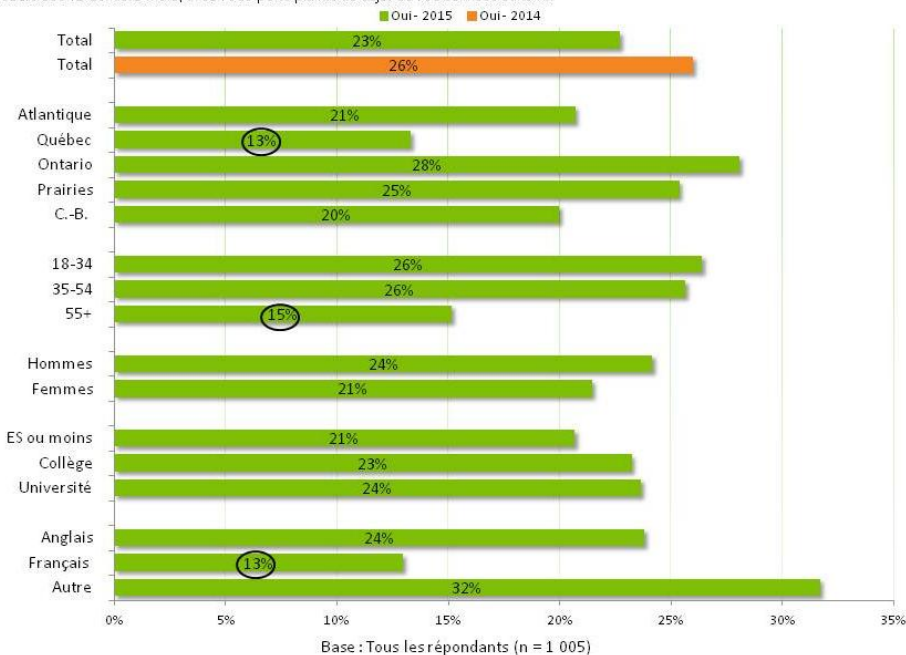
Bien que les pourcentages n'ont à peu près pas changé depuis 2014, il existe tout de même des différences au plan régional et démographique quant au nombre de plaintes :

- C'est l'Ontario qui arrive en tête pour le pourcentage le plus élevé de plaintes (28 %), tandis que le Québec est bon dernier (13 % - beaucoup moins qu'en Ontario et dans les Prairies).
- Les utilisateurs canadiens plus âgés (55 ans et plus) sont ceux qui se plaignent le moins de leurs services sans fil (un pourcentage très inférieur -15 % comparativement à 26 % parmi ceux âgés de moins de 54 ans).
- Ceux dont la langue maternelle n'est ni le français ni l'anglais (32 %) portaient plainte plus souvent, comparativement aux utilisateurs dont la langue maternelle est le français (13 %). Les francophones portent plainte moins souvent que les deux autres groupes, ce qui correspond aux résultats selon les régions (le Québec par rapport au reste du Canada).

Plaintes concernant les services sans fil (données démographiques)

Question B4

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

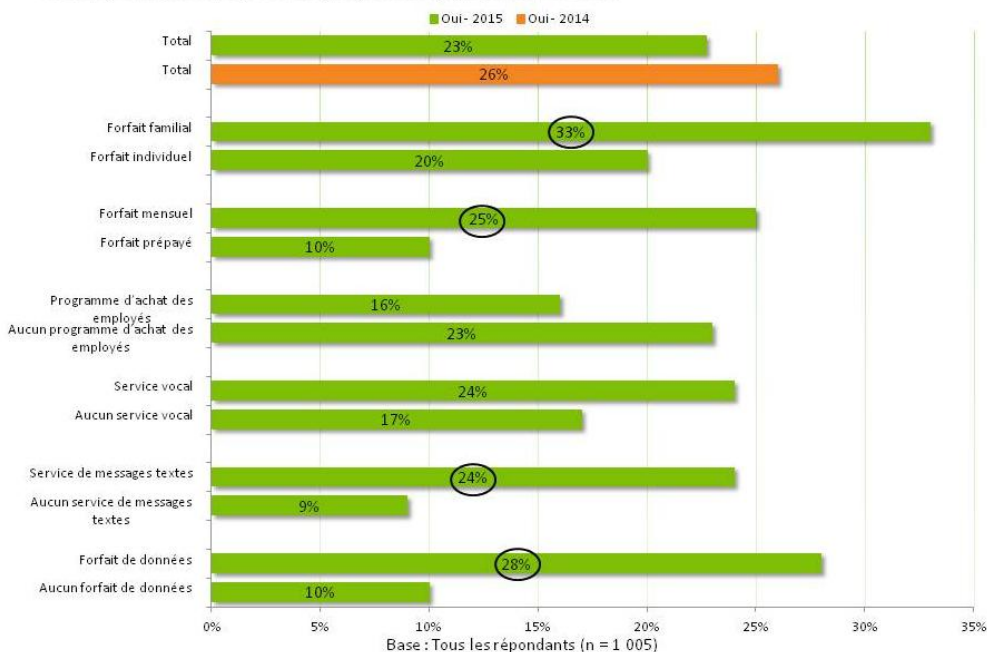


Les utilisateurs qui ont un forfait familial ont porté plainte en plus grand nombre au cours des 12 derniers mois comparativement à ceux ayant opté pour un forfait individuel. De même, les utilisateurs qui ont un forfait mensuel ont déposé un nombre plus élevé de plaintes que ceux qui ont choisi un forfait prépayé (peut-être en raison du peu d’obligations contractuelles et de la relative facilité à mettre fin à la relation avec le fournisseur par rapport au forfait mensuel). Les utilisateurs dont le forfait comprend les services de messages texte et de données se sont plaint plus souvent que ceux n’ont pas de ces services.

Plaintes concernant les services sans fil (type de service)

Question B4

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



Comme mentionné, les utilisateurs qui ont porté plainte sont en général ceux dont le forfait comprend les messages texte et les données et qui affirment que chacun de ces services est essentiel dans leur forfait.

	Service mobile	A porté plainte	N'a pas porté plainte
% avec ce service	Messages texte	95 %	88 %
	Minutes d'appel	90 %	86 %
	Données	86 %	66 %
% essentiel dans un forfait	Messages texte	63 %	50 %
	Minutes d'appel	58 %	47 %
	Données	57 %	34 %

Cela suggère que les utilisateurs qui ont eu un différend quelconque avec leur fournisseur se montrent généralement plus méfiants envers leur fournisseur et leur forfait.

Lorsqu'on leur demande quel serait l'élément qui les contrarierait le plus s'il était modifié, on ne constate pas de différences marquantes avec les utilisateurs qui n'ont pas porté plainte, sauf que pour les utilisateurs qui ont porté plainte, les données sont plus importantes que les messages texte et les appels vocaux.

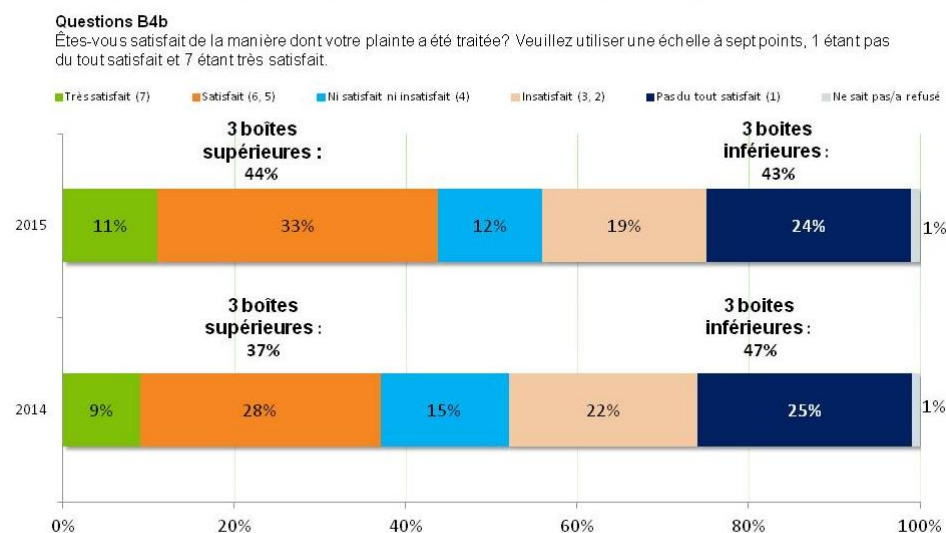
	Service mobile	A porté plainte	N'a pas porté plainte
% de mécontents d'une modification apportée à cet élément	Forfait d'utilisation de données	25 %	18 %
	Frais d'itinérance au Canada et à l'étranger	18 %	18 %
	Messages texte	11 %	17 %
	Période d'engagement/durée du contrat	18 %	14 %
	Appels vocaux	8 %	13 %
	Prix	4 %	4 %
	Ne sais pas/refusé	10 %	13 %

Règlement des plaintes

Quoique les plaintes ne soient pas toujours résolues, on constate une légère augmentation du taux de satisfaction quant au règlement des plaintes depuis 2014.

Le pourcentage de clients ayant porté plainte à propos de leurs services de téléphonie sans fil qui se disent satisfaits (44 %) du règlement était comparable au pourcentage de clients non satisfaits (43 %). Près de la moitié des utilisateurs qui ont déposé une plainte (43 %) étaient insatisfaits du règlement de leur plainte (avec une cote de 1, 2 ou 3 sur une échelle de 7 points); un quart des utilisateurs (24 %) confirmaient être extrêmement satisfaits. Par ailleurs, un utilisateur sur dix (11 %) était extrêmement satisfait du résultat, et 33 % étaient relativement satisfaits. Cela représente une amélioration depuis l'année précédente, mais la différence n'est pas marquée entre 2014 et 2015.

Satisfaction concernant le traitement de la plainte



Base : Ceux qui ont déposé une plainte (n = 222)

Au Canada, plus de la moitié des utilisateurs de téléphone cellulaire savent qu'ils peuvent porter plainte auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) au sujet de leurs problèmes de services sans fil.

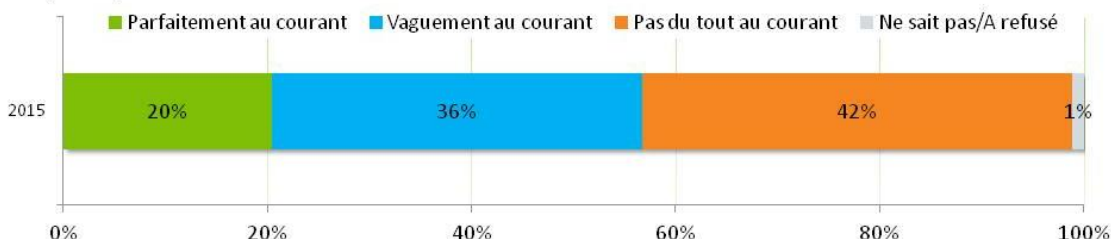
Deux utilisateurs sur dix (20 %) déclarent être au courant du droit de se plaindre, 36 % ont une vague connaissance de ce droit et un peu moins de la moitié (42 %) ne le sont pas du tout. La question qui a été posée en 2015 était formulée différemment qu'en 2014; on demandait alors aux utilisateurs s'ils avaient reçu de l'information au moment de la signature du contrat sur la manière de porter plainte auprès du CPRST pour des problèmes de services sans fil. Par conséquent, il est impossible de comparer directement les réponses obtenues en 2014 et 2015.

En 2014, 76 % des utilisateurs ne se rappelaient pas avoir reçu de l'information à ce sujet au moment de la signature du contrat, seulement 13 % s'en souvenaient et 12 % étaient incertains.

Information sur la façon de communiquer avec le CPRST

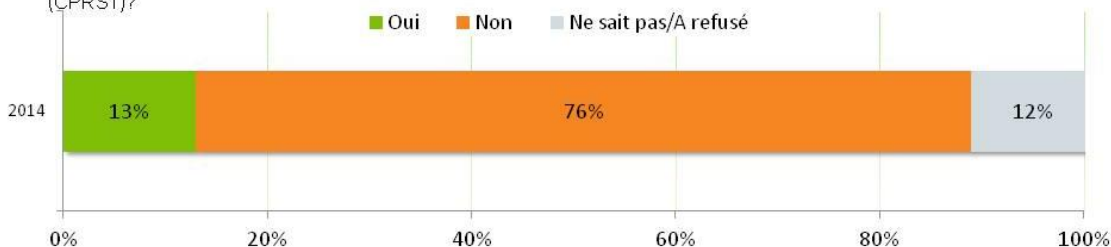
Questions B5

2015 - Dans quelle mesure êtes-vous au courant que vous avez le droit de déposer une plainte au sujet de vos problèmes de services sans fil auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)?



Questions B5

2014 - Lorsque vous avez signé votre contrat ou conclu votre entente, vous a-t-on avisé que vous pouviez déposer une plainte au sujet des services sans fil auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Les personnes les plus sensibilisées au droit de se plaindre sont celles détenant un diplôme d'études secondaires ou de niveau inférieur (27 % ont répondu dans l'affirmative parmi les utilisateurs ayant fait des études secondaires ou une scolarité moindre, un pourcentage supérieur à celui de 21 % parmi les utilisateurs titulaires d'un diplôme d'études collégiales et de 17 % parmi les détenteurs d'un diplôme universitaire). Environ un tiers des utilisateurs plus âgés au Canada (29 % des 55 ans et plus) sont au courant de ce droit comparativement à ceux âgés de 35 à 54 ans (18 %) et de 18 à 34 ans (14 %). Les utilisateurs dont la langue maternelle n'est ni l'anglais ni le français (15 %)

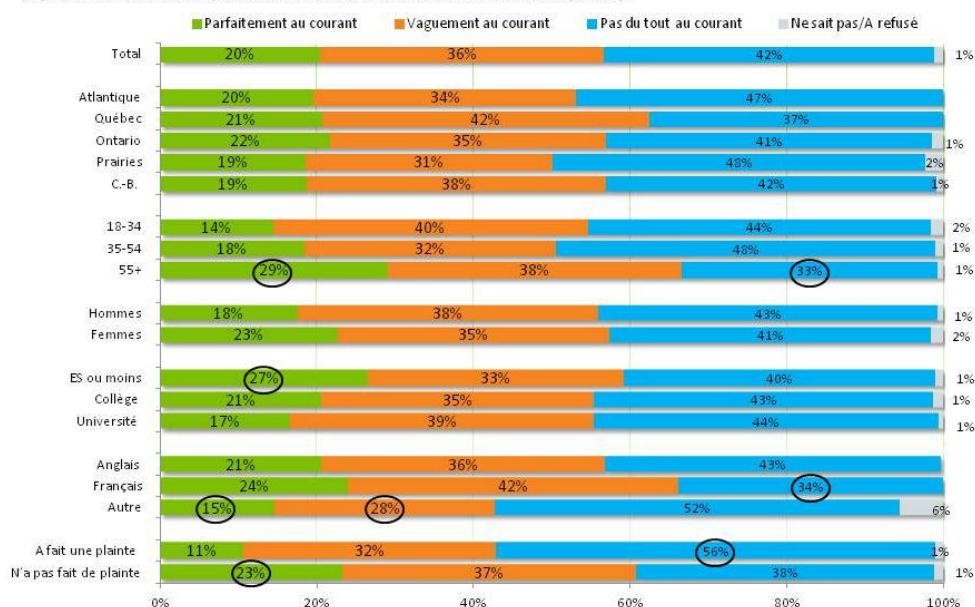
connaissent peu le mandat du CPRST comparativement à ceux dont la langue maternelle est l'anglais (21 %) ou le français (24 %).

Même si les utilisateurs se plaignent pratiquement tous à leur fournisseur de services sans fil et non auprès du CPRST, il est important de retenir qu'un client doit d'abord porter plainte auprès de son fournisseur, et s'il n'est pas satisfait du règlement de sa plainte, peut ensuite s'adresser au CPRST. Soulignons que parmi les personnes qui ont déposé une plainte, plus de la moitié d'entre elles (56 %) déclarent ne pas avoir été au courant de leur droit de se plaindre auprès du CPRST en cas de problèmes avec leurs services sans fil (comparativement à 38 % parmi celles n'ayant pas porté plainte).

Information sur la façon de communiquer avec le CPRST (données démographiques)

Question B5

Dans quelle mesure êtes-vous au courant que vous avez le droit de déposer une plainte au sujet de vos problèmes de services sans fil auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Même si l'échantillonnage était faible, les résultats révèlent que plus les utilisateurs sont sensibilisés à leur droit de porter plainte auprès du CPRST, plus ils sont satisfaits du règlement de leur plainte (s'ils ont déposé une plainte).

Le droit de se plaindre auprès du CPRST

Satisfaction avec le règlement des plaintes	Parfaitement au courant	Vaguement au courant	Pas du tout au courant
Extrêmement satisfait (7)	17 %	14 %	7 %
Satisfait (6, 5)	47 %	37 %	28 %
Aucun (4)	10 %	20 %	9 %
Insatisfait (2, 3)	16 %	9 %	25 %
Extrêmement insatisfait (1)	10 %	18 %	31 %

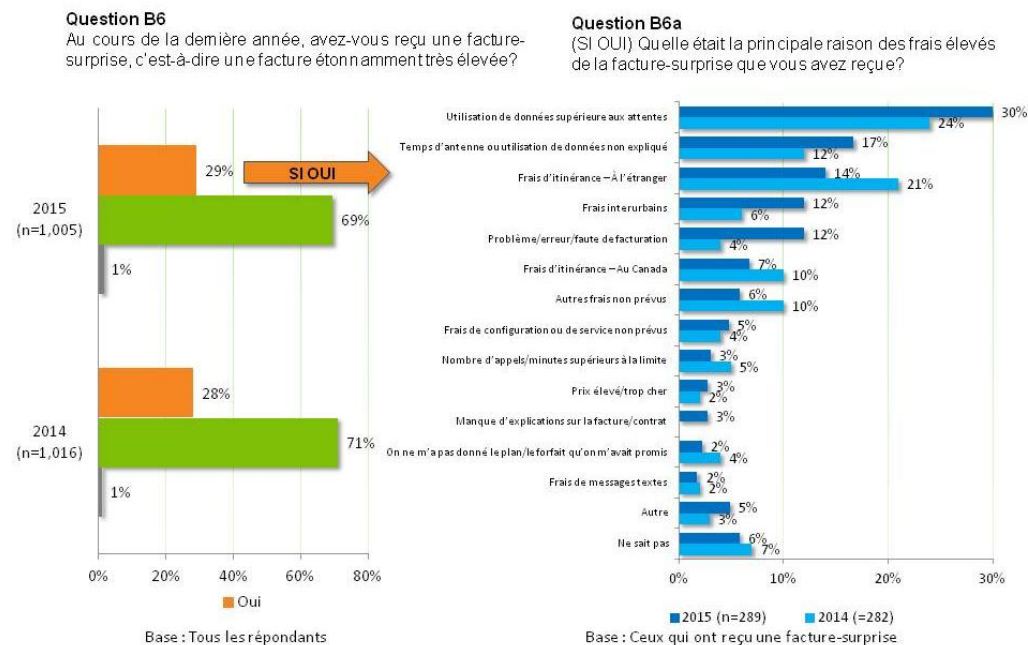
Un nombre assez important d'utilisateurs de téléphone cellulaire ont reçu une facture-surprise au cours de l'année dernière, qui concerne aussi bien

L’utilisation élevée de données que les frais interurbains et les problèmes de facturation.

Trois utilisateurs sur dix (29 %) affirment avoir reçu une facture très élevée au cours des 12 derniers mois, un pourcentage pratiquement semblable à celui de 28 % obtenu en 2014. Les principaux motifs de factures-surprises sont une utilisation élevée de données (30 %) et une utilisation de données ou de temps d’antenne inexpliqués (17 %), ensuite des frais d’itinérance à l’étranger (14 %) et des frais interurbains et des problèmes de facturation (12 % respectivement). Il y avait aussi des frais supplémentaires ou imprévus (6 %) ainsi que des frais d’établissement ou de service (5 %).

Comparativement à 2014, les frais d’itinérance à l’étranger ont substantiellement diminué passant de 21 % à 14 %; il est raisonnable de croire que cette baisse résulte des modifications apportées au Code sur les services sans fil. Les frais interurbains et les problèmes de facturation ont augmenté de 6 % et de 4 % (pour atteindre 12 % respectivement) et ces hausses peuvent être attribuables en partie à la baisse des frais d’itinérance qui semble augmenter la fréquence des autres raisons mentionnées.

Factures-surprises



Sur le plan régional, les factures-surprises sont plus rares au Québec (18 %). Au Canada, les utilisateurs plus âgés (55 ans et plus) ont indiqué être bien moins étonnés des frais encourus au cours de la dernière année (seulement 20 %) par rapport à 35 % des utilisateurs de 18 à 34 ans et à 32 % des utilisateurs de 35 à 54 ans (probablement en raison d’une utilisation limitée de données).

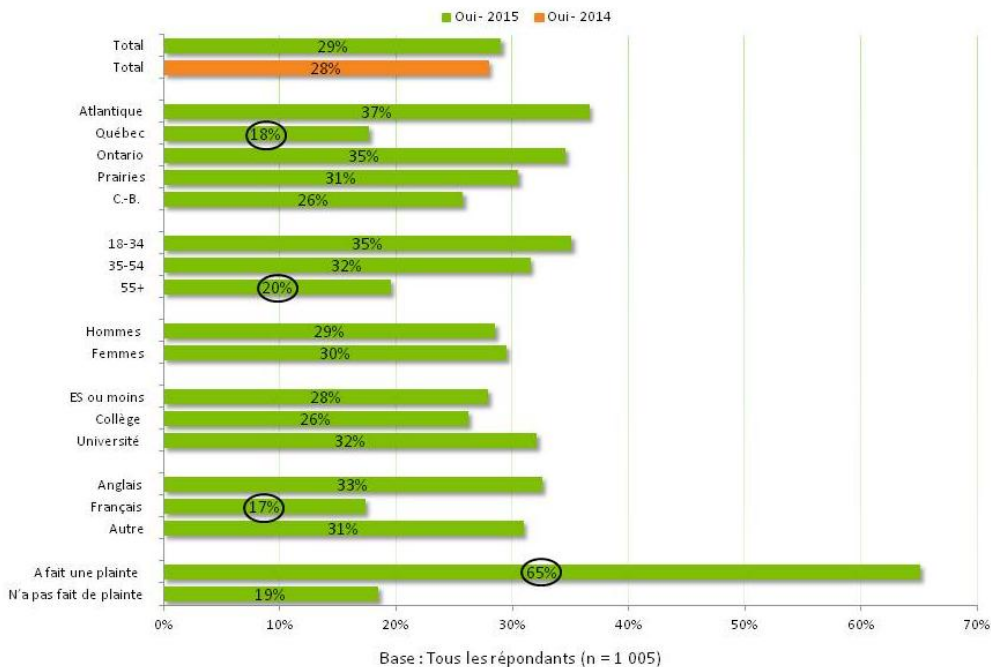
La corrélation entre une plainte et une facture-surprise montre que, parmi ceux qui ont porté plainte, 65 % avait reçu une facture-surprise, ce qui laisse

supposer que de nombreuses plaintes concernent souvent un problème de facturation. C’est un résultat statistiquement significatif.

Factures-surprises (données démographiques)

Question B6

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



Il existe une différence appréciable entre ceux qui ont un forfait familial et ceux qui ont un forfait individuel dans le cas d’une facture-surprise. En effet, plus le nombre de personnes associées à un même forfait est élevé et plus il est probable de dépasser l’utilisation de données ou les minutes d’appel prévues ou encore de subir des frais d’itinérance.

	Forfait individuel	Forfait familial
% ayant reçu une facture-surprise	26 %	40 %

Contrats de service sans fil

Clarté du contrat

De même qu’en 2014, une majorité des utilisateurs de téléphone cellulaire canadiens disent bien comprendre leur contrat ou entente de service¹.

¹ Aux fins de ce sondage, les participants ont été informés que les questions portaient sur leur entente de service, peu importe s’ils ont signé un contrat pour une période déterminée, s’ils ont un forfait mensuel ou s’ils utilisent des cartes prépayées.

Plus des deux tiers des participants (68 %) déclarent que leur contrat est clair et facile à comprendre, et lui attribue une cote de 5, 6 ou 7 sur une échelle de 7 points – environ un quart d’entre eux (24 %) lui ont accordé la plus haute cote, ce qui indique une extrême clarté. Seuls 15 % indiquent que leur contrat n’est pas clair ou est difficile à comprendre (cote 1, 2 ou 3 sur une échelle de 7 points) alors que 9 % restent neutres. Le reste des participants affirment ne pas avoir de contrat (4 %), ne pas être certains (3 %) ou avouent ne pas avoir lu l’entente (1 %).

Il n’est pas étonnant qu’il y ait un lien entre le degré de clarté d’un contrat et le nombre de plaintes au sujet de problèmes de services sans fil. Les personnes qui ont porté plainte jugeaient que leur contrat n’était pas clair et le trouvaient difficilement compréhensible (27 %), 17 % sont restées neutres. Ces deux pourcentages sont considérablement plus élevés que ceux associés aux utilisateurs qui n’ont pas déposé de plainte. Parallèlement, sept personnes sur dix (73 %) n’ayant pas porté plainte ont déclaré leur contrat clair et 27 % extrêmement clair (avec la plus haute cote, soit 7 sur 7).

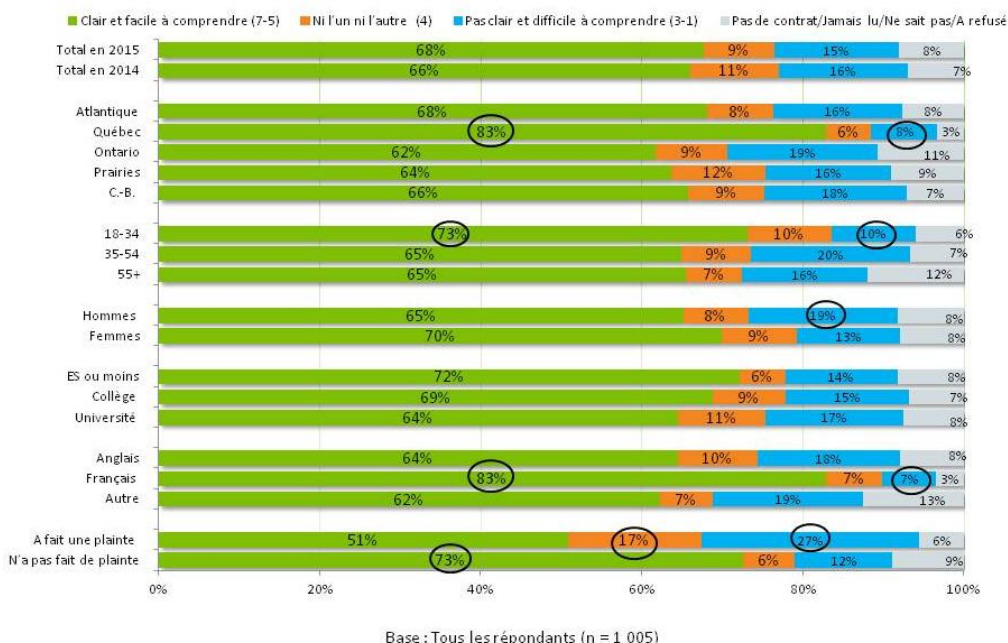
Il faut toutefois tenir compte de certains écarts démographiques. Cette situation comporte des variations régionales qui pourraient s’expliquer par la disponibilité et la popularité de certains fournisseurs de télécommunications offrant aux clients différents types de contrats :

- Les contrats au Québec semblent les plus faciles à comprendre, puisque huit utilisateurs sur dix (83 %) les trouvent clairs et facilement compréhensibles comparativement à 68 % au Canada atlantique, 66 % en Colombie-Britannique, 64 % dans les Prairies et au dernier rang, l’Ontario avec 62 %.
 - On remarque que 40 % des Québécois attribue la cote 7, la plus élevée, plus du double par rapport aux utilisateurs des Prairies (18 %) ou de l’Ontario et du Canada atlantique (20 %).
- Les Canadiens de moins de 35 ans apprécient davantage la clarté de leur contrat que les utilisateurs de 35 ans et plus (73 % contre 65 %).
- Les hommes (19 %) ont tendance à trouver la formulation de leur contrat moins claire que les femmes (13 %).
- Ceux dont la langue maternelle est le français (83 %) apprécient davantage la clarté de leur contrat que ceux dont la langue maternelle est l’anglais (64 %) ou une autre langue (62 %).
- En général, la clarté de la formulation des contrats reste inchangée depuis 2014.

Clarté du libellé du contrat (données démographiques)

Question B1

Lorsque vous avez conclu un contrat ou une entente, est-ce que c'était clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant pas clair du tout et difficile à comprendre et 7 étant très clair et facile à comprendre.



En ce qui a trait à la clarté des contrats, on a seulement demandé aux participants de faire état des explications que leur avait données leur fournisseur de services pour justifier les de résiliation anticipée de leur contrat.

Explications relatives aux frais

Plus de la moitié des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire affirment que leur fournisseur de services a clairement indiqué les frais applicables en cas de résiliation anticipée de leur contrat.

Un quart (26 %) des répondants indiquent que les explications fournies à ce sujet étaient très claires et ont accordé à leur fournisseur de services la note la plus élevée sur une échelle à sept points. À l'inverse, environ la moitié de ce nombre (11 %) a donné la note la plus faible (1 sur 7) à leur fournisseur de services, affirmant que les explications fournies n'étaient pas claires du tout. Dans l'ensemble, plus d'un quart des répondants (27 %) ont donné à leur fournisseur de services une note insatisfaisante (1-3) relativement aux explications fournies au sujet des frais de résiliation. Quant au reste des répondants, 8 % ont donné une réponse neutre, 4 % ont affirmé ne pas avoir de contrat, 1 % ont indiqué ne jamais avoir lu l'entente et 5 % se sont déclarés incertains. Le pourcentage de répondants affirmant avoir clairement compris les explications fournies a connu une hausse statistiquement significative, passant de 50 % en 2014 à 56 % en 2015.

Une fois encore, une corrélation peut être établie avec le dépôt de plaintes. Parmi les répondants ayant présenté une plainte, deux sur cinq (42 %) ont indiqué que cet aspect de leur contrat n'était pas clair et était difficile à comprendre; parmi eux, un sur cinq (21 %) a affirmé que cet aspect n'était pas

clair du tout (accordant ainsi à leur fournisseur de services une note de 1 sur 7). Ce pourcentage est beaucoup plus élevé que celui des répondants n’ayant pas déposé de plainte et ayant considéré que cet aspect de leur contrat n’était pas clair (22 %). Le pourcentage des répondants affirmant avoir clairement compris est nettement plus élevé parmi les répondants n’ayant pas déposé de plainte (60 %) que parmi les répondants ayant déposé une plainte (43 %).

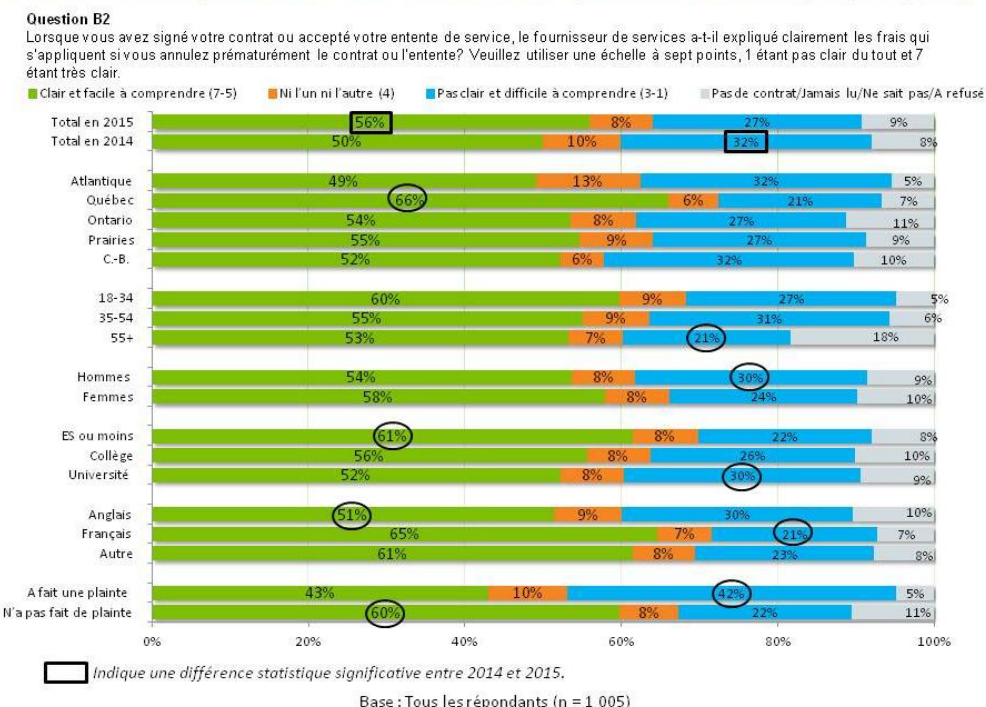
Un examen régional dans l’ensemble du pays permet de constater que les renseignements relatifs aux frais de résiliation sont considérés comme les plus clairs (dans un pourcentage nettement plus élevé) par les résidents du Québec (66 %). Cette situation pourrait résulter de l’existence d’une législation similaire régissant les frais de résiliation qui a été adoptée au Québec et est entrée en vigueur en juin 2010. Cette différence pourrait également découler du fait que les utilisateurs et les fournisseurs de services au Québec ont disposé de plus de temps pour s’adapter à ces règles plus rigoureuses.

Les Canadiens propriétaires de tout au plus un diplôme d’études secondaires (61 %) sont beaucoup plus susceptibles de considérer comme clairs les renseignements relatifs aux frais de résiliation par rapport aux Canadiens ayant une formation collégiale (56 %) ou une formation universitaire (52 %).

Les renseignements relatifs aux frais de résiliation sont jugés les moins clairs parmi les Canadiens plus jeunes (31 % des Canadiens âgés de 35 à 54 ans et 27 % des Canadiens âgés de 18 à 34 ans), par rapport aux Canadiens plus âgés (55 ans et plus) (21 %). De la même manière, les hommes (30 %) estiment ces renseignements peu clairs que les femmes (24 %).

Les répondants dont la langue maternelle est l’anglais (51 %) sont nettement moins enclins à considérer comme clairs les renseignements relatifs aux frais de résiliation, par rapport aux francophones (65 %) et aux répondants dont la langue maternelle est autre que l’anglais ou le français (61 %).

Clarté des explications du fournisseur (données démographiques)



Changement de forfait

Un Canadien sur six propriétaires d’un téléphone cellulaire a constaté que son fournisseur de services avait changé son forfait sans l’en informer.

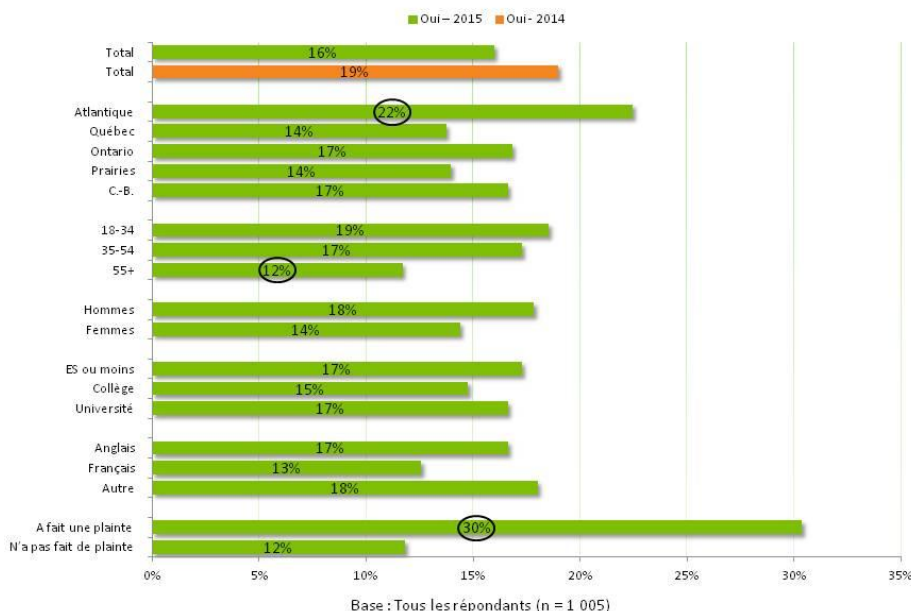
À l’échelle nationale, 16 % des répondants ont affirmé avoir vécu une expérience semblable. Toutefois, le nombre de répondants est beaucoup plus élevé dans les provinces de l’Atlantique (22 %) qu’il ne l’est en Ontario et en Colombie-Britannique (17 %), et dans les Prairies et au Québec (14 %). Seulement 12 % des Canadiens plus âgés (55 ans et plus) ont signalé avoir été vécu une situation similaire. Ce pourcentage est beaucoup plus faible que celui obtenu parmi les répondants âgés de 18 à 34 ans (19 %) et les répondants âgés de 35 à 54 ans (17 %).

On constate une différence importante chez les répondants ayant déposé une plainte : parmi ceux-ci, trois sur dix (30 %) affirment avoir constaté le changement de forfait effectué par leur fournisseur de services. Au contraire, seulement 12 % des répondants n’ayant pas déposé de plainte ont établi le même constat. Cette différence est statistiquement significative. Il reste à savoir si cette raison est à l’origine du dépôt des plaintes ou si ces répondants sont simplement plus susceptibles de surveiller plus étroitement tout changement apporté dans les services fournis.

Modifications apportées au forfait par le fournisseur (données démographiques)

Questions B3

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



Changement de fournisseur

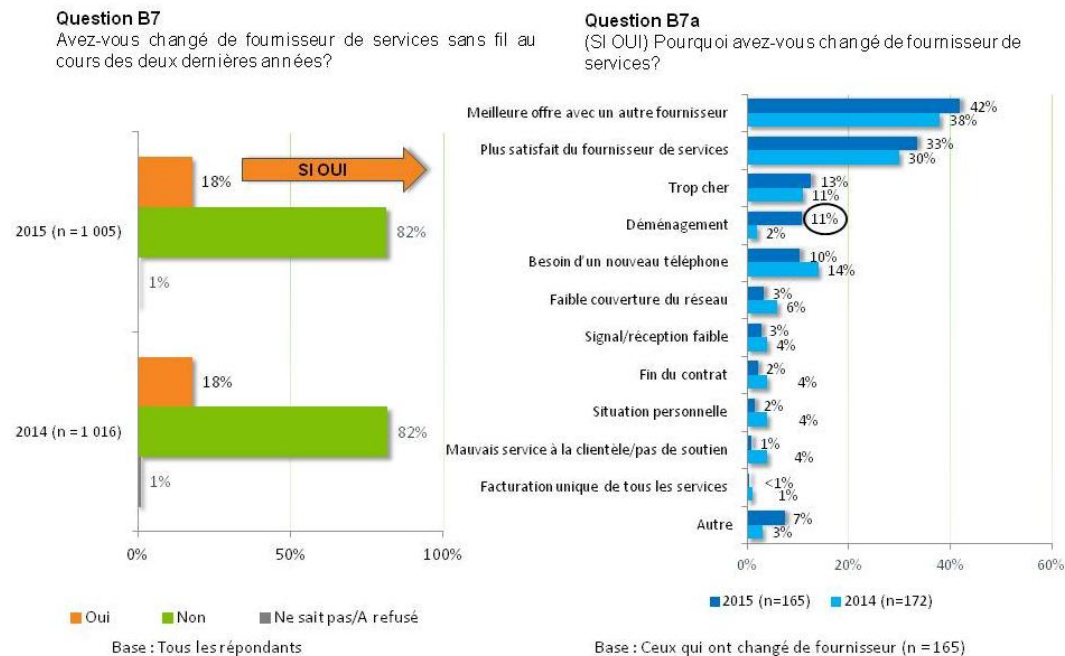
Près d’un Canadien sur cinq propriétaires d’un téléphone cellulaire a changé de fournisseur au cours des deux dernières années; le prix a souvent été un facteur à l’origine de cette décision.

Le nombre de Canadiens ayant changé de fournisseur au cours des deux dernières années, ainsi que les raisons les ayant amenés à effectuer un tel changement sont conformes aux constats de 2014.

L’obtention d’une meilleure offre d’un autre fournisseur (42 %) et les frais trop élevés pour les services fournis (13 %) ont tous deux été mentionnés par plus de la moitié des tous les répondants parmi les raisons à l’origine du changement de fournisseur. L’insatisfaction générale à l’égard d’un fournisseur de services constitue également une raison fréquemment invoquée (33 %). Le remplacement d’un appareil a aussi été invoqué par 10 % des répondants pour expliquer leur décision de changer de fournisseur. Les problèmes relatifs aux services, comme une mauvaise couverture du réseau (3 %) et une mauvaise réception (3 %), sont aussi des raisons mentionnées pour justifier un changement de fournisseur.

Une différence importante est observée dans le nombre de répondants ayant changé de fournisseur en raison d’un déménagement (de 2 % à 11 %). Néanmoins, il convient de signaler que la taille de l’échantillon utilisé pour cette question est petite, et la prudence est requise lors de l’examen des raisons de ce changement.

Changement de fournisseur de services sans fil



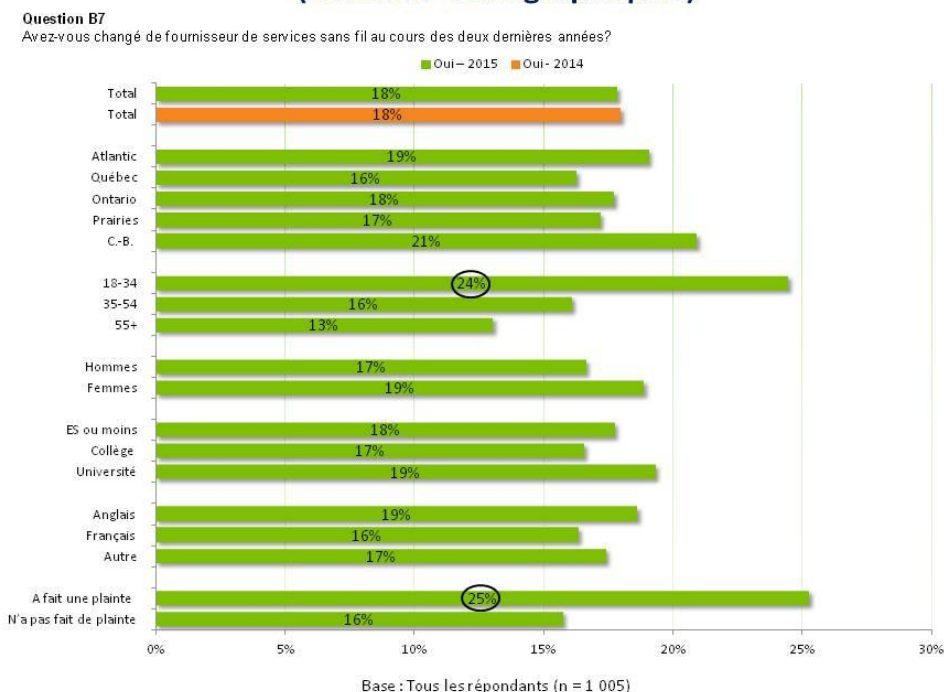
À l’échelle nationale, 18 % de répondants ont changé de fournisseur de services au cours des deux dernières années, à l’instar de 2014 (18 %).

Toutefois, les Canadiens plus âgés (55 ans et plus) sont satisfaits de rester avec leur fournisseur. Dans ce groupe, seulement 13 % des répondants ont changé de fournisseur, comparé à 16 % des répondants âgés de 35 à 54 ans et un quart (24 %) des répondants âgés de 18 à 34 ans. Les Canadiens plus jeunes (âgés de

18 à 34 ans) sont beaucoup plus susceptibles de changer de fournisseur de services.

Parmi les répondants ayant déposé une plainte, un quart (25 %) a fini par changer de fournisseur. Ce pourcentage est nettement plus élevé que celui associé aux répondants n’ayant pas déposé de plainte (16 %).

Changement de fournisseur de services sans fil (données démographiques)

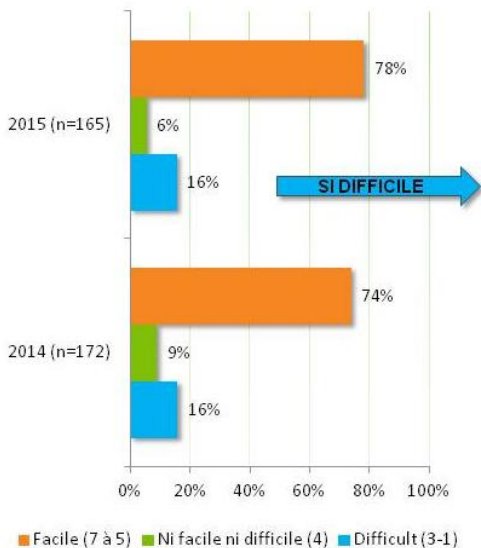


Pour la plupart des répondants (tout comme l’an dernier), changer de fournisseur a été facile. Près de la moitié des répondants (47 %) affirment qu’un tel changement a été très facile, accordant une note de 7 sur 7 sur une échelle à sept points, tandis qu’une autre tranche de 32 % des répondants déclare qu’un tel changement s’est révélé plutôt facile. Seulement 16 % des répondants affirment que le changement de fournisseur a été difficile (1, 2 ou 3 sur une échelle à sept points). Dans ce groupe, le coût élevé associé à la résiliation du contrat a généralement constitué l’élément dissuasif du changement de fournisseur, à l’instar des résultats obtenus en 2014. Une hausse des problèmes techniques a été invoquée. Toutefois, cette hausse n’est pas statistiquement significative par rapport à 2014 en raison de la petite taille des échantillons.

Degré de facilité pour changer de fournisseur de services

Question B7b

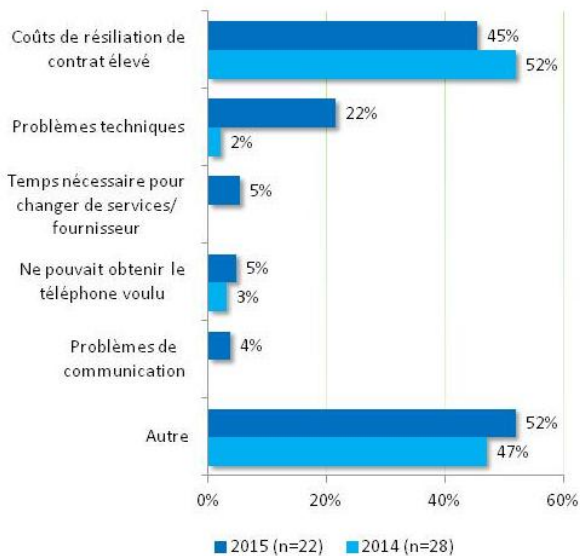
A-t-il été facile de changer de fournisseur de services? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant très difficile et 7 étant très facile.



Base : Ceux qui ont changé de fournisseur

Question B7c

(SI DIFFICILE) Pourquoi vous a-t-il été difficile de changer de fournisseur de services?



Base : Ceux qui ont eu de la difficulté à changer de fournisseur

Le Code sur les services sans fil

Le Code sur les services sans fil est entré en vigueur le 2 décembre 2013 et a établi des lignes directrices à l'intention des fournisseurs de services. Le Code aide les consommateurs à prendre des décisions éclairées et à assurer un marché des services sans fil plus concurrentiel.

Après avoir entendu cette explication au sujet du Code, 19 % des propriétaires de téléphone cellulaire affirment se souvenir clairement d'avoir entendu ou lu quelque chose à cet égard. Une autre tranche de 31 % des répondants se souvient vaguement d'avoir entendu ou lu quelque chose au sujet du Code, tandis que 48 % d'entre eux n'ont jamais entendu parler du Code (ces pourcentages diffèrent peu de ceux obtenus en 2014, qui s'établissaient à 22 %, 30 % et 46 %, respectivement). Les annonces dans les médias ont joué un rôle prédominant dans la sensibilisation du public (85 %), tandis que les amis et la famille ont représenté 13 %. D'autres facteurs ont permis aux répondants de se rappeler de l'existence du Code, y compris les médias sociaux (5 %), le fournisseur de services (4 %) de même qu'Internet ou un collègue (2 %, respectivement).

Rappel du Code sur les services sans fil

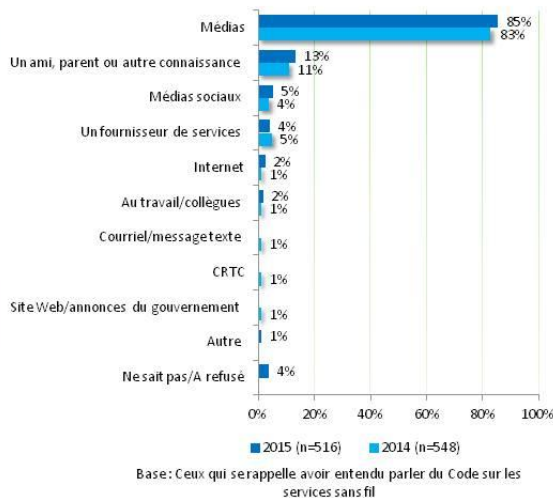
Question B8

Le 2 décembre 2013, le Code sur les services sans fil est entré en vigueur et a établi des lignes directrices à l'intention des fournisseurs de services. Ce Code aide les consommateurs à prendre des décisions éclairées et à assurer un marché des services sans fil concurrentiel. Vous rappelez-vous clairement, vaguement, ou pas du tout si vous avez entendu ou lu quelque chose au sujet de ce Code?



Question B8a

(Si s'en rappelle) Comment en avez-vous entendu parler?



Dans l'ensemble du pays, le souvenir de l'existence du Code est beaucoup plus faible au Québec (13 %) que dans toute autre région; il est nettement plus élevé en Ontario (23 %). Les répondants provenant des Prairies sont beaucoup plus susceptibles de n'avoir aucun souvenir du Code (57 %). Les plus jeunes propriétaires de téléphone cellulaire (18 à 34 ans) sont beaucoup moins susceptibles d'avoir entendu parler du Code que les répondants plus âgés. Dans ce groupe, 13 % des répondants affirment se souvenir clairement d'avoir entendu parler du Code, tandis que 26 % d'entre eux ne s'en souviennent que de manière vague. Chez les répondants âgés de 35 à 54 ans, ces pourcentages

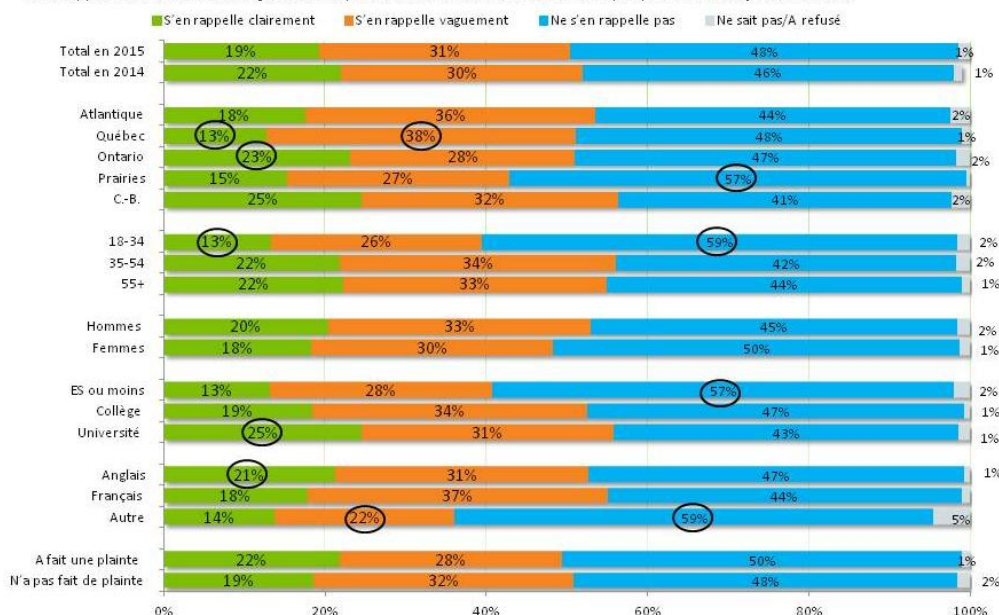
s'établissent à 22 % et à 34 %, respectivement, tandis qu'ils représentent 22 % et 33 % dans le groupe des répondants les plus âgés (55 ans et plus).

Le souvenir de l'existence du Code parmi les répondants ayant une formation universitaire (25 %) est beaucoup plus élevé par rapport à celui des répondants ayant une formation collégiale (19 %) ou ayant tout au plus un diplôme d'études secondaires (13 %). De la même manière, le souvenir de l'existence du Code des répondants dont la langue maternelle est l'anglais (21 %) est beaucoup plus élevé que celui des répondants dont la langue maternelle est le français (18 %) ou des répondants dont la langue maternelle est autre que l'anglais ou le français (14 %).

Rappel du Code sur les services sans fil (données démographiques)

Question B8

Le 2 décembre 2013, le Code sur les services sans fil est entré en vigueur et a établi des lignes directrices à l'intention des fournisseurs de services. Ce Code aide les consommateurs à prendre des décisions éclairées et à assurer un marché des services sans fil concurrentiel. Vous rappelez-vous clairement, vaguement, ou pas du tout si vous avez entendu ou lu quelque chose au sujet de ce Code?



Base : Tous les répondants (n = 1 005)

Méthodologie du sondage

Harris/Decima a effectué un sondage téléphonique auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus.

Aperçu de la méthodologie

La présente recherche a consisté en un sondage téléphonique réalisé auprès d'adultes canadiens âgés de 18 ans et plus, et propriétaires de leur propre téléphone cellulaire. En particulier, des entrevues ont été menées auprès de 1 005 Canadiens sur un échantillonnage aléatoire comprenant des propriétaires de téléphone cellulaire et des propriétaires de téléphone fixe. Un échantillon de cette taille provenant d'entrevues menées auprès de la population canadienne est censé produire des résultats estimés fiables à plus ou moins 3,1 %, 19 fois sur 20 échantillons.

La présente recherche visait à réaliser la même proportion d'entrevues par rapport à l'échantillon comparable de propriétaires de téléphone cellulaire en 2014. Cette approche assure la cohérence et garantit également que les personnes utilisant surtout un téléphone cellulaire (ou vivant dans un foyer ne disposant que d'un téléphone cellulaire) sont incluses dans le même échantillonnage. L'échantillon définitif de 1 005 Canadiens adultes comprenait 35 % d'entrevues avec des propriétaires de téléphone cellulaire et 65 % d'entrevues avec des propriétaires de téléphone fixe. Le sondage, d'une durée moyenne de neuf minutes, a été effectué entre le 23 février et le 11 mars 2015 en anglais et en français.

En 2014, des entrevues auprès d'un échantillon représentatif de Canadiens comprenant des personnes qui possédaient uniquement un téléphone fixe avaient été menées afin d'obtenir un échantillon pleinement représentatif de la population canadienne en général, favorisant ainsi des résultats de suivi cohérents en ce qui concerne des questions liées aux connaissances et aux attitudes relatives au CRTC. Cette condition n'étant plus nécessaire pour la série actuelle de sondages, seuls des propriétaires de téléphone cellulaire ont fait l'objet d'une entrevue. Au total, 1 005 propriétaires de téléphone cellulaire admissibles ont été contactés en 2015. Leurs réponses ont été comparées à celles des 1 016 répondants identifiés comme des propriétaires de téléphone cellulaire lors du sondage de 2014.

Le plan d'échantillonnage visait à garantir un échantillon représentatif des propriétaires de téléphone cellulaire dans l'ensemble du Canada. Pour cette raison, des quotas régionaux et démographiques minimums ont été établis :

Caractéristiques	Quota minimum	Total
Région		
Canada atlantique	100	
Québec	200	1 000
Ontario	385	

Prairies	200	
Colombie-Britannique et Territoires	115	
Sexe		
Homme	500	1 000
Femme	500	
Âge		
18-34 ans	220	
35-54 ans	415	1 000
55 ans et plus	365	
Échantillon		
Échantillon de propriétaires de téléphone fixe	650	1 000
Échantillon de propriétaires de téléphone cellulaire	350	

Les données du sondage ont été pondérées en utilisant les statistiques relatives à la propriété d'un téléphone tirées du Recensement de 2011 de Statistique Canada afin qu'elles représentent la population générale du Canada, conformément aux variables relatives au sexe, à l'âge, à la région et au taux de pénétration du téléphone cellulaire.

De plus amples détails concernant l'approche utilisée pour réaliser ce sondage sont présentés ci-dessous.

Conception du questionnaire

Harris/Decima a examiné le questionnaire fourni par le CRTC pour s'assurer que toutes les questions étaient formulées de façon appropriée. En outre, de nouvelles questions ont été ajoutées au questionnaire pour satisfaire aux objectifs du CRTC. La durée totale du sondage était d'environ neuf minutes.

Essai préalable au sondage

Avant son parachèvement, le sondage téléphonique a fait l'objet d'un essai préalable le 23 février 2015 dans les deux langues officielles pour garantir que les renseignements recherchés puissent être obtenus. Au total, 10 entrevues dans chacune des deux langues officielles ont été effectuées. En moyenne, neuf minutes ont été requises pour réaliser le sondage lors de l'essai préalable. Des modifications mineures ont été apportées à un certain nombre de questions afin de recueillir des réponses auprès des répondants de la manière la plus efficiente. Des notes et des instructions d'entrevue ont été fournies aux sondeurs avant le lancement intégral du sondage.

À la suite de l'essai préalable, les données collectées ont été examinées au moyen d'une vérification des fréquences et de l'enchaînement logique des questions, de manière à garantir la programmation adéquate de l'instrument de sondage. Les sondages réalisés dans le cadre de l'essai préalable ont été inclus dans l'ensemble final de données, puisqu'aucune modification importante n'a été apportée au questionnaire.

Conception et sélection de l'échantillon

L'échantillon du présent sondage a été conçu en vue de réaliser au moins 1 000 entrevues auprès d'adultes canadiens âgés de 18 ans et plus propriétaires de leur propre téléphone cellulaire. L'échantillon a été stratifié par région, âge et sexe afin de permettre une analyse appropriée des sous-groupes et de réduire l'importance des facteurs pondérés utilisés.

L'échantillon de répondants par téléphone fixe a été prélevé à l'aide de la technologie SurveySampler, qui permet de garantir que toutes les personnes figurant sur les listes résidentielles des provinces canadiennes aient une chance d'être sélectionnées pour les besoins du sondage. Parmi les ménages sélectionnés, les répondants ont été évalués afin d'assurer leur admissibilité dans le cadre de l'étude.

SurveySampler a également permis de prélever l'échantillon de répondants par téléphone cellulaire. Les numéros de téléphone cellulaire ne sont pas tirés d'annuaires, mais sont générés de façon aléatoire à partir de préfixes connus. La personne répondant au téléphone cellulaire était sélectionnée en vue du sondage si elle était âgée de 18 ans et plus, ne conduisait pas un véhicule au moment de l'appel et possédait son propre téléphone cellulaire (non payé par son employeur).

Administration du sondage

Le sondage téléphonique a été mené auprès d'un total de 1 005 répondants en anglais ou en français à l'aide d'un système d'entrevue téléphonique assistée par ordinateur (ITAO), à partir des locaux de Harris/Decima situés à Ottawa et à Montréal. Le sondage a été réalisé entre le 23^e février et le 11 mars 2015. La durée moyenne requise pour répondre au sondage était d'environ neuf minutes. Toutes les entrevues ont été menées par des sondeurs formés et supervisés. Un minimum de 5 % des entrevues achevées a été surveillé et validé de façon indépendante et en temps réel, 75 % de l'entrevue devant être surveillée afin qu'une entrevue puisse faire partie de cette tranche de 5 %.

Harris/Decima a informé tous les participants au sondage de l'objectif général de la recherche, a nommé le parrain (le gouvernement du Canada) et le fournisseur de services de recherche, et a indiqué aux participants que leurs réponses seraient confidentielles. En outre, le sondage a été enregistré auprès du Système national d'enregistrement des sondages.

Harris/Decima a utilisé le programme Horizons CATI de Confrimit pour collecter les données. Ce logiciel assure un contrôle complet des entrées, y compris les questions sautées, les écarts valides et la détection des erreurs de logique. Ce système a importé les échantillons directement à partir des bases de données, sans qu'il soit nécessaire de saisir à nouveau les données et sans possibilité d'erreurs de saisie. De plus, le système a automatisé tous les ajouts au calendrier et toutes les tâches de rappel, garantissant ainsi que tous les rendez-vous soient pris à l'intérieur des échéances du projet et qu'un sondeur soit disponible pour chaque rappel.

Répartition de l'échantillon

Un échantillon de 1 005 répondants tirés de la population adulte du Canada est censé produire des résultats exacts à plus ou moins 3,1 points de pourcentage dans 95 échantillons sur 100. Les sous-groupes présentent des marges d'erreur plus importantes, comme indiqué au tableau ci-dessous :

Caractéristiques	Entrevues achevées (non pondéré)	Marge d'erreur ²
Région		
Canada atlantique	100	+/-9,8
Québec	200	+/-6,9
Ontario	385	+/-5,0
Prairies	205	+/-6,8
Colombie-Britannique et Territoires	115	+/-9,1
Sexe		
Homme	483	+/-4,5
Femme	522	+/-4,3
Âge		
18-34 ans	241	+/-6,3
35-54 ans	399	+/-4,9
55 ans et plus	365	+/-5,1
Échantillon		
Propriétaires de téléphone fixe	649	+/-3,8
Propriétaires de téléphone cellulaire	356	+/-5,2
Total	1 289	+/-2,7

Les données ont ensuite été pondérées par région, âge, sexe et pénétration du téléphone cellulaire, afin de correspondre aux meilleures estimations disponibles sur la population adulte au Canada propriétaire d'un téléphone cellulaire, à l'aide des données du Recensement de 2011 et des résultats démographiques découlant de la série de 2014 de la présente recherche :

Caractéristiques	Entrevues achevées (non pondéré)	Entrevues achevées (pondéré)
Région		
Canada atlantique	100	69
Québec	200	221
Ontario	385	392
Prairies	205	183
Colombie-Britannique et Territoires	115	140

² En points de pourcentage, 19 fois sur 20

Sexe		
Homme	483	465
Femme	522	540
Âge		
18-34 ans	241	321
35-54 ans	399	380
55 ans et plus	365	304
Pénétration du téléphone cellulaire		
Téléphones cellulaire et fixe	830	747
Téléphone cellulaire seulement	175	258
Total	1 289	1 289

Disposition de l'échantillon et taux de réponse

Au total, 49 901 numéros de téléphone canadiens ont été composés pour cette étude. De ce nombre, 1 005 personnes détentrices de ces numéros ont achevé le sondage (adultes canadiens âgés de 18 ans et plus). Le taux global de réponses obtenues pour le sondage téléphonique a été de 5,07 %. Le tableau suivant illustre la disposition de l'échantillon et le taux de réponse conformément aux directives établies par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM), en vue de garantir l'uniformité de la présentation des rapports dans l'industrie.

A (1-14)	Total des numéros composés	49 901
1	Pas en service (disp. 6, 10, 11, 26 de Confirmat)	13 626
2	Télécopieur (disp. 8, 9 de Confirmat)	129
3	Numéro non valide / faux numéro (disp. 29, 30, 35, 36, 44, 45, 38 de Confirmat)	223
B (4-14)	Total des numéros admissibles	35 923
4	Occupé (disp. 2 de Confirmat)	660
5	Répondeur (disp. 7, 33, 27 de Confirmat)	3 350
6	Pas de réponse (disp. 3, 12, 15, 25 de Confirmat)	23 174
7	Problème de langue (disp. 34 de Confirmat)	676
8	Maladie / incapacité (disp. 37 de Confirmat)	264
9	Admissible, mais non disponible / rappel (disp. 1, 31, 32, 43 de Confirmat)	1 373
C (10-14)	Total des numéros demandés	6 426
10	Refus du ménage ou de l'entreprise (disp. 5, 39 de Confirmat)	440
11	Refus du répondant (disp. 17, 40, 41, 46 de Confirmat)	4 093
12	Cessation de l'admissibilité (disp. 42 de Confirmat)	70
D (13-14)	Contact coopératif	1 823
13	Non admissible (disp. 4, 14 de Confirmat)	818
14	Entrevue achevée (disp. 13 de Confirmat)	1 005

	TAUX DE REFUS	71,65 %
	(10+11+12) / C	
	TAUX DE RÉPONSE	5,07 %
	D (13-14) / B (4-14)	

Biais de non-réponse

Le taux de réponse calculé pour ce sondage était de 5,07 %. Le taux de réponse attendu pour un sondage téléphonique de ce type et d'une durée semblable se situe entre 5 % et 10 %. Les mesures suivantes ont été prises afin d'optimiser le taux de réponse pendant l'étude, compte tenu des contraintes de temps, de la taille de l'échantillon et du budget :

- Au moins huit rappels ont été effectués à chaque numéro avant son retrait de la liste; 63 % des personnes appelées ont répondu à la première tentative d'appel;
- L'horaire des rappels était varié afin d'optimiser la possibilité qu'une personne soit présente pour répondre;
- Des heures de rappel et de rendez-vous souples ont été proposées aux répondants afin de leur permettre de répondre au sondage au moment leur convenant le mieux.

Analyse des données

À la suite de la collecte et de la compilation des données, Harris/Décima a nettoyé, codé et pondéré les données. Comme demandé par le CRTC, un fichier de données pondérées (en format SPSS) et un ensemble de tableaux croisés ont été fournis. Nos procédures d'analyse de données sont décrites ci-après :

Validité des données et contrôles d'intégrité : Notre système personnalisé repère immédiatement les cas où la durée de l'entrevue est trop courte, l'information fournie contredit des faits établis ou présente des modèles de réponse qu'il convient d'examiner. Par conséquent, nous pouvons déterminer si un cas devrait être exclu de l'échantillon final, si nécessaire. Toutes ces vérifications sont effectuées manuellement et les cas irréguliers sont retirés des données à la fin du projet. Harris/Décima utilise une liste de vérification qui permet d'assurer que toutes les données transmises au client sont soumises à un processus rigoureux de contrôle de la qualité.

Nettoyage des données : Les analystes de Harris/Décima ont une expérience considérable du nettoyage de fichiers de données, de l'exécution de routines statistiques, de la production de tableaux de résultats et de la pondération des données en vue de fournir une mesure précise de la population dans son ensemble.

Voici les étapes de base suivies pour le nettoyage de fichiers de données :

- S'assurer que toutes les questions codées portent des codes mis à jour et que les réponses multiples ne portent pas de code en double;
- Créer de nouvelles variables dans le cadre de la programmation;

- Vérifier que toutes les variables pertinentes sont comprises dans le fichier de données;
- Effectuer une vérification finale de la fréquence (pour détecter les valeurs hors limite) et un recodage, y compris pour les valeurs aberrantes;
- Vérifier que les noms des variables et les numéros de questions correspondent à la version finale du questionnaire;
- Créer de nouvelles variables et les vérifier (en fonction des variables sources), comme décrit dans le plan d'analyse, et effectuer un contrôle de l'orthographe de toutes les variables.

En plus des règles générales, les exigences propres au projet sont également prises en considération. Il est aussi à noter que, puisque le logiciel d'ITAO contrôle le fonctionnement et la saisie des données, les données sont en général épurées dès le départ.

Procédures de codage : Voici les détails concernant nos procédures de codage appliquées dans le cadre de l'étude. Les responsables du codage prennent les réponses verbales et créent une liste de codes numériques des réponses fréquentes. Notre principal responsable du codage, en étroite collaboration avec l'équipe de conseillers, regroupe les listes de réponses aux variables ouvertes en catégories (qui sont conservées d'une vague de l'étude à une autre, s'il y a lieu). Un seul responsable effectue cette tâche afin d'en optimiser l'uniformité. Les fréquences approximatives tirées de cet exercice servent à élaborer une liste de codes. Lorsque l'approbation finale est obtenue, la liste de codes est annotée d'exemples précis afin d'assurer la précision du codage.

La liste de codes annotée est remise à l'équipe de codage, qui joint les codes directement au fichier de codage électronique. Cet exercice peut également être réalisé en deux étapes, par deux responsables. Le responsable du codage principal corrige les incohérences, afin de garantir un signalement uniforme et précis des réponses ouvertes. En général, Harris/Décima vise à ce que moins de 10 % des réponses demeurent dans une catégorie de code « autre (préciser) » et crée des codes pour toute mention qui équivaut à au moins 1 % du total des réponses. Le fichier de données ainsi créé est exporté dans l'ensemble de données statistiques afin de quantifier les réponses en vue de l'analyse statistique.

Pondération : À la suite de la collecte et du nettoyage des données, Harris/Décima a pondéré celles-ci pour chaque catégorie (dans le cas présent, région, âge, sexe et taux de pénétration du téléphone cellulaire) afin qu'elles représentent les pourcentages actuels observés dans la population du Canada. Les modèles ciblés pour cette étude sont tirés des données de Statistique Canada provenant de l'Enquête sur le service téléphonique résidentiel (ESTR) menée en 2013 (pénétration du téléphone cellulaire par région). Pour le volet 2014 de l'étude, un échantillon de répondants correspondant à la population canadienne dans son ensemble a été évalué en fonction de l'âge et du sexe (les données du Recensement du Canada de 2011 représentatives de l'ensemble de la population ont été utilisées.) La distribution selon l'âge et le

sexe des personnes ayant déclaré posséder un téléphone cellulaire a contribué à établir un profil des utilisateurs canadiens de téléphones cellulaires.

Pour calculer les poids, Harris/Décima utilise une procédure fondée sur des normes méthodologiques établies et sur l'expérience acquise à la suite de la réalisation de centaines de projets (y compris de nombreux projets pour le gouvernement du Canada).

Cette procédure nécessite le calcul du nombre de personnes dans chaque segment et de la véritable proportion de l'échantillon qui tomberait dans chaque segment si le sondage était mené de façon strictement aléatoire. Ce nombre est divisé par la taille du sous-échantillon pour produire un poids qui est alors utilisé pour pondérer les données de ce segment. Bien qu'il existe plusieurs façons d'accomplir cette tâche, cette procédure est la plus simple et la plus efficace.

Les catégories sélectionnées pour le projet sont les suivantes :

- Régions (Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, Colombie-Britannique et Territoires);
- Sexe (hommes et femmes);
- Âge (18-34 ans, 35-54 ans, 55 ans et plus);
- Pénétration du téléphone cellulaire (téléphone conventionnel et téléphone cellulaire/téléphone cellulaire seulement).

Les tableaux suivants présentent les modèles de pondération ciblés utilisés pour cette étude.

Province ou région	Âge	Sexe	Nombre de personnes (N)	Pourcentage de la population (%)
Atlantique	18-34	Masculin	160 221	0,72 %
		Féminin	270 821	1,22 %
	35-54	Masculin	297 583	1,34 %
		Féminin	307 288	1,38 %
	55+	Masculin	211 465	0,95 %
		Féminin	282 250	1,27 %
Québec	18-34	Masculin	823 498	3,71 %
		Féminin	819 405	3,69 %
	35-54	Masculin	869 800	3,92 %
		Féminin	952 579	4,29 %
	55+	Masculin	578 676	2,61 %
		Féminin	831 489	3,75 %
Ontario	18-34	Masculin	1 365 297	6,15 %
		Féminin	1 343 245	6,05 %
	35-54	Masculin	1 557 875	7,02 %
		Féminin	1 730 185	7,79 %

	55+	Masculin	1 155 521	5,20 %
		Féminin	1 512 596	6,81 %
Les Prairies	18-34	Masculin	719 398	3,24 %
		Féminin	715 553	3,22 %
	35-54	Masculin	663 437	2,99 %
		Féminin	817 925	3,68 %
	55+	Masculin	551 387	2,48 %
		Féminin	575 980	2,59 %
C.-B. et Territoires	18-34	Masculin	356 970	1,61 %
		Féminin	520 962	2,35 %
	35-54	Masculin	507 914	2,29 %
		Féminin	680 023	3,06 %
	55+	Masculin	456 029	2,05 %
		Féminin	567 050	2,55 %
Total de propriétaires de téléphones cellulaires âgés de 18 ans et +			22 202 420	100,00 %

Province ou région	Pénétration du téléphone cellulaire	Nombre de personnes (N)	Pourcentage de la population (%)
Atlantique	Téléphone cellulaire seulement	326 241	1,47 %
	Les deux	1 203 387	5,42 %
Québec	Téléphone cellulaire seulement	1 055 181	4,75 %
	Les deux	3 820 266	17,21 %
Ontario	Téléphone cellulaire seulement	2 244 904	10,11 %
	Les deux	6 419 815	28,91 %
Les Prairies	Téléphone cellulaire seulement	1 142 210	5,14 %
	Les deux	2 901 470	13,07 %
C.-B. et Territoires	Téléphone cellulaire seulement	935 937	4,22 %
	Les deux	2 153 010	9,70 %
Total 18 ans et +		22 202 420	100,00 %

Analyse des données : Harris/Décima a préparé un plan d'analyse comprenant les principaux regroupements nécessaires. Une fois les données du sondage collectées et nettoyées, Harris/Décima a créé une série de tableaux de données présentant des résultats pour toutes les questions du sondage, de manière globale et répartis dans des regroupements sélectionnés. Cette façon de faire permet de comparer les résultats de divers sous-groupes d'intérêt; l'évaluation de la signification statistique était démontrée entre tous les regroupements des tableaux de données. Des tests « t » indépendants ont été réalisés pour établir les moyennes (égalité des marges d'erreur) et des tests « z » indépendants pour établir les pourcentages. Le plan d'analyse comprenait deux regroupements pour les principaux segments, décrits comme suit :

- Regroupement 1 : région, sexe, âge, revenu et scolarité;
- Regroupement 2 : plan individuel/familial, tarif mensuel/prépaiement, messagerie vocale/texte/transmission de données, connaissance du Code sur les services sans fil, plainte au sujet des services sans fil, changement de fournisseur de services sans fil, propriétaires de téléphones par ménage, langue maternelle et langue du sondage.

Annexe A : Outils du sondage

Questionnaire en anglais

Wireless Code Public Opinion Research 2015

February 2015

Section A: Introduction and Screening

Hello/Bonjour. My name is _____ and I am calling from Harris Decima on behalf of the Government of Canada. We are conducting a survey with Canadians to get their attitudes and opinions towards issues of importance to Canadians. Would you prefer that I continue in English or French? Préférez-vous continuer en français ou en anglais?

Your participation in this survey is voluntary. Please be assured that your responses are confidential and will not be reported individually nor attributed to you personally. The survey will take about 7 minutes to complete. May I continue?

Yes	CONTINUE
No, other time	SCHEDULE CALLBACK
No/Refused	THANK AND TERMINATE

[IF ASKED: Harris Decima is a professional research company hired by the Government of Canada to conduct this survey]

A1. And, just to confirm, have I reached you on a landline phone or a cell phone?

Landline	CONTINUE to A1b
Cell phone	CONTINUE
Don't know/Refused	THANK AND TERMINATE

[IF CELL PHONE AT A1] A1a. For your safety, are you currently driving?

Yes	SCHEDULE CALLBACK
No	CONTINUE
Don't know/Refused	THANK AND TERMINATE

[ASK ALL] A1b. Do you have your own cell phone, smartphone or other wireless device? In other words, a phone that is not paid for by your employer?

YES	CONTINUE
NO	THANK AND TERMINATE

A1c. **[IF CELL PHONE AT A1]** Does your household have a landline?

Yes	1
No	2
DK/NR (VOLUNTEERED)	9

A2. Are you or is any member of your household or immediate family employed in any of the following businesses? [READ LIST]

Market Research	1	[THANK AND TERMINATE]
Public or media relations or advertising	2	[THANK AND TERMINATE]
Any media company such as print, radio, TV	3	[THANK AND TERMINATE]
Media monitoring	4	[THANK AND TERMINATE]
Any telecommunications company	5	[THANK AND TERMINATE]
No	6	[CONTINUE]

A3. Record gender [DO NOT ASK]

Male	1
Female	2

A4. Can you tell me, in what year were you born?

_____ [RECORD YEAR TO CALCULATE AGE]

DK/refused

A4.1 [IF QA = DK/refused]

For classification purposes, could you tell me whether your age is: [READ LIST]

between 18 and 34	1
between 35 and 54	2
or 55 or older	3

[ASK ALL]

A5. Before we begin, can you please confirm that you live in [PROVINCE FROM SAMPLE]? [IF NECESSARY, INTERVIEWER SAYS:] This information will be used for classification purposes only.

Yes	1
No	2

A51. [IF A5=2] In which province or territory do you live?

Alberta	1
British Columbia	2
Manitoba	3
New Brunswick	4

Newfoundland	5
Nova Scotia	6
Ontario	7
Prince Edward Island	8
Quebec	9
Saskatchewan	10
Yukon	11
Nunavut	12
Northwest Territories	13

IF QUALIFIED (if CELL OWNER - A1B=1): Thank you, you have qualified for the survey. The questions are about your cell or wireless phone service. Specifically, the questions are about your contract or service agreement, regardless of whether you have signed a contract for a specific time period, are month-to-month or use pre-paid cards. [CONTINUE TO B1]

IF NOT QUALIFIED: Thank you very much for your time, unfortunately you are not selected to participate in this study, Have a good evening! [TERMINATE]

Section B: Wireless Code

[ASK ALL]

B1. When you signed your contract or made an agreement, did you find it clear and easy to understand? Please use a 7-point scale where 1 means extremely unclear and difficult to understand and 7 means extremely clear and easy to understand.

7 – Extremely clear and easy to understand	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Extremely unclear and difficult to understand	01
DO NOT READ: Do not have a contract	08
DO NOT READ: Never read the agreement	09
DO NOT READ: Don't Know	99

B2. When you signed your contract or accepted your service agreement, how clearly did your service provider explain any fees that would apply if you cancel your contract or agreement early? Please use a 7-point scale where 1 means extremely unclear and 7 means extremely clear.

7 – Extremely clear	07
6	06
5	05
4	04
3	03

2	02
1 – Extremely unclear	01
DO NOT READ: Do not have a contract	08
DO NOT READ: Never read the agreement	09
DO NOT READ: Don't Know	99

B3. Have you ever become aware that your service provider changed your plan without expressly making you aware of how the terms and conditions had changed?

Yes	1
No	2
DK	99

B4. Have you made a complaint about your wireless services in the past 12 months?

Yes	1
No	2
DK	99

B4a. [If answered “Yes” to B4] Who did you complain to? DO NOT READ LIST

Commissioner for Complaints for Telecommunications Services (CCTS)	1
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)	2
Your wireless service provider	3
Other [open ended]	77
DK	99

B4b. [If answered “Yes” to B4] How satisfied were you with how your complaint was resolved? Please use a 7-point scale where 1 means extremely dissatisfied and 7 means extremely satisfied.

7 – Extremely satisfied	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Extremely dissatisfied	01
DO NOT READ: Still in process	08
DO NOT READ: Don't Know	99

[ASK ALL]

B5. How aware are you of your right to complain about issues you are experiencing with your wireless service provider to the Commissioner for Complaints for Telecommunications Services – the CCTS? Would you say you were fully aware, vaguely aware, or not at all aware of this right?

Fully Aware	3
Vaguely Aware	2
Not at all aware	1
DK	99

B6. Have you experienced ‘bill shock’, meaning a surprisingly high bill, during the last year?

Yes	1
No	2
DK	99

B6a. [If answered “Yes” to B6] What was the main reason for the ‘bill shock’ you experienced? DO NOT READ LIST – SELECT ALL THAT APPLY

INTERVIEWER NOTE: IF RESPONDENT SAYS ‘ROAMING/ROAMING FEES, CLARIFY WHETHER THIS WAS WITHIN CANADA OR IN ANOTHER COUNTRY

Roaming charges – Within Canada	01
Roaming charges – International	02
Additional / Unexpected fees (Network access fee/911, etc.)	03
Greater than expected data usage	04
Unexplained airtime / data usage	05
Unexpected set-up fee or service charge	06
Billing issues/errors/mistakes	21
Calls/minutes exceeded the limit	22
Long distance charges	23
I was not given the plan/deal I was promised	26
Other (Specify)	77
Don't Know	99

[ASK ALL]

B7. Have you changed wireless service providers in the last two years?

Yes	1
No	2
DK	99

B7a. [If answered “Yes” to B7] Why did you change service provider? (DO NOT READ LIST - SELECT ALL THAT APPLY)

Your contract had ended	1
You were no longer satisfied with your service provider	2
Offered a better deal with a different provider	3
Needed a new phone / to upgrade phone	4

Other [open ended]	77
DK	99

B7b [If answered “Yes” to B7a] How easy or difficult was it to switch service providers? Please use a 7-point scale where 1 means extremely difficult and 7 means extremely easy.

7 – Extremely easy	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Extremely difficult	01
DO NOT READ: Don’t Know	99

B7c. [If answered “Somewhat/Very Difficult” to B7b (B7b = 3, 2 or 1)] Was there a reason why switching providers was difficult for you? (DO NOT READ LIST – SELECT ALL THAT APPLY)

Technical issues	01
Difficulty retaining phone number	02
High costs of ending contract	03
Could not get the phone you wanted	04
Other [open ended]	77
Don’t Know	99

[ASK ALL]

B8. On December 2, 2013 a Wireless Code came into effect establishing guidelines for wireless service providers. The Code ensures that wireless consumers are empowered to make informed decisions and that there is a more competitive wireless marketplace. Do you clearly recall, vaguely recall, or not recall hearing or seeing anything about this Code?

Clearly Recall	3
Vaguely Recall	2
Do not recall	1
DK	99

B8a. [If answered “Clearly recall or vaguely recall” to B8] how did you hear about it? (DO NOT READ – SELECT ALL THAT APPLY)

Media (newspaper, online news, tv news, radio)	1
Social media (twitter, facebook)	2
Friend, family or other person	3
A service provider	4
The Commissioner for Complaints for	5

Telecommunications Services (CCTS)	
The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)	6
Other [open ended]	77
DK	99

[ASK ALL] About the contract or plan for your personal wireless device...

[Interviewer note: If say “I don’t have a plan/I have pay-as-you-go/month-to-month,” say: “this question is about your service agreement or plan, regardless of whether you have signed a contract for a specific time period, are month-to-month or use pre-paid cards.”]

B9a. Is it an individual plan or a family plan?

[Interviewer note: If unsure about the difference, say “Do you pay only for one person (which is an individual plan) or do you share a plan with your family and pay together (which is a family plan)?”]

Individual plan	1
Family/shared plan	2
[DO NOT READ] Other [SPECIFY]	77
DK	99

B9b. And is it a monthly plan, or a prepaid or pay-as-you-go plan?

[Interviewer note: If unsure about the difference, say “If you pay your bill *after* you use your wireless service, it’s a monthly or post-paid plan. If you pay *before* you use your wireless service, it’s a prepaid or pay-as-you-go plan.”]

Monthly/post-paid (paying after)	1
Prepaid/pay-as-you-go (paying before)	2
[DO NOT READ] Other [SPECIFY]	77
DK	99

B9c1. Are Calling minutes included as part of your plan? [Interviewer note: If unsure about the meaning, say “This is what you need to make or receive phone calls.”]

B9c2. Is Text messaging included as part of your plan

B9c3. Is Data included as part of your plan? [Interviewer note: If unsure about the meaning of data, say “This is what you need to browse the Internet, access applications or your emails with your wireless device.”]

Yes	1
No	2
DK	99

B9d. And finally, is your plan part of a promotion through your employer or an association you belong to, sometimes also called an employee purchase plan?

Yes	1
No	2
DK	99

B10. Of the following list, which **one** element or service of your contract would most upset you if changed by your service provider without you being consulted or informed first? [READ LIST, SELECT ONE ONLY]

INTERVIEWER NOTE: DO NOT READ “PRICE” – SELECT ONLY IF OFFERED UNPROMPTED/VOLUNTEERED BY RESPONDENT

Voice calling (IF ASKED: for example, number of minutes or cost per minute)	1
Data plan (IF ASKED: for example, amount of data or price for data)	2
Text messaging (IF ASKED: for example, number included in the plan or cost per text)	3
Roaming fees within Canada or internationally	4
Unlocking fees	5
Commitment period or contract length	6
Some other element of your contract [If Chosen: “What would that element be?”]	7
DO NOT READ: Price	8
DK	99

IF B10=8:

B10a. When you say price, is it the price of calling, of the data plan, of text messages, or of another element of your contract that would be the main issue?

Price of Voice calling	1
Price of Data plan	2
Price of Text messaging	3
Price of another element	4
DO NOT READ: Price (General/Unspecified)	7
Other [SPECIFY]	77
DK	99

ASK ALL

B11. Now I have a short list of elements you may have as part of your plan or that you could consider when shopping for a plan. For each, I’d like you to tell me how important they are or would be for you. Please use a 7-point scale where 1 means not at all important and 7 means essential. How about...[READ AND RANDOMIZE]

[Interviewer note: If say “I don’t have a plan/I have pay-as-you-go/month-to-month,” say: “this question is about your service agreement or plan, regardless of whether you have signed a contract for a specific time period, are month-to-month or use pre-paid cards.”]

Interviewer note: If say “This is not part of my plan,” offer: “How important do you think it would be to you if it were part of your plan?”]

- a. Data [Interviewer note: If unsure about the meaning of data, say “This is what you need to browse the Internet, access applications or your emails with your wireless device.”]
- b. Calling minutes [Interviewer note: If unsure about the meaning, say “This is what you need to make or receive phone calls.”]
- c. Text messaging

7 – Essential	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Not at all important	01
DO NOT READ: Don’t Know	99

Section D: Demographics

Thank you, we now just have a couple of other questions about you and your household. Please be assured that your responses will remain confidential.

D3. What is the highest level of formal education that you have completed? **[READ IF NECESSARY - CODE ONE ONLY]**

Grade 8 or less	1
Some high school	2
High School diploma or equivalent	3
Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma	4
College, CEGEP or other non-university certificate or diploma	5
University certificate or diploma below bachelor’s level	6
Bachelor’s degree	7
Post graduate degree above bachelor’s level	8
[DO NOT READ] Prefer not to answer	99

D4. What is your mother tongue, that is, the language you first learned at home? **[CODE ONE ONLY]**

English	1
French	2
Other (SPECIFY _____)	8
DK/NR (VOLUNTEERED)	99

D5. Which of the following categories best describes your total household income? That is, the total income of all persons in your household combined, before taxes? **[READ - CODE ONE ONLY]**

Under \$20,000	1
\$20,000 to just under \$40,000	2
\$40,000 to just under \$60,000	3
\$60,000 to just under \$80,000	5
\$80,000 to just under \$100,000	6
\$100,000 to just under \$150,000	7
\$150,000 and above	8
[DO NOT READ] Refused	99

Those are all the questions I have for you today. Thanks, and have a great evening!

Questionnaire en français

Recherche sur l'opinion publique sur le Code sur les services sans fil

Février 2015

Section A : Introduction et vérification

Hello / Bonjour. Je suis _____ de Harris/Décima et j'appelle au nom du gouvernement du Canada. Nous réalisons un sondage auprès des Canadiens pour déterminer vos attitudes et vos opinions sur relatives à des questions d'importance pour les Canadiens. Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French?

La participation à ce sondage est volontaire. Soyez assurés que vos réponses seront traitées en toute confidentialité et ne seront utilisées que de façon regroupée et anonyme. Le sondage prendra environ sept minutes. Voulez-vous continuer?

Oui	CONTINUER
Non – pas maintenant	PRÉVOIR UN RAPPEL
Non – refus	REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL

[SI L'INTERLOCUTEUR LE DEMANDE : Harris-Décima est une firme de recherche professionnelle engagée par le gouvernement du Canada pour effectuer le sondage.]

A1. Pouvez-vous me dire si je vous ai rejoint sur un téléphone fixe ou un téléphone cellulaire?

Téléphone fixe	PASSER À A1b
Téléphone cellulaire	CONTINUER
Ne sait pas ou refus	REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL

[SI A1 = TÉLÉPHONE CELLULAIRE] A1a. Pour assurer votre sécurité, êtes-vous au volant?

Oui	PRÉVOIR UN RAPPEL
Non	CONTINUER
Ne sait pas ou refus	REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL

[SI A1 = TÉLÉPHONE FIXE] A1B. Avez-vous votre propre téléphone cellulaire, téléphone intelligent ou autre appareil sans fil? C'est-à-dire, un téléphone qui n'est pas payé par votre employeur?

Oui	CONTINUER
Non	REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL

A1c. [SI A1 = TÉLÉPHONE CELLULAIRE] Avez-vous une ligne téléphonique terrestre à la maison?

Oui 1
 Non 2
 Ne sait pas ou pas de réponse (DIT SPONTANÉMENT) 9

A2. Est-ce que vous ou un membre de votre ménage ou de votre famille immédiate travaillez dans un des domaines suivants? [LIRE LA LISTE]

Études de marché	1	[REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL]
Relations publiques ou avec les médias, ou publicité	2	[REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL]
Entreprise médiatique (impression, radio, télévision)	3	[REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL]
Surveillance des médias	4	[REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL]
Toute entreprise de télécommunications	5	[REMERCIER ET METTRE FIN À L'APPEL]
Non	6	[CONTINUER]

A3. Consigner le sexe de l'interlocuteur [NE PAS LE DEMANDER]

Homme	1
Femme	2

A4. Pouvez-vous m'indiquer votre année de naissance?

_____ [CONSIGNER L'ANNÉE POUR PERMETTRE LE CALCUL DE L'ÂGE]
 Ne sait pas ou refus

A4.1 [Si A4 = Ne sait pas ou refus]

Aux fins de classement, pouvez-vous m'indiquer votre tranche d'âge? [LIRE LA LISTE]

de 18 à 34	1
de 35 à 54	2
55 ou plus	3

[POSER À TOUS]

A5. Avant de commencer, pouvez-vous confirmer que vous habitez au/en/à [PROVINCE DE L'ÉCHANTILLON]? [AU BESOIN, INDIQUER QUE :] Ce renseignement sera utilisé uniquement aux fins de classement.

Oui	1
Non	2

A5.1. [Si A5=2] Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

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

SI ADMISSIBLE [A1B = 1] : Merci beaucoup, vous répondez aux critères du sondage. Les questions portent sur votre service cellulaire ou sans fil. Plus particulièrement, les questions sont sur votre contrat ou entente de service, qu'il s'agisse d'un contrat à durée déterminée, d'un service mensuel ou de cartes prépayées. [PASSER À B1]

[SI NON ADMISSIBLE] Merci d'avoir pris le temps de répondre à mes questions. Malheureusement, vous ne répondez pas aux critères du sondage. Bonsoir. [METTRE FIN À L'APPEL]

Section B : Code sur les services dans fil

[POSER À TOUS]

B1. Lorsque vous avez conclu un contrat ou une entente, est-ce que c'était clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant pas clair du tout et difficile à comprendre et 7 étant très clair et facile à comprendre.

7 – Très clair et facile à comprendre	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Pas clair du tout et difficile à comprendre	01
NE PAS LIRE : N'a pas de contrat	08
NE PAS LIRE : N'a pas lu le contrat	09
NE PAS LIRE : Ne sait pas	99

B2. Lorsque vous avez signé votre contrat ou accepté votre entente de service, le fournisseur de services a-t-il expliqué clairement les frais qui s'appliquent si vous annulez prématurément le contrat ou l'entente? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant pas clair du tout et 7 étant très clair.

7 – Très clair	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Pas clair du tout	01
NE PAS LIRE : N'a pas de contrat	08
NE PAS LIRE : N'a pas lu le contrat	09
NE PAS LIRE : Ne sait pas	99

B3. Vous êtes-vous déjà aperçu que votre fournisseur de service avait modifié votre forfait sans vous aviser directement des modifications apportées aux modalités?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	99

B4. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services sans fil?

Oui	1
Non	2

Ne sait pas	99
-------------	----

B4a. [Si B4 = Oui] Après de qui avez-vous déposé votre plainte? [NE PAS LIRE LA LISTE]

Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)	1
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)	2
Votre fournisseur de services sans fil	3
Autre [ouvert]	77
Ne sait pas	99

B4b. [B4 = Oui] Êtes-vous satisfait de la manière dont votre plainte a été traitée? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant pas du tout satisfait et 7 étant très satisfait.

7 – Très satisfait	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Pas du tout satisfait	01
NE PAS LIRE : Plainte encore en cours	08
NE PAS LIRE : Ne sait pas	99

[POSER À TOUS]

B5. Dans quelle mesure êtes-vous au courant que vous avez le droit de déposer une plainte au sujet de vos problèmes de services sans fil auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)? Diriez-vous que vous êtes parfaitement au courant, vaguement au courant ou pas du tout au courant de ce droit?

Parfaitement au courant	3
Vaguement au courant	2
Pas du tout au courant	1
Ne sait pas	99

B6. Au cours de la dernière année, avez-vous reçu une facture-surprise, c'est-à-dire une facture étonnamment très élevée?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	99

B6a. [Si B6 = Oui] Quelle était la principale raison des frais élevés de la facture-surprise que vous avez reçue? NE PAS LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.

NOTE À L'INTERVIEWEUR : SI LE RÉPONDANT INDIQUE LES FRAIS D'ITINÉRANCE, DÉTERMINER S'IL S'AGIT D'ITINÉRANCE AU CANADA OU À L'ÉTRANGER.

Frais d'itinérance - Au Canada	01
--------------------------------	----

Frais d'itinérance – À l'étranger	02
Autres frais non prévus (frais d'accès au réseau, service 911, etc.)	03
Utilisation de données supérieure aux attentes	04
Temps d'antenne ou utilisation de données non expliqué	05
Frais de configuration ou de service non prévus	06
Problème/erreur/faute de facturation	21
Nombre d'appels/minutes supérieurs à la limite	22
Frais interurbains	23
On ne m'a pas donné le plan/le forfait qu'on m'avait promis	26
Autre (préciser)	77
Ne sait pas	99

[POSER À TOUS]

B7. Avez-vous changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	99

B7a. [Si B7 = Oui] Pourquoi avez-vous changé de fournisseur de services? [NE PAS LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.]

Fin du contrat	1
Non satisfait du fournisseur de services	2
Un autre fournisseur a présenté une meilleure offre	3
Besoin de remplacer le téléphone	4
Autre [ouvert]	77
Ne sait pas	99

B7b. [Si B7 = Oui] A-t-il été facile de changer de fournisseur de services? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant très difficile et 7 étant très facile.

7 – Très facile	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Très difficile	01
NE PAS LIRE : Ne sait pas	99

B7c. [Si réponse B7b = « Quelque peu ou très difficile » (B7b =03, 02 ou 01)] Pourquoi vous a-t-il été difficile de changer de fournisseur de services? [NE PAS LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.]

Problèmes techniques	01
Problème pour garder le numéro de téléphone	02
Coût de résiliation de contrat élevé	03
Ne pouvait obtenir le téléphone voulu	04
Autre [ouvert]	77
Ne sait pas	99

[POSER À TOUS]

B8. Le 2 décembre 2013, le **Code sur les services sans fil** est entré en vigueur et a établi des lignes directrices à l'intention des fournisseurs de services. Ce Code aide les consommateurs à prendre des décisions éclairées et à assurer un marché des services sans fil concurrentiel. Vous rappelez-vous clairement, vaguement, ou pas du tout si vous avez entendu ou lu quelque chose au sujet de ce Code?

S'en rappelle clairement	3
S'en rappelle vaguement	2
Ne s'en rappelle pas	1
Ne sait pas	99

B8a. [Si réponse B8 : « S'en rappelle clairement ou vaguement »] Comment en avez-vous entendu parler? [NE PAS LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.]

Médias (journaux, nouvelles en ligne, télévision, radio)	1
Médias sociaux (Twitter, Facebook)	2
Un ami, parent ou autre connaissance	3
Un fournisseur de services	4
Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)	5
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)	6
Autre [ouvert]	77
Ne sait pas	99

[POSER À TOUS] En ce qui concerne votre contrat ou votre forfait pour votre appareil sans fil personnel...

[Note à l'intervieweur : Si le répondant dit « Je n'ai pas de forfait, je paie à la carte/de mois en mois, veuillez dire : « cette question porte sur votre entente de service ou votre forfait, peu importe que vous ayez signé un contrat pour une période de temps déterminée, que vous renouveliez de mois en mois ou que vous utilisiez des cartes prépayées. »]

B9a. S'agit-il d'un forfait individuel ou d'un forfait familial?

[Note à l'intervieweur : Si le répondant est incertain de la différence, dit « Payez-vous seulement pour vous-même, ce qui est un forfait individuel, ou partagez-vous un plan avec votre famille et payez ensemble, ce qui est forfait familial? »]

Forfait individuel	1
Forfait familial/partagé	2
[NE PAS LIRE] Autre [PRÉCISER]	77
Ne sait pas	99

B9b. Et s'agit-il d'un forfait mensuel ou d'un forfait prépayé ou à la carte?

[Note à l'intervieweur : Si le répondant est incertain de la différence, dit « Si vous payez votre facture après avoir utilisé votre service sans fil, c'est un forfait mensuel ou postpayé. Si vous payez avant avoir utilisé votre service, c'est un forfait prépayé ou à la carte. »]

Mensuel/postpayé (paye après)	1
Prépayé/à la carte (paye avant)	2
[NE PAS LIRE] Autre [PRÉCISER]	77
Ne sait pas	99

B9c1. Est-ce que des minutes d'appel sont incluses dans votre forfait? [Note à l'intervieweur : Si nécessaire, clarifier en disant « C'est ce dont vous avez besoin pour faire ou recevoir des appels vocaux. »]

B9c2. Et, est-ce que votre forfait comprend des messages texte?

B9c3. Est-ce que votre forfait inclut des données? [Note à l'intervieweur : Si nécessaire, clarifier en disant « C'est ce dont vous avez besoin pour aller sur Internet, utiliser des applications ou vérifier vos courriels avec votre appareil sans fil. »]

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	99

B9d. Et finalement, votre forfait est-il offert dans le cadre d'une promotion de votre employeur ou d'une association dont vous êtes membre, ce qu'on désigne souvent sous le nom de programme d'achat des employés?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	99

B10. Dans la liste suivante, quel est l'**élément** ou le **service** de votre contrat qui vous fâcherait le plus si votre fournisseur de service le changeait sans d'abord vous en informer ou vous consulter? [LIRE LA LISTE, SÉLECTIONNER SEULEMENT UNE RÉPONSE.]

[NOTE À L'INTERVIEWER : NE PAS LIRE « PRIX » - SÉLECTIONNER SEULEMENT SI DIT SPONTANÉMENT PAR LE RÉPONDANT]

Les appels vocaux (SI DEMANDÉ : par exemple, le nombre de minutes ou le coût par minute)	1
--	---

Vos données (SI DEMANDÉ : par exemple, la quantité de données ou le coût des données)	2
Les messages texte (SI DEMANDÉ : par exemple, le nombre de messages texte inclus dans le plan ou le coût par message texte)	3
Les frais d'itinérance au Canada ou à l'étranger	4
Les frais de déverrouillage	5
La période d'engagement/durée du contrat	6
Un autre élément de votre contrat [Si choisi : « Quel serait cet élément? »]	7
NE PAS LIRE : Prix	8
Ne sait pas	9

SI B10=8:

B10a. Quand vous dites prix, est-ce que c'est le prix des appels, des données, des messages texte ou d'un autre élément de votre contrat qui vous dérangerait le plus?

Prix des appels vocaux	
Prix des données	
Prix des messages texte	
Prix d'un autre élément	
NE PAS LIRE : Prix (Général/Non spécifié)	
Autre [PRÉCISER]	
Ne sait pas	

[POSER À TOUS]

B11. J'ai maintenant une courte liste d'éléments que vous avez peut-être dans votre forfait ou que vous pourriez prendre en considération lorsque vous magasinez pour un forfait. Veuillez me dire dans quelle mesure chacun de ces éléments est important ou serait important pour vous. Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant pas du tout important et 7 étant essentiel. Qu'en est-il...

[LIRE ET PRÉSENTER DE FAÇON ALÉATOIRE]

[Note à l'intervieweur : Si le répondant dit « Je n'ai pas de forfait, je paie à la carte/de mois en mois, veuillez dire : « cette question porte sur votre entente de service ou votre forfait, peu importe que vous ayez signé un contrat pour une période de temps déterminée, que vous renouveliez de mois en mois ou que vous utilisiez des cartes prépayées. »]

Note à l'intervieweur : Si le répondant dit « Ceci n'est pas inclus dans mon forfait », veuillez répondre : « À votre avis, dans quelle mesure serait-il important pour vous que ce soit inclus dans votre forfait? »]

- a. Des données [Note à l'intervieweur : Si nécessaire, clarifier en disant « C'est ce dont vous avez besoin pour aller sur Internet, utiliser des applications ou vérifier vos courriels avec votre appareil sans fil.]

- b. Des minutes d'appel [Note à l'intervieweur : Si nécessaire, clarifier en disant « C'est ce dont vous avez besoin pour faire ou recevoir des appels vocaux.]
- c. Des messages texte

7 – Essentiel	07
6	06
5	05
4	04
3	03
2	02
1 – Pas du tout important	01
NE PAS LIRE : Ne sait pas	99

Section D : Renseignements démographiques

Merci beaucoup. Voici quelques dernières questions à votre sujet et au sujet de votre ménage. Soyez assuré que vos réponses demeureront confidentielles.

D3. Quel niveau de scolarité avez-vous atteint? [LIRE LA LISTE AU BESOIN – N'INSCRIRE QU'UNE RÉPONSE]

École primaire	1
Secondaire, sans obtenir de diplôme	2
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	3
Permis d'apprentissage ou autre diplôme ou certificat de métier manuel	4
Collège, CÉGEP ou autre certificat ou diplôme non universitaire	5
Diplôme ou certificat universitaire inférieur au baccalauréat	6
Baccalauréat	7
Diplôme d'études supérieures	8
[NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre	99

D4. Quelle est votre langue maternelle, c'est-à-dire la première langue que vous avez apprise à la maison? [Inscrire une seule réponse]

Anglais	1
Français	2
Autre (PRÉCISER : _____)	8
Ne sait pas ou pas de réponse	99

D5. Le revenu total de votre ménage appartient à laquelle des catégories suivantes? Il s'agit du revenu combiné de tous les membres de votre ménage, avant les impôts. [LIRE LA LISTE – INSCRIRE UNE SEULE RÉPONSE]

Moins de 20 000 \$	1
de 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2
de 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	3
de 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4
de 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5
de 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6

150 000 \$ ou plus	7
[NE PAS LIRE] Refusé	99

Je n'ai plus d'autres questions pour vous. Je vous remercie de votre collaboration et du temps que vous nous avez accordé. Bonne journée!