

Recherche sur l'opinion publique concernant le Code sur les services sans fil – 2016

Numéro du contrat : 82082-160235/001/CY

Produit par TNS Canada

Date d'attribution du contrat : 25 janvier 2016

Date du rapport : 29 mars 2016

This report is also available in English.

communications@crtc.gc.ca



Recherche sur l'opinion publique concernant le Code sur les services sans fil – 2016

ROP n° : 034-15

Date du rapport : 03.29.2016

Table des matières

1. Sommaire	4
1.1. But et objectifs de la recherche	4
1.2. Résumé des résultats	4
1.3. Méthodologie	7
1.4. Valeur du contrat	7
1.5. Énoncé de neutralité politique	7
2. Avant-propos	8
2.1. Contexte	8
2.2. Objectifs de la recherche	8
2.3. Aperçu de la méthodologie	9
3. Faits saillants et répercussions stratégiques	10
4. Résultats détaillés	13
4.1. Compréhension des contrats de services sans fil	13
4.1.1. Clarté du langage du contrat	13
4.1.2. Explication des frais de résiliation anticipée	15
4.1.3. Changements apportés au contrat sans préavis ou obtention du consentement	17
4.1.4. Au courant de la modification du forfait par le fournisseur	18
4.1.5. Factures-surprises	19
4.2. Plaintes relatives aux services sans fil	22
4.2.1. Dépôt d'une plainte	22
4.2.2. Plaintes par catégorie de services	25
4.2.3. Règlement des plaintes	26
4.2.4. Au courant du droit de déposer une plainte auprès du CPRST	27
4.3. Changement de fournisseur de services sans fil	30
4.3.1. Changement de fournisseur	30
4.3.2. Facilité de changer de fournisseur de services	32

4.4.	Contrats	33
4.4.1.	Type de forfaits	34
4.4.2.	Forfait individuel ou familial/partagé	36
4.4.3.	Caractéristiques des services	38
4.4.4.	Importance des caractéristiques du forfait de téléphonie cellulaire	39
4.5.	Le Code sur les services sans fil	48
5.	Méthodologie du sondage	49
5.1.1.	Aperçu de la méthodologie	49
6.	Annexe A : Instruments du sondage	58
6.1.	Sondage en français	59
6.2.	Sondage en anglais	72

1. Sommaire

1.1. But et objectifs de la recherche

Le CRTC s'est engagé à évaluer l'efficacité du Code sur les services sans fil et à utiliser les résultats ainsi obtenus dans son processus d'examen officiel. Le fait d'examiner le Code sur les services sans fil au fil du temps permet d'évaluer si le Code répond à ses objectifs, entre autres si les consommateurs disposent de l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions éclairées au sujet des services sans fil.

L'objectif global de la recherche est d'établir dans quelle mesure les consommateurs comprennent leur contrat de services sans fil ainsi que leurs droits connexes et comment cette compréhension a évolué avec le temps. Plus précisément :

- Évaluer dans quelle mesure le Code sur les services sans fil atteint son objectif d'assurer que les consommateurs sont capables de prendre des décisions éclairées au sujet des services sans fil.
- Établir de quelle manière a évolué la compréhension par les consommateurs de leur contrat de services sans fil ainsi que de leurs droits connexes depuis la mise en œuvre du Code sur les services sans fil.

1.2. Résumé des résultats

Le CRTC a élaboré le Code sur les services sans fil afin que les Canadiens puissent plus facilement comprendre leur contrat de services sans fil et tirer avantage des offres concurrentielles. Au cours des deux dernières années, les consommateurs ont indiqué qu'ils tiraient plus souvent avantage des offres concurrentielles, ont montré une meilleure compréhension de leur contrat et ont déposé moins de plaintes. En outre, les consommateurs ont déclaré que les données prennent de plus en plus d'importance dans les contrats de services sans fil des Canadiens.

Tirer avantage des offres concurrentielles

Les Canadiens tirent de plus en plus avantage de diverses offres concurrentielles de services sans fil.

En particulier, les Canadiens tirent plus souvent avantage des forfaits familiaux et des promotions des employeurs et des associations en 2016 qu'ils ne le faisaient en 2015. Les Canadiens sont également plus nombreux à signer un contrat de services sans fil (plutôt que de payer à l'utilisation).

En 2016, les Canadiens privilégient davantage les forfaits postpayés/mensuels que les forfaits prépayés/formule à la carte du passé. Cette préférence pour les forfaits postpayés/mensuels indique que les Canadiens se sont habitués à signer des contrats avec les fournisseurs de services sans fil, peut être en raison

d'une meilleure compréhension de ce que le contrat implique et de la promotion des forfaits postpayés/mensuels par les fournisseurs de services sans fil.

Bien que le nombre de Canadiens ayant changé de fournisseur au cours des deux dernières années soit demeuré le même, leurs raisons, elles, ont changé. La principale raison de changer de fournisseur reste de faire une meilleure affaire et est citée beaucoup plus fréquemment en 2016. Moins de Canadiens changent en raison de leur insatisfaction à l'égard du fournisseur de services, du remplacement de leur téléphone, du coût, de la couverture du réseau ou de leur situation personnelle.

Parmi les Canadiens ayant changé de fournisseur, l'impression qu'il est facile de changer est encore élevée et est demeurée au même niveau au cours des deux dernières années, tout comme les raisons pour lesquelles on trouve qu'il est difficile de changer.

Compréhension des contrats

Bien que la perception générale de la clarté du langage du contrat ait très peu changé, il y a de nombreuses indications que la compréhension qu'ont les Canadiens de ces contrats s'est améliorée au cours des deux dernières années. Plus précisément, l'amélioration de la compréhension des frais de résiliation, la diminution du nombre de plaintes ainsi que de factures-surprises sont toutes des indications que les Canadiens comprennent mieux leurs contrats de services sans fil. Il importe cependant de souligner que la diminution du nombre de plaintes ainsi que de factures-surprises se produit pour diverses raisons, notamment les mesures de protection contre la surfacturation prévues dans le Code.

La perception qu'ont les Canadiens de la clarté du langage du contrat est demeurée la même au cours des deux dernières années. Près des deux tiers des Canadiens trouvent les contrats clairs et faciles à comprendre. La compréhension qu'ont les Canadiens des *frais de résiliation anticipée*, en particulier, s'est améliorée; les Canadiens ont indiqué qu'au cours des deux dernières années les frais de résiliation étaient plus clairs et qu'ils les comprenaient mieux.

Bien que les cotes attribuées à la clarté des contrats soient demeurées les mêmes, le nombre de plaintes et de factures-surprises a diminué. Ces résultats indiquent que les Canadiens sont plus conscients qu'auparavant de leurs obligations contractuelles ou des modalités qu'ils ont acceptées.

Vient corroborer ces résultats le fait que les personnes ayant déposé une plainte étaient presque trois fois plus susceptibles de trouver leur contrat obscur ou difficile à comprendre.

Enfin, au cours des deux dernières années, un nombre légèrement moins élevé de Canadiens ont vu leur fournisseur de services apporter des modifications à leur forfait sans les en avoir expressément informés. Cela indique que les fournisseurs de services sans fil respectent la disposition du Code sur les services sans fil qui les oblige à aviser les Canadiens des changements qui sont apportés à leur contrat et aux documents connexes, et que les Canadiens, pour leur part, sont plus au courant de leur contrat, si bien qu'ils le comprennent mieux.

Plaintes



Les plaintes relatives aux services sans fil ont chuté au cours des deux dernières années. Les Canadiens déposent moins de plaintes pour une deuxième année consécutive, ce qui révèle qu'ils comprennent mieux leurs contrats de services sans fil et les services auxquels ils se sont abonnés. La diminution des plaintes en 2016 est largement le fait des personnes abonnées à un forfait familial ou à un forfait postpayé/mensuel. Fait intéressant, il y a eu une augmentation des plaintes de la part des abonnés des forfaits à l'utilisation, celles-ci ayant presque doublé par rapport à 2015.

Bien que les Canadiens déposent moins de plaintes, ils continuent de se plaindre principalement à leur fournisseur de services sans fil et continuent d'être insatisfaits du règlement de leur plainte.

De façon surprenante, peu de Canadiens (moins d'un sur cinq) sont au courant de leur droit de déposer une plainte devant le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication (CPRST). Les Canadiens qui étaient au courant de leur droit de se plaindre au CPRST étaient plus susceptibles d'être satisfaits du règlement de leur plainte comparativement à ceux qui ne l'étaient pas.

Dans l'ensemble, les plaintes relatives aux services sans fil signalées par les Canadiens sont à la baisse. Bien que les Canadiens ayant un forfait familial ou partagé déposent moins de plaintes que l'an dernier, ils en déposent encore davantage que les Canadiens ayant un forfait individuel, ce qui révèle que les personnes s'étant abonnées à un forfait familial ou partagé ne sont pas entièrement satisfaites de leur forfait. Cela indique aussi qu'elles n'ont pas entièrement compris les détails du contrat ou du forfait qui leur a été proposé.

Les données deviennent plus importantes pour les Canadiens

Les données deviennent de plus en plus importantes pour les Canadiens s'abonnant à des services sans fil. Les Canadiens sont en fait de plus en plus nombreux à juger « essentielles » les données comprises dans leurs forfaits de services sans fil, alors que l'importance accordée au nombre de minutes d'appel et à la messagerie texte est demeurée la même en 2016. C'est pour les Canadiens plus jeunes (< 55 ans) que les données ont le plus d'importance.

En outre, ce sont les changements apportés à leur forfait de données, y compris à la tarification, sans préavis ou sans obtenir leur consentement qui mécontenteraient le plus les Canadiens. La mesure dans laquelle les Canadiens se disaient mécontents des changements apportés sans préavis à leur forfait, peu importe le type de changement, était assez égale en 2015. En 2016 cependant, les changements apportés sans préavis au forfait de données produisaient considérablement plus de mécontentement que les autres changements (itinérance, durée du contrat, messages texte, etc.), ce qui illustre encore une fois l'importance des données pour les Canadiens.

Répercussions stratégiques

Les résultats de la recherche prouvent que la compréhension qu'ont les Canadiens de leurs services sans fil s'est améliorée au cours des deux dernières années et qu'ils tirent un plus grand avantage des offres concurrentielles. Ils fournissent aussi des renseignements susceptibles d'orienter des processus futurs du CRTC. Plus précisément :

1. La connaissance du CPRST demeure faible chez les Canadiens. Les Canadiens ont tendance à adresser les plaintes relatives aux services sans fil à leur fournisseur et à être insatisfaits du règlement qui leur est offert. Ceux qui connaissent le CPRST ont tendance à être plus satisfaits du règlement des

plaintes. Mieux faire connaître le CPRST peut donc entraîner une plus grande satisfaction à l'égard du règlement des plaintes relatives aux services sans fil.

2. Dans les forfaits de services sans fil, les données sont de plus en plus importantes pour les Canadiens. Il importe que le CRTC s'assure que le Code sur les services sans fil tient compte de l'intérêt accru des Canadiens pour les données dans les forfaits de services sans fil.

1.3. Méthodologie

Un sondage téléphonique a été réalisé auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus qui étaient propriétaires de leur téléphone cellulaire. On a utilisé un échantillon aléatoire de téléphones, composé à 20 % de téléphones cellulaires et à 80 % de téléphones fixes. Le raisonnement justifiant l'exigence relative aux téléphones cellulaires est qu'environ un cinquième, ou 20 %, des ménages canadiens n'ont pas de ligne terrestre. Cette exigence nous assurait de rejoindre les ménages ne possédant qu'un téléphone cellulaire. Le fait de ne retenir que des lignes terrestres aurait probablement eu pour résultat que nous aurions rejoint une combinaison de ménages ne possédant qu'un téléphone fixe ou un téléphone fixe et un téléphone cellulaire. Le sondage a eu lieu du 3 au 18 février 2016. En tout, 925 entrevues ont été réalisées. Nous avons utilisé un échantillonnage probabiliste qui peut donc être extrapolé à la population canadienne avec une marge d'erreur de plus ou moins 3,2 %, 19 fois sur 20.

1.4. Valeur du contrat

La valeur du contrat associé à ce projet était de 48 523,33 \$, TVH incluse.

1.5. Énoncé de neutralité politique

Par la présente, je certifie, en tant que vice-président du bureau régional d'Ottawa et chef des Services au secteur public de TNS Canada Ltd., que les produits finaux sont pleinement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada établies dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. En particulier, les produits livrables ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.

David Ang, vice-président du bureau régional d'Ottawa et chef des Services au secteur public



TNS Canada Ltd.

2. Avant-propos

2.1. Contexte

Le Code sur les services sans fil est un code de conduite obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil qui vise deux objectifs principaux : garantir que les consommateurs reçoivent l'information nécessaire pour prendre des décisions éclairées au sujet des services sans fil; établir des pratiques commerciales plus favorables aux consommateurs là où c'est nécessaire au sein de l'industrie des services sans fil; et faire en sorte que les consommateurs puissent profiter plus facilement d'offres concurrentielles. Le Code comprend 61 dispositions touchant, entre autres, la clarté, les contrats et les documents connexes, les changements aux contrats, la gestion de la facturation, les questions relatives aux appareils mobiles et la résiliation. Le Code sur les services sans fil s'applique à l'ensemble des services de téléphonie et de données sans fil mobiles de détail (services sans fil) offerts aux particuliers et aux petites entreprises au Canada, et ce, en date du 3 juin 2015.

Le CRTC s'est engagé à évaluer l'efficacité du Code et à utiliser les résultats ainsi obtenus dans son processus d'examen officiel.

L'examen du Code sur les services sans fil vise à évaluer si le Code atteint ses objectifs et s'il continuera à les atteindre. Les données de référence ont été réunies au cours des hivers de 2014 et de 2015. Le CRTC cherche ainsi à saisir en quoi, avec le temps, le Code sur les services sans fil a aidé les consommateurs à comprendre leurs contrats de services sans fil et leurs droits connexes.

2.2. Objectifs de la recherche

L'objectif global de la recherche est d'établir dans quelle mesure les consommateurs comprennent leur contrat de services sans fil ainsi que leurs droits connexes et comment cette compréhension évolue avec le temps. Plus précisément :

- Évaluer dans quelle mesure le Code sur les services sans fil atteint son objectif d'assurer que les consommateurs sont capables de prendre des décisions éclairées au sujet des services sans fil.
- Établir de quelle manière a évolué la compréhension par les consommateurs de leur contrat de services sans fil ainsi que de leurs droits connexes depuis la mise en œuvre du Code sur les services sans fil.

2.3. Aperçu de la méthodologie

Un sondage téléphonique a été réalisé auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus qui étaient propriétaires de leur téléphone cellulaire. On a utilisé un échantillon aléatoire de téléphones, composé à 20 % de téléphones cellulaires et à 80 % de téléphones fixes. Le sondage a eu lieu du 3 au 18 février 2016. En tout, 925 entrevues ont été réalisées, ce qui laisse une marge d'erreur de plus ou moins 3,2 %, 19 fois sur 20. Les entrevues ont été menées dans la langue officielle choisie par le répondant et ont duré en moyenne neuf (9) minutes. On trouvera la méthodologie détaillée au chapitre 5.

*Remarque : Une analyse a été effectuée pour étudier les écarts dans les données démographiques telles que le sexe, l'âge, la région, le niveau de scolarité complété, la langue ainsi que le dépôt de plaintes à propos des services sans fil. Seuls les écarts significatifs à un degré de confiance de 95 % sont indiqués dans le présent rapport. Tout écart statistiquement significatif entre des sous-groupes est en caractère **gras** et surligné en **vert** dans l'ensemble du rapport.*

Les chiffres présentés dans le rapport sont arrondis au nombre entier le plus près. Dans certains cas, en raison de cela, il peut sembler que les cotes regroupées sont différentes d'un point de pourcentage par rapport à leur présentation individuelle et les totaux peuvent ne pas correspondre à 100 %. En outre, les données de 2015 et de 2014 ont été reprises directement des rapports de Recherche sur l'opinion publique concernant le Code sur les services sans fil de ces années. TNS a intégré ces résultats dans le rapport de 2016 afin de pouvoir faire des comparaisons d'une année à l'autre.

3. Faits saillants et répercussions stratégiques

Le CRTC a élaboré le Code sur les services sans fil afin que les Canadiens puissent plus facilement comprendre leur contrat de services sans fil et tirer avantage des offres concurrentielles. Au cours des deux dernières années, les consommateurs ont tiré plus souvent avantage des offres concurrentielles, ont montré une meilleure compréhension de leur contrat et ont déposé moins de plaintes. En outre, les consommateurs ont déclaré que les données devenaient de plus en plus importantes dans les contrats canadiens de services sans fil.

Tirer avantage des offres concurrentielles

Les Canadiens tirent de plus en plus avantage de diverses offres concurrentielles de services sans fil.

Les Canadiens tirent en particulier plus fréquemment avantage en 2016 qu'en 2015 des forfaits familiaux et des promotions des employeurs et des associations. Les Canadiens signent aussi davantage de contrats de services sans fil (plutôt que de payer à l'utilisation).

Les Canadiens font montre en 2016 d'une préférence plus marquée pour les forfaits postpayés/mensuels que pour les forfaits prépayés/formule à la carte du passé et les utilisent de façon plus intensive. La préférence pour les forfaits postpayés/mensuels indique que les Canadiens se sont habitués à signer des contrats avec les fournisseurs de services sans fil, peut être en raison d'une meilleure compréhension de ce que le contrat implique et de la promotion des forfaits postpayés/mensuels par les fournisseurs de services sans fil.

Bien que le nombre de Canadiens ayant changé de fournisseur au cours des deux dernières années soit demeuré le même, les raisons de ces changements ont évolué. La principale raison de changer de fournisseur reste de faire une meilleure affaire et est citée beaucoup plus fréquemment en 2016. Moins de Canadiens changent en raison de leur insatisfaction à l'égard du fournisseur de services, de la mise à niveau de leur téléphone, du coût, de la couverture du réseau ou de leur situation personnelle.

Parmi les Canadiens ayant changé de fournisseur, la perception qu'il est facile de changer est encore élevée et est demeurée au même niveau au cours des deux dernières années, tout comme les raisons pour lesquelles on trouve difficile de changer.

Compréhension des contrats

Bien que la perception générale de la clarté du langage du contrat ait très peu changé, il y a de nombreuses indications que la compréhension qu'ont les Canadiens de ces contrats s'est améliorée au cours des deux dernières années. Plus précisément, l'amélioration de la compréhension des frais de résiliation, la diminution du nombre de plaintes ainsi que de factures-surprises sont toutes des indications que les Canadiens comprennent mieux leurs contrats de services sans fil. Il est cependant important de souligner que la diminution du nombre de plainte ainsi que de factures-surprises se produit pour diverses raisons, notamment les protections contre la surfacturation inscrites dans le Code.

La perception qu'ont les Canadiens de la clarté du langage du contrat est demeurée la même au cours des deux dernières années. Près des deux tiers des Canadiens trouvent les contrats clairs et faciles à comprendre. La compréhension qu'ont les Canadiens des *frais de résiliation anticipée*, en particulier, s'est améliorée ; les Canadiens ont indiqué qu'au cours des deux dernières années les frais de résiliation étaient plus clairs et qu'ils les comprenaient mieux.

Bien que les cotes attribuées à la clarté des contrats soient demeurées les mêmes, le nombre de plaintes et de factures-surprises a diminué. Ces résultats indiquent que les Canadiens sont davantage conscients de leurs obligations contractuelles ou des modalités qu'ils ont acceptées qu'ils ne l'étaient par le passé.

Cela est étayé par le fait que les personnes ayant déposé une plainte étaient presque trois fois plus susceptibles de trouver leur contrat obscur ou difficile à comprendre.

Enfin, au cours des deux dernières années, un nombre légèrement moins élevé de Canadiens ont vu leur fournisseur de services apporter des modifications à leur forfait sans en avoir été mis expressément au courant. Cela indique que les fournisseurs de services sans fil se conforment à l'exigence du Code sur les services sans fil voulant qu'ils avisent les Canadiens des changements à leur contrat et aux documents connexes et que les Canadiens sont mieux tenus au courant de leur contrat, ce qui en retour en améliore leur compréhension.

Plaintes

Les plaintes relatives aux services sans fil ont chuté au cours des deux dernières années. Les Canadiens déposent moins de plaintes pour une deuxième année consécutive, ce qui révèle qu'ils comprennent mieux leurs contrats de services sans fil et les services auxquels ils se sont abonnés. La diminution des plaintes en 2016 est largement le fait des personnes abonnées à un forfait familial ou à un forfait postpayé/mensuel. Fait intéressant, il y a eu une augmentation des plaintes de la part des abonnés des forfaits à l'utilisation, celles-ci ayant presque doublé par rapport à 2015.

Bien que les Canadiens déposent moins de plaintes, ils continuent de se plaindre principalement à leur fournisseur de services sans fil et continuent d'être insatisfaits du règlement de leur plainte.

De façon surprenante, peu de Canadiens (moins d'un sur cinq) sont au courant de leur droit de déposer une plainte devant le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication (CPRST). Les Canadiens qui étaient au courant de leur droit de se plaindre au CPRST étaient plus susceptibles d'être satisfaits du règlement de leur plainte comparativement à ceux qui n'étaient pas au courant.

Dans l'ensemble, les plaintes relatives aux services sans fil signalées par les Canadiens sont à la baisse. Bien que les Canadiens ayant un forfait familial ou partagé déposent moins de plaintes que l'an dernier, ils en déposent encore davantage que les Canadiens ayant un forfait individuel, ce qui révèle que les personnes s'étant abonnées à un forfait familial ou partagé ne sont pas entièrement satisfaites de leur forfait. Cela indique aussi qu'elles n'ont pas entièrement compris les détails du contrat ou du forfait qui leur a été proposé.

Les données deviennent plus importantes pour les Canadiens

Les données deviennent de plus en plus importantes pour les Canadiens s'abonnant à des services sans fil. Les Canadiens sont en fait de plus en plus nombreux à juger « essentielles » les données comprises dans leurs forfaits de services sans fil, alors que l'importance accordée au nombre de minutes d'appel et à la messagerie

texte est demeurée la même en 2016. C'est pour les Canadiens plus jeunes (< 55 ans) que les données ont le plus d'importance.

En outre, ce sont les changements apportés à leur forfait de données, y compris à la tarification, sans préavis ou sans obtenir leur consentement qui mécontenteraient le plus les Canadiens. La mesure dans laquelle les Canadiens se disaient mécontents des changements apportés sans préavis à leur forfait, peu importe le type de changement, était assez égale en 2015. En 2016 cependant, les changements apportés sans préavis au forfait de données produisaient considérablement plus de mécontentement que les autres changements (itinérance, durée du contrat, messages texte, etc.), ce qui illustre encore une fois l'importance des données pour les Canadiens.

Répercussions stratégiques

Les résultats de la recherche prouvent que la compréhension qu'ont les Canadiens de leurs services sans fil s'est améliorée au cours des deux dernières années et qu'ils tirent un plus grand avantage des offres concurrentielles. Ils fournissent aussi des renseignements susceptibles d'orienter des processus futurs du CRTC. Plus précisément :

1. La connaissance du CPRST demeure faible chez les Canadiens. Les Canadiens ont tendance à adresser les plaintes relatives aux services sans fil à leur fournisseur et à être insatisfaits du règlement qui leur est offert. Ceux qui connaissent le CPRST ont tendance à être plus satisfaits du règlement des plaintes. Mieux faire connaître le CPRST peut donc entraîner une plus grande satisfaction à l'égard du règlement des plaintes relatives aux services sans fil.
2. Dans les forfaits de services sans fil, les données sont de plus en plus importantes pour les Canadiens. Il importe que le CRTC s'assure que le Code sur les services sans fil tient compte de l'intérêt accru des Canadiens pour les données dans les forfaits de services sans fil.

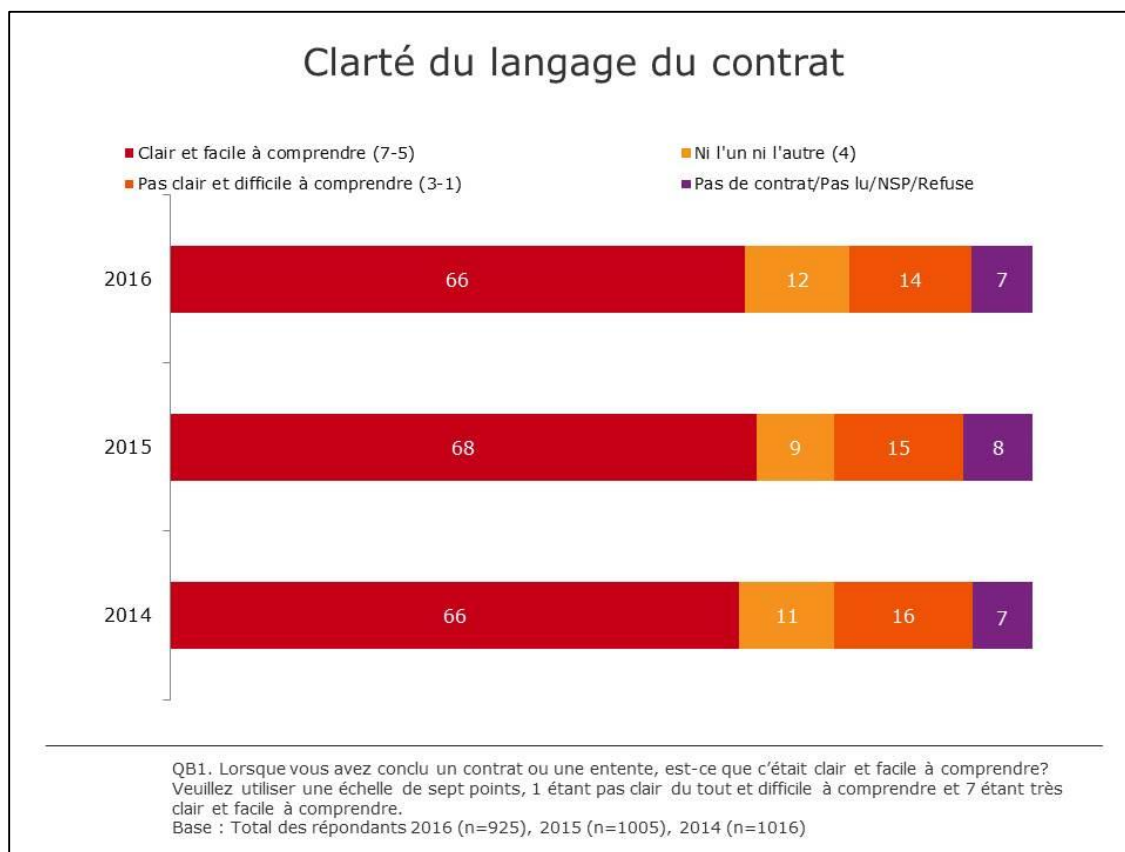
4. Résultats détaillés

4.1. Compréhension des contrats de services sans fil

4.1.1. Clarté du langage du contrat

La perception de la clarté du langage du contrat est demeurée inchangée depuis 2014. De façon générale, un grand nombre de Canadiens trouvent les contrats de services sans fil clairs et faciles à comprendre. Une partie non négligeable de la population canadienne continue cependant de trouver les contrats de services sans fil obscurs et difficiles à comprendre.

De façon similaire aux résultats de 2014 et 2015, deux tiers des Canadiens (66 %) trouvent le contrat qu'ils ont signé clair et facile à comprendre. Un sur sept (14 %) trouve cependant son contrat obscur et difficile à comprendre.



Comme nous l'avons vu dans les résultats de l'an dernier, les Canadiens plus jeunes (18 à 34 ans) sont plus susceptibles de trouver leur contrat clair et facile à comprendre (72 % par rapport à 61 %-64 %), tout comme les Québécois (77 % par rapport à 60 %-71 %). Comme les Canadiens francophones demeurent en majorité au Québec, il n'est pas surprenant que les francophones soient considérablement plus susceptibles de trouver leur contrat clair et facile à comprendre (77 % par rapport à 62 % des anglophones).

Les personnes n'ayant pas déposé de plainte à propos de leurs services sans fil sont aussi plus susceptibles de trouver leur contrat clair et facile à comprendre (69 % par rapport à 54 %).

Tableau 4.1.1.a : Clarté du langage du contrat par sexe, âge et région

Clarté du langage du contrat	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom-me	Fem-me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prai-ries	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Très clair et facile à comprendre (7)	24	23	25	27	22	23	10	33	18	30	25
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	66	63	68	72	64	61	60	77	61	71	58
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	14	17	12	13	14	16	20	11	12	18	16

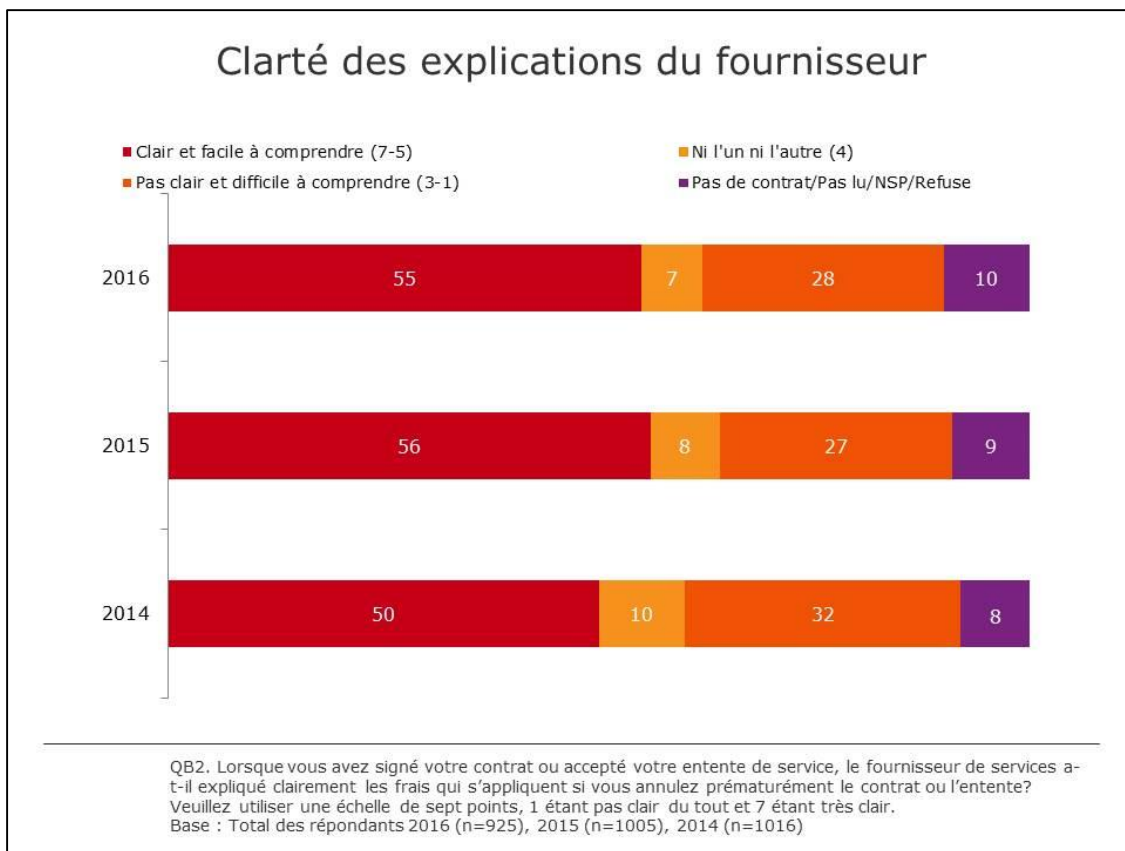
Tableau 4.1.1.b : Clarté du langage du contrat par niveau de scolarité, langue, plainte formulée

Clarté du langage du contrat	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon-daire ou moins	Collè-ge	Uni-versité	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Très clair et facile à comprendre (7)	24	31	31	16	23	34	14	14	27
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	66	69	68	64	62	77	64	54	69
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	14	12	14	15	15	12	20	28	10

4.1.2. Explication des frais de résiliation anticipée

Les Canadiens comprennent mieux les frais de résiliation depuis 2014.

Plus de la moitié des Canadiens croient que leur fournisseur de services leur a clairement expliqué les frais qui s'appliquent en cas de résiliation anticipée de leur contrat. Bien que ce nombre n'ait pas changé par rapport à 2015, la hausse de 5 % par rapport à 2014 indique une amélioration au fil du temps.



Les résidents du Québec (65 %) sont aussi plus susceptibles de trouver l'explication des frais de résiliation anticipée claire et facile à comprendre par rapport à ceux des autres régions. Sans surprise, en raison du nombre de Canadiens francophones vivant au Québec, les francophones sont aussi plus susceptibles que les anglophones de trouver l'explication des frais de résiliation anticipée claire et facile à comprendre (62 % par rapport à 53 %).

En outre, les Canadiens ayant déposé une plainte à propos de leur fournisseur de services sans fil sont beaucoup plus susceptibles de trouver l'explication obscure et difficile à comprendre (41 % par rapport à 28 %).

Tableau 4.1.2.a : Clarté de l'explication du fournisseur par sexe, âge et région

Clarté de l'explication du fournisseur	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom-me	Fem-me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl	Qc	Ont.	Prai-ries	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Très claire (7)	26	24	28	32	21	27	22	39	20	28	22
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	55	55	56	58	54	53	52	65	53	48	57
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	28	31	26	33	29	22	28	22	29	36	27

Tableau 4.1.2.b : Clarté de l'explication du fournisseur par niveau de scolarité, langue, plainte formulée

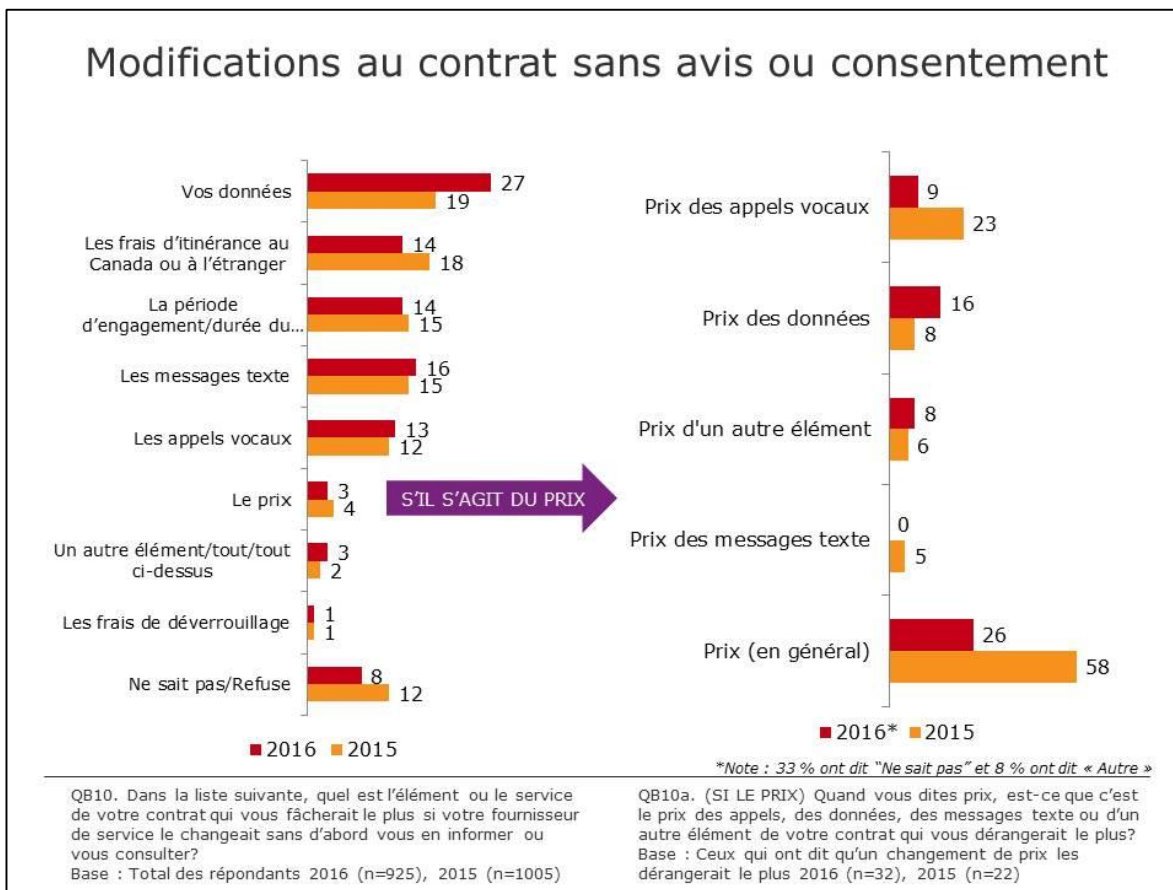
Clarté de l'explication du fournisseur	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon-daire ou moins	Collè-ge	Uni-versité	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Très claire (7)	26	37	29	20	24	39	17	18	29
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	55	58	60	51	53	62	58	47	57
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	28	20	23	35	31	21	28	41	25

4.1.3. Changements apportés au contrat sans préavis ou obtention du consentement

Ce sont les changements apportés à leur forfait de données sans préavis ou sans obtenir leur consentement, y compris les changements apportés à la tarification des données, qui mécontenteraient le plus les Canadiens.

Ce sont les changements apportés à leur forfait de données sans préavis ou sans obtenir leur consentement, qui mécontenteraient le plus les Canadiens. Le mécontentement attribuable à la modification du forfait de données a augmenté considérablement par rapport à 2015 (27 % par rapport à 19 %), tout comme les préoccupations relatives à l'augmentation de la tarification du forfait de données (16 % par rapport à 8 %), ce qui indique que les données deviennent plus importantes pour les Canadiens.

Les frais d'itinérance (14 %), la durée du contrat (14 %), la messagerie texte (16 %) et la téléphonie vocale (13 %) reçoivent des cotes similaires, cohérentes avec les résultats de 2015. Une très petite partie (3 %) de Canadiens seraient mécontents d'un changement apporté à la tarification de leur contrat sans qu'on les en ait avisés. Parmi ceux qui seraient mécontents d'un changement sans préavis apporté à la tarification¹, la principale question demeure le coût global des services (26 %) et, de plus en plus, la tarification des données (+ 8 %).

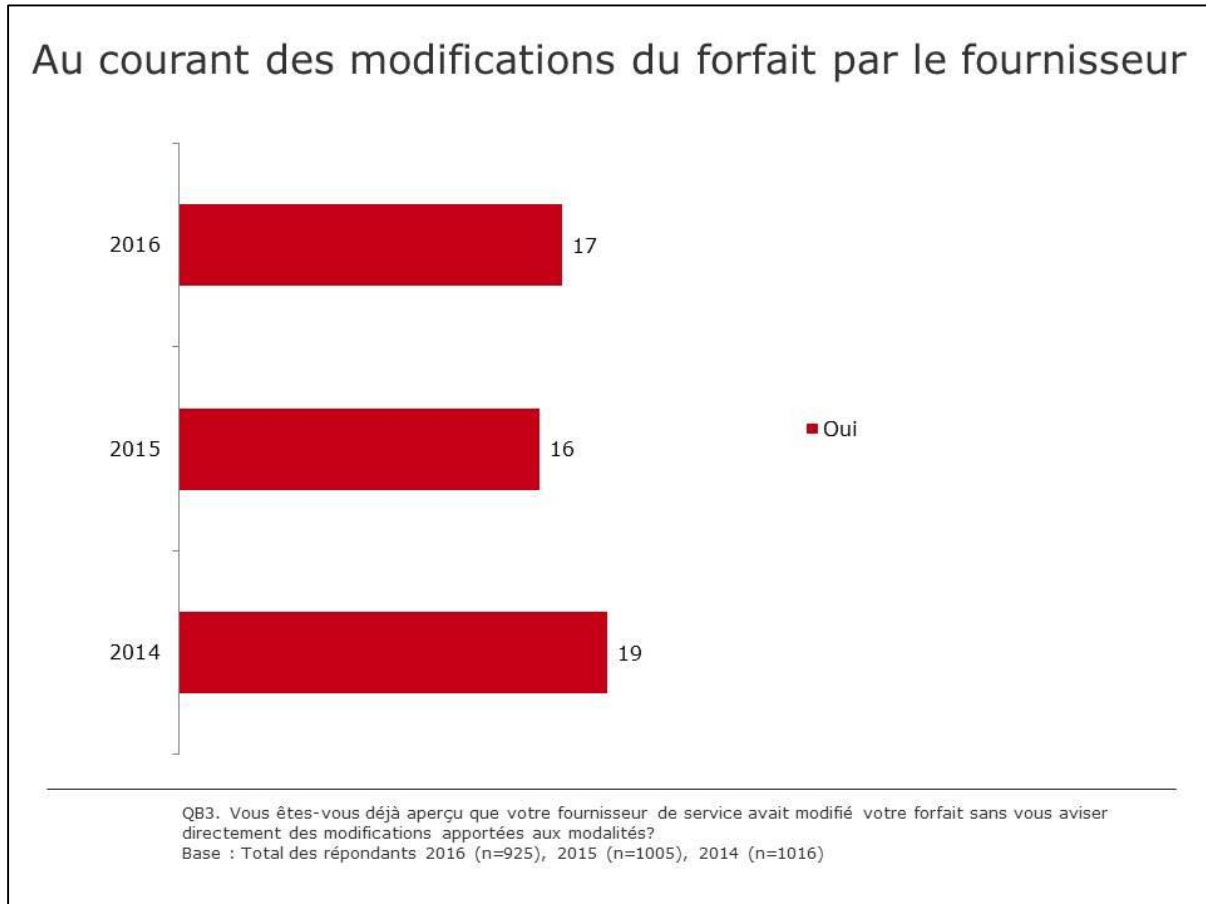


¹ Remarque : Le nombre de répondants à cette question est très faible (n = 32 en 2016 et n=22 en 2015) ; il faut donc faire preuve d'extrême prudence dans l'interprétation de l'analyse des résultats de cette année et de la comparaison d'une année à l'autre.

4.1.4. Au courant de la modification du forfait par le fournisseur

Depuis 2014, moins de Canadiens constatent que leur fournisseur de services modifie leur forfait sans les aviser expressément des changements apportés aux modalités.

Moins d'un Canadien sur cinq (17 %) a indiqué s'être aperçu que son fournisseur de services modifiait son forfait sans l'aviser des nouvelles modalités. Bien que la baisse soit faible (-2 %²) depuis 2014, elle indique un pas dans la bonne direction.



Les Canadiens parlant une autre langue que l'anglais ou le français sont considérablement plus susceptibles de s'apercevoir que leur fournisseur de services modifie leur forfait sans les aviser expressément des changements apportés aux modalités (24 % par rapport à 13 % des francophones et 17 % des anglophones).

En outre, les Canadiens ayant déposé une plainte à propos de leurs services sans fil sont beaucoup plus susceptibles de s'apercevoir des changements (33 % par rapport à 12 %).

² Significatif à un niveau de 90 %

Tableau 4.1.4.a : Au courant de la modification du forfait par le fournisseur - par langue et plainte formulée

Au courant de la modification du forfait par le fournisseur	Total	Langue			A porté plainte	
		Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Oui	17	17	13	24	33	12
Non	80	80	86	66	60	86

4.1.5. Factures-surprises

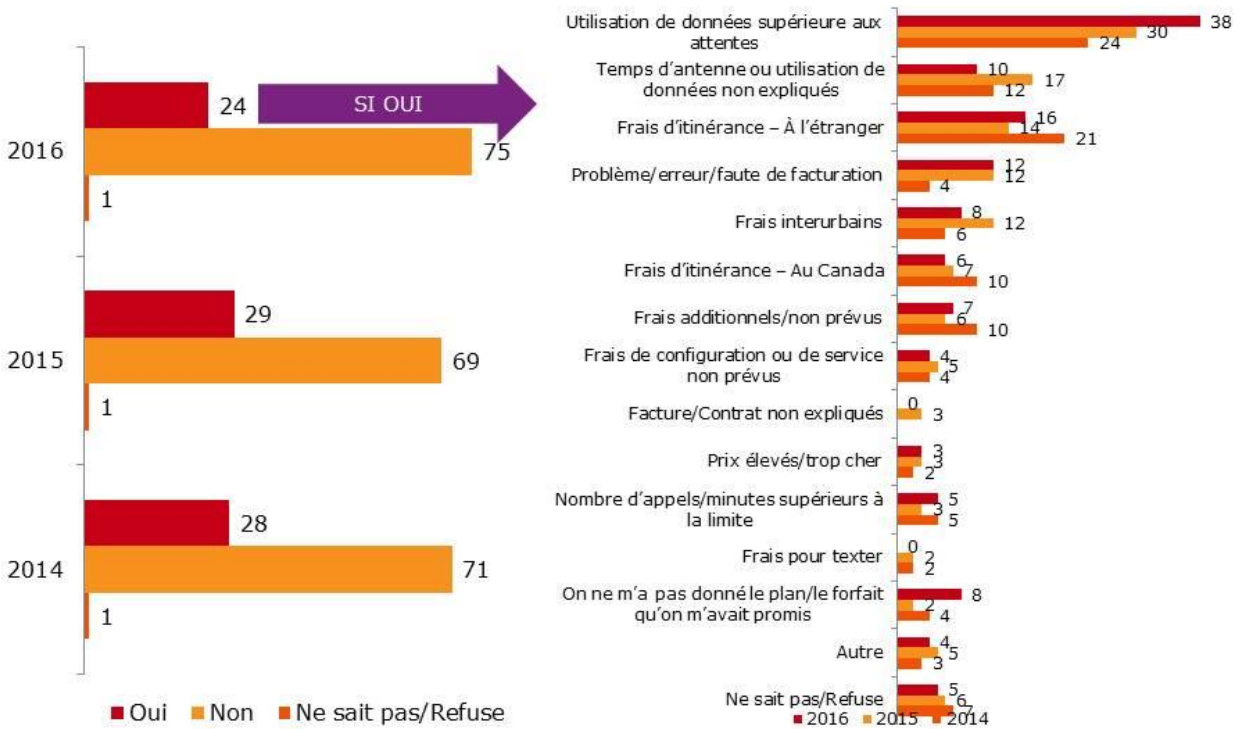
Moins de Canadiens ont reçu une facture-surprise en 2016. L'utilisation plus élevée que prévue de données est la plus grande cause des factures-surprises.

Un quart (24 %) des Canadiens ont reçu en 2015 une « facture-surprise », c'est-à-dire une facture au montant anormalement élevé, ce qui constitue une baisse importante par rapport à 2014. Cette tendance à la baisse des factures-surprises indique que les Canadiens comprennent de manière plus approfondie les modalités et les coûts associés à leur contrat. Cela indique aussi que les protections intégrées dans le Code ont un impact.

La principale raison d'une facture-surprise est une utilisation plus élevée que prévue des données, quatre Canadiens sur dix citant cette raison pour leur facture-surprise. Ce problème augmente chaque année depuis 2014 et peut être attribuable à l'utilisation plus répandue des téléphones intelligents chez les Canadiens, aux améliorations et aux changements apportés aux applications mobiles ainsi qu'à la mesure dans laquelle ces applis utilisent des données. Autrement dit, l'utilisation plus élevée que prévue des données s'explique peut-être davantage par le fait que les Canadiens ne comprennent pas entièrement la consommation de données de leur appareil mobile plutôt que parce qu'ils ne comprennent pas les modalités d'utilisation des données imposées par leur fournisseur de services.

Les autres causes de factures-surprises sont les frais d'itinérance (16 %), des erreurs de facturation (12 %), temps d'antenne ou utilisation de données non expliqués (10 %), les frais d'interurbain (8 %) et le fait de ne pas avoir obtenu le forfait promis (8 %); la fréquence de la plupart de ces causes est demeurée stable ou a diminué en 2014 et 2015.

Expérience d'une facture-surprise



QB6. Au cours de la dernière année, avez-vous reçu une facture-surprise, c'est-à-dire une facture étonnamment très élevée?
 Base : Total des répondants 2016 (n=925), 2015 (n=1005), 2014 (n=1016)

QB6a. (SI OUI) Quelle était la principale raison des frais élevés de la facture-surprise que vous avez reçue? ?
 Base : Ceux qui ont reçu une facture-surprise 2016 (n=208), 2015 (n=289), 2014 (n=282)

Les Canadiens plus jeunes (18 à 34 ans) (29 %), ayant fait des études universitaires (29 %) et parlant principalement anglais (28 %), sont plus susceptibles d'avoir reçu une facture-surprise.

Sans surprise, les Canadiens ayant déposé une plainte relativement à leurs services sans fil sont plus susceptibles d'avoir reçu une facture-surprise que ceux n'ayant pas déposé de plainte (56 % par rapport à 15 %). On peut présumer que la plainte avait un rapport direct avec la facture-surprise reçue.

Tableau 4.1.5.a : Factures-surprises par sexe, âge et région

A reçu une facture-surprise	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom-me	Fem-me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prai.	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Oui	24	23	25	29	23	20	28	16	27	23	28
Non	75	76	74	70	76	79	72	83	73	73	72
Ne sait pas	1	1	1	1	1	1	-	1	1	4	-

Tableau 4.1.5.b : Factures-surprises par niveau de scolarité, langue, plainte formulée

Factures-surprises	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon-daire ou moins	Collè-ge	Uni-versité	Ang.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Oui	24	19	20	29	28	15	22	56	15
Non	75	81	79	69	71	84	76	44	83
Ne sait pas	1	1	1	2	1	1	2	1	1

Bien que l'écart ne soit pas aussi marqué qu'en 2015, les Canadiens ayant un forfait familial continuent de recevoir des factures-surprises à une plus grande fréquence que ceux ayant un forfait individuel (28 % par rapport à 22 %). Le fait que les factures-surprises des plans familiaux ont diminué en 2016 peut indiquer que les fournisseurs de services sans fil expliquent mieux aux consommateurs les modalités de ces forfaits.

Tableau 4.1.5.c : Factures-surprises par forfait individuel ou familial/partagé

	Forfait individuel		Forfait familial	
	2016 (n=629)	2015 ³	2016 (n=279)	2015
A reçu une facture-surprise	22 %	26 %	28 %	40 %

4.2. Plaintes relatives aux services sans fil

4.2.1. Dépôt d'une plainte

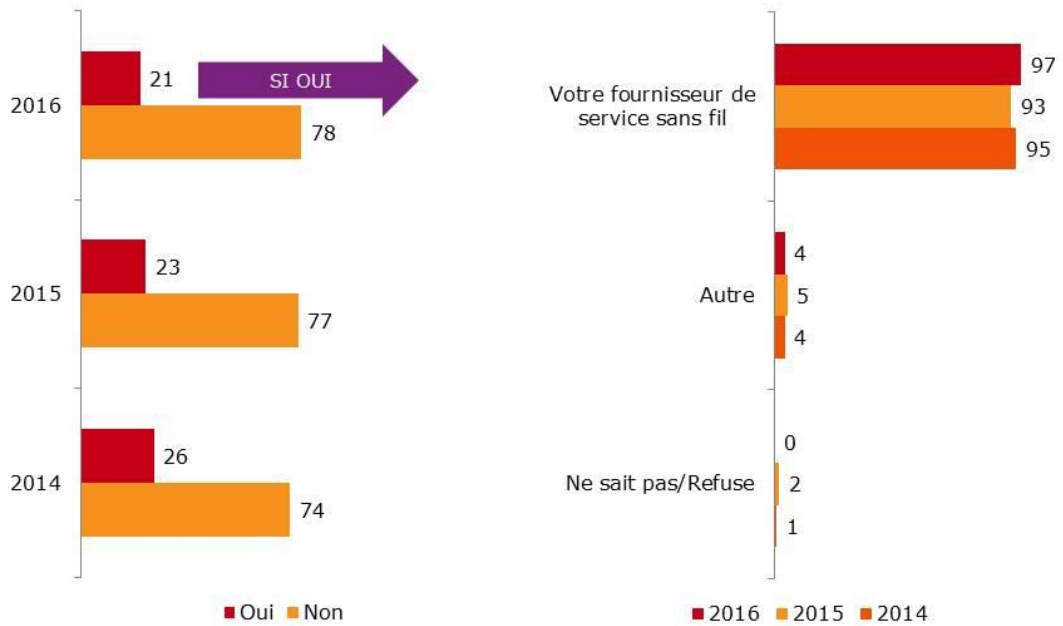
Les Canadiens déposent moins de plaintes à propos de leurs fournisseurs de services sans fil en 2016. Presque toutes les plaintes continuent d'être adressées directement au fournisseur de services sans fil.

Pour la deuxième année consécutive, le nombre de plaintes déposées à propos des services sans fil au cours des 12 derniers mois a diminué. En 2014, 26 % des Canadiens avaient signalé avoir déposé une plainte relative aux services sans fil alors qu'ils sont seulement 21 % à l'avoir fait en 2016 (ce qui constitue une diminution de 20 % des plaintes depuis 2014). Cette tendance à la baisse des plaintes indique une meilleure compréhension des contrats et des services.

Comme pour les années antérieures, la grande majorité des Canadiens qui ont déposé une plainte l'ont fait directement auprès du fournisseur de services sans fil.

³ Remarque : La taille exacte des échantillons de 2015 étant inconnue, on ne peut effectuer de tests d'hypothèse.

Plaintes au sujet des services sans fil



QB4. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services sans fil?
 Base : Total des répondants 2016 (n=925), 2015 (n=1005), 2014 (n=1016)

QB4a. (SI OUI) Au près de qui avez-vous déposé votre plainte?
 Base : Ceux qui ont porté plainte 2016 (n=179), 2015 (n=222), 2014 (n=258)

Tableau 4.2.1.a : Plaintes relatives aux services sans fil par sexe, âge et région

Plaintes relatives aux services sans fil	Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prairies	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Oui	21	25	18	25	20	18	25	15	25	20	20
Non	78	75	81	74	79	81	73	85	74	79	80

Tableau 4.2.1.b : Plaintes relatives aux services sans fil par niveau de scolarité, langue et plainte formulée

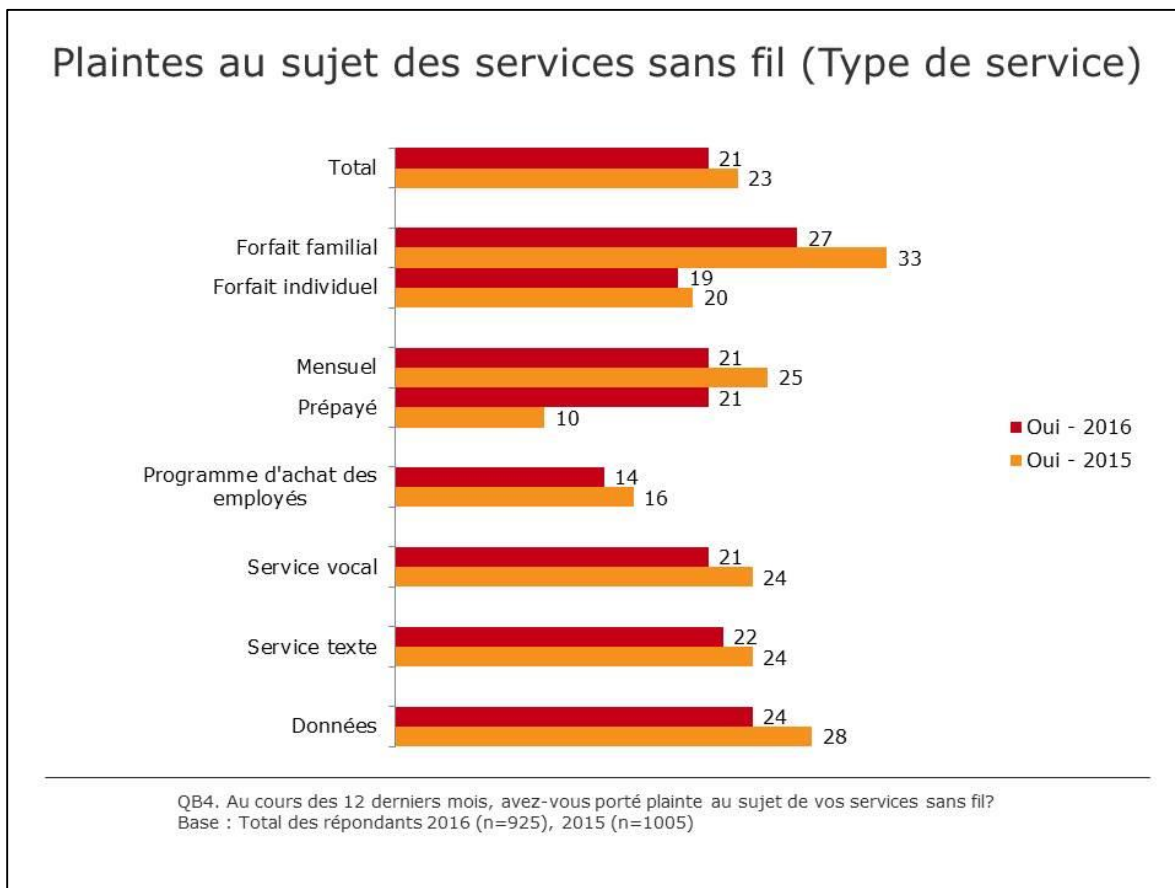
Plaintes relatives aux services sans fil	Total	Études			Langue		
		Secondaire ou moins	Collège	Université	Angl.	Fran.	Autre
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %
Oui	21	20	20	23	23	13	26
Non	78	80	79	77	76	87	74

4.2.2. Plaintes par catégorie de services

Les plaintes de la part des Canadiens ayant un forfait familial et (ou) un forfait mensuel/postpayé ont diminué en 2016.

Les plaintes relatives aux services sans fil sont à la baisse dans leur ensemble, mais pas de façon marquée, depuis 2015 (21 % par rapport à 23 % en 2015), ce qui indique une meilleure compréhension générale des forfaits de la part des consommateurs. On remarque en particulier une diminution statistiquement significative du nombre de plaintes provenant des Canadiens ayant un forfait familial (27 % par rapport à 33 %), ainsi que de ceux ayant un forfait mensuel/postpayé (21 % par rapport à 25 %). Encore une fois, cela pourrait indiquer que les consommateurs ayant ce type de forfait comprennent mieux leur contrat qu'au cours des années antérieures.

Fait intéressant, on a assisté en 2016 à une augmentation considérable des plaintes de la part des Canadiens ayant un forfait prépayé/à la carte, le nombre ayant plus que doublé par rapport aux plaintes signalées en 2015 (21 % contre 10 %).



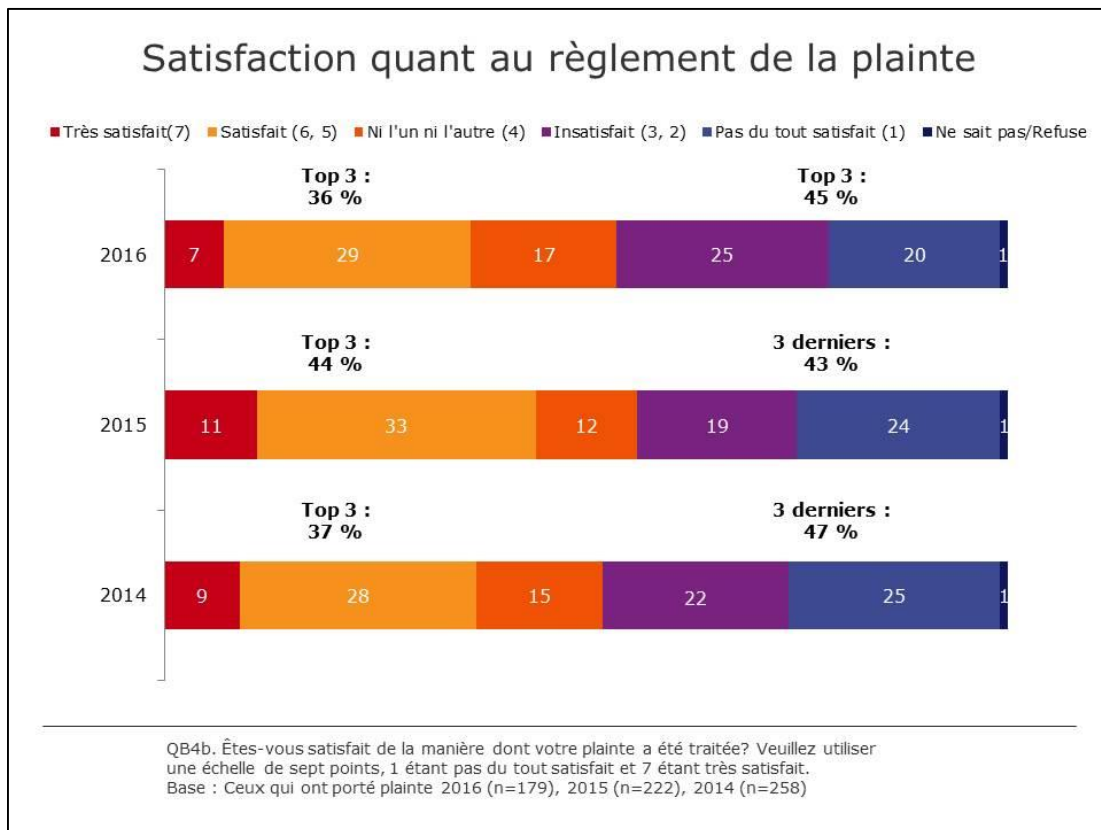
4.2.3. Règlement des plaintes

Les Canadiens sont généralement insatisfaits du règlement de leur plainte.

Bien que le nombre de plaintes relatives aux services sans fil soit à la baisse par rapport à 2015 (et à 2014), le niveau de satisfaction relativement au règlement de ces plaintes est aussi à la baisse, ce qui annule les gains enregistrés par rapport à 2014 et 2015. En outre, la proportion de Canadiens insatisfaits du règlement (cotes 1, 2, 3) continue de surpasser la proportion de ceux qui sont satisfaits (cotes 5, 6, 7) (45 % par rapport à 36 %)⁴.

Ces résultats indiquent que le règlement des plaintes demeure problématique aux yeux des Canadiens. Compte tenu du fait que presque toutes les plaintes sont adressées directement au fournisseur de services sans fil, ces résultats laissent croire que les Canadiens n'aiment pas la manière dont les fournisseurs de services sans fil gèrent les plaintes.

Les données démographiques ne semblent avoir aucune incidence sur le niveau de satisfaction relatif au règlement des plaintes.

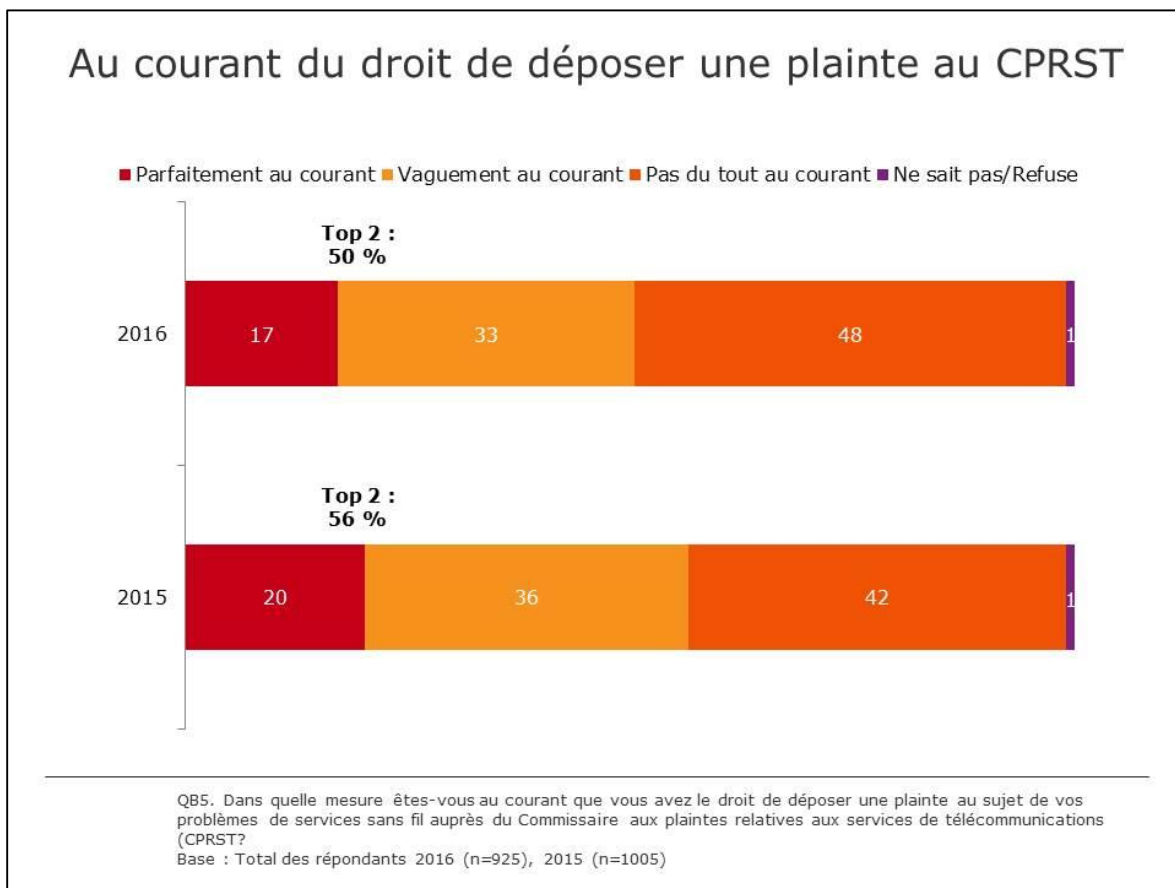


⁴ Significatif à un niveau de 90 %.

4.2.4. Au courant du droit de déposer une plainte auprès du CPRST

De manière générale, les Canadiens ne savent pas qu'ils ont le droit de déposer une plainte auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication (CPRST), et l'ignorance de ce droit s'accroît.

Près de la moitié des Canadiens (48 %) ne sont pas au courant de leur droit de déposer une plainte auprès du CPRST à propos de problèmes liés à leur fournisseur de services sans fil, une diminution de 6 % par rapport à l'an dernier. À peine un tiers (33 %) connaissent vaguement ce droit, alors que moins d'un sur cinq (17 %) en sont parfaitement au courant. Il n'est pas surprenant que les gens soient moins au courant parce que Code sur les services sans fil, n'étant plus nouveau, suscite moins l'intérêt des médias que par le passé.



Les données démographiques ont une incidence sur la connaissance qu'ont les Canadiens de leur droit de déposer une plainte auprès du CPRST. Les Canadiens plus âgés (55 ans et plus) en particulier sont plus au courant de ce droit (63 % le connaissant vaguement/parfaitement par rapport à 45 % chez les 18 à 34 ans et 46 % chez les 35 à 54 ans), tout comme ceux parlant l'une ou l'autre des langues officielles (52 % le connaissant vaguement/parfaitement chez les anglophones et 57 % chez les francophones par rapport à 36 % chez ceux parlant une autre langue).

Curieusement, la connaissance de ce droit est *moindre* chez les personnes ayant déposé une plainte (61 % par rapport à 45 % pas du tout au courant) que chez celles qui n'en ont pas déposées.

Tableau 4.2.4.a : Au courant du droit de déposer une plainte auprès du CPRST par sexe, âge, région

Au courant du droit de déposer une plainte auprès du CPRST	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom-me	Fem-me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prai-ries	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Parfaitement au courant	17	19	17	12	18	23	16	9	18	26	19
Vaguement au courant	33	35	32	33	28	40	33	41	31	27	36
Pas du tout au courant	48	45	50	54	52	37	48	49	49	47	44
Ne sait pas	1	1	1	1	2	1	2	1	2	0	1

Tableau 4.2.4.b : Au courant du droit de déposer une plainte auprès du CPRST par niveau de scolarité, langue, plainte formulée

Au courant du droit de déposer une plainte auprès du CPRST	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon-daire ou moins	Collè-ge	Uni-versité	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Parfaitement au courant	17	25	20	12	21	11	10	10	19
Vaguement au courant	33	29	31	36	31	46	26	27	35
Pas du tout au courant	48	42	48	51	47	43	59	61	45
Ne sait pas	1	3	1	1	1	0	5	2	1

Tel qu'on l'a vu en 2015, les personnes qui sont parfaitement au courant de leur droit de déposer une plainte auprès du CPRST sont les plus susceptibles d'être satisfaites du règlement de leur plainte.

Tableau 4.2.4.c : Satisfaction quant au règlement de la plainte par degré de connaissance du droit de déposer une plainte auprès du CPRST

Satisfaction quant au règlement de la plainte	Au courant du droit de déposer une plainte auprès du CPRST					
	Parfaitement		Vaguement		Pas du tout au	
	2016 (n=25)	2015 ⁵	2016 (n=47)	2015	2016 (n=103)	2015
Satisfait (5,6,7)	42 %	64 %	39 %	51 %	34 %	35 %
Ni l'un ni l'autre (4)	10 %	10 %	16 %	20 %	19 %	9 %
Insatisfait (1,2,3)	48 %	26 %	48 %	27 %	44 %	56 %

⁵ Remarque : La taille exacte des échantillons de 2015 étant inconnue, on ne peut effectuer de tests d'hypothèse.

4.3. Changement de fournisseur de services sans fil

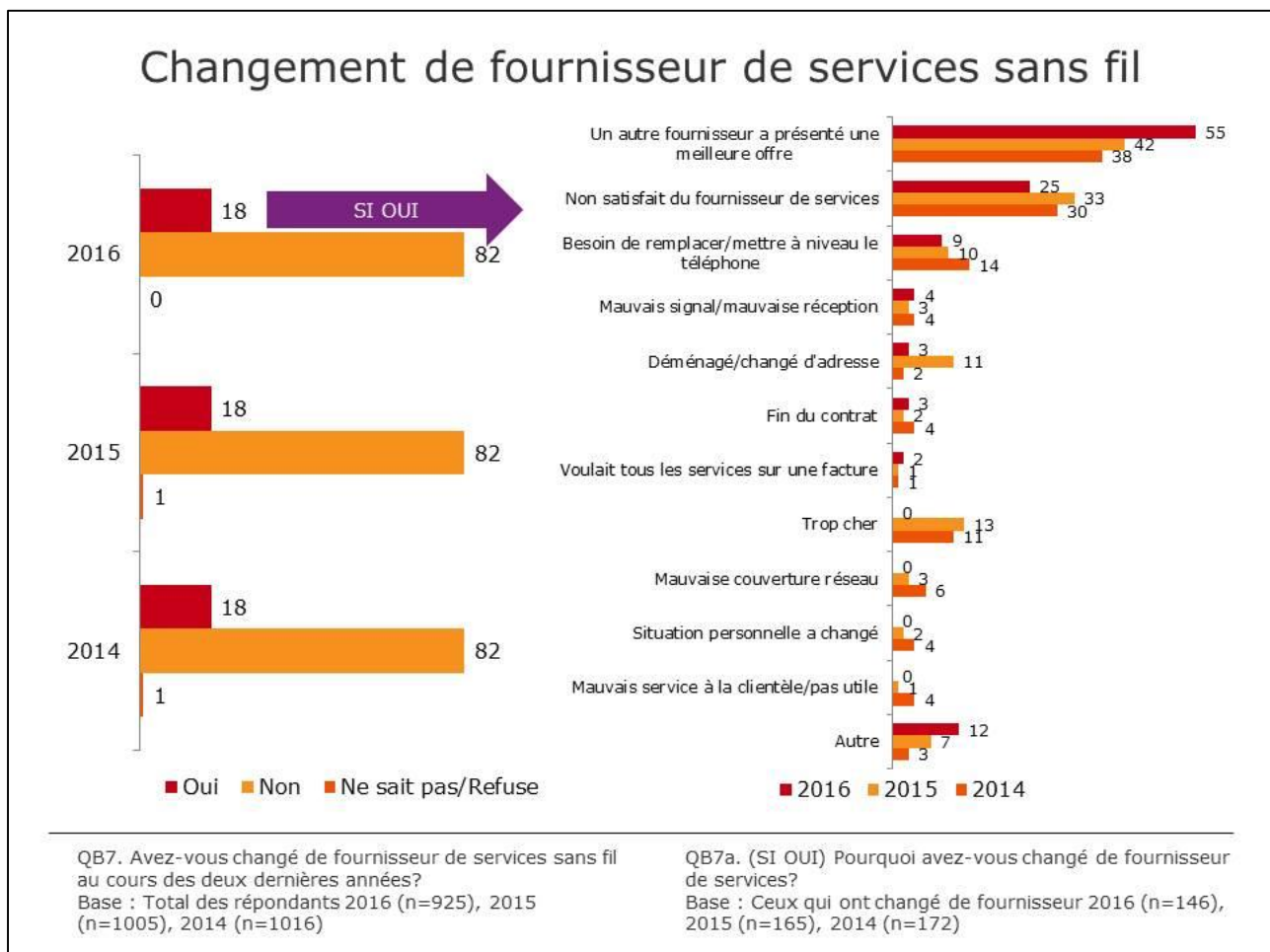
4.3.1. Changement de fournisseur

Un Canadien sur cinq a changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années, principalement en raison d'une meilleure offre d'un autre fournisseur.

Tout comme dans les résultats de 2015 et de 2014, un Canadien sur cinq (18 %) a changé de fournisseur au cours des deux dernières années.

La principale cause de changement de fournisseur continue d'être une meilleure offre d'un autre fournisseur, cause qui gagne en importance d'année en année depuis 2014 (55 % par rapport à 42 % en 2015 et à 38 % en 2014). Plus de consommateurs changent de fournisseur en raison d'une meilleure offre et non pas parce qu'ils sont mécontents de leur fournisseur. Cela indique que le Code sur les services sans fil permet aux consommateurs de tirer plus fréquemment avantage des offres concurrentielles que par le passé.

Les autres raisons couramment évoquées comprennent l'insatisfaction à l'égard du fournisseur de services (25 % par rapport à 33 % en 2015 et à 30 % en 2014) et le besoin d'un nouveau téléphone ou le remplacement du téléphone actuel (9 % par rapport à 10 % en 2015 et à 14 % en 2014).



Le changement de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années est considérablement plus fréquent chez les jeunes Canadiens de 18 à 34 ans (22 % par rapport à 13 % chez les 55 ans et plus et 18 % chez les 35 à 54 ans). Les Canadiens parlant une autre langue que le français ou l'anglais sont deux fois plus susceptibles d'avoir changé de fournisseur (33 % par rapport à 15 % chez les francophones et 17 % chez les anglophones).

Tableau 4.3.1.a : Changement de fournisseur de services sans fil par sexe, âge et région

Changement de fournisseur de services sans fil	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom-me	Fem-me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prai-ries	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Oui	18	17	18	22	18	13	21	19	20	16	10
Non	82	83	82	78	82	87	78	81	80	84	89

Tableau 4.3.1.b : Changement de fournisseur de services sans fil par niveau de scolarité, langue et plainte formulée

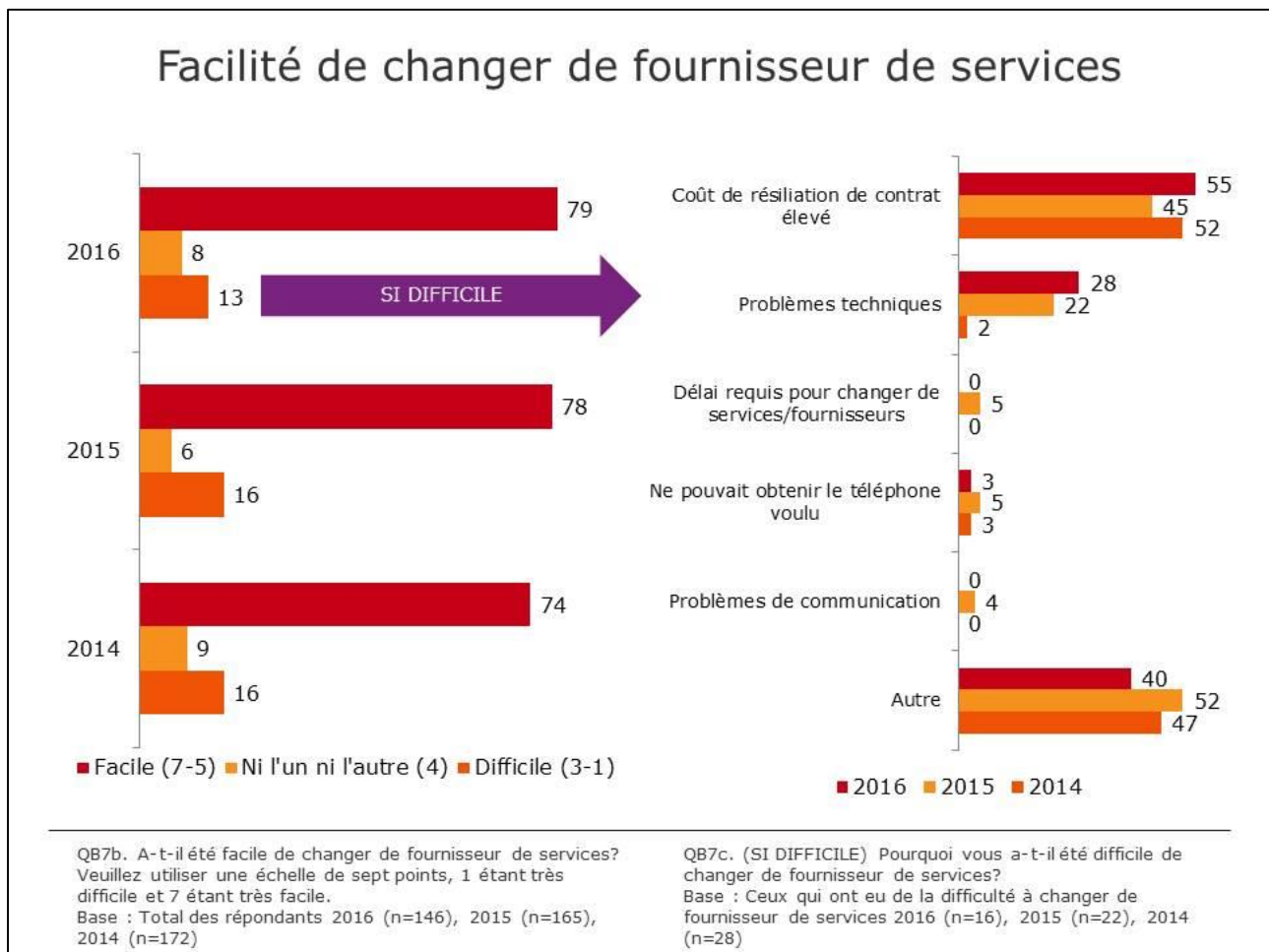
Changement de fournisseur de services sans fil	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon-daire ou moins	Collè-ge	Uni-versité	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Oui	18	15	18	15	17	15	33	22	16
Non	82	85	82	85	83	84	67	78	83

4.3.2. Facilité de changer de fournisseur de services

Il est généralement jugé facile de changer de fournisseur de services. L'aspect le plus difficile du changement est le coût élevé de la résiliation du contrat.

Tout comme pour les résultats de 2015 et de 2014, quatre Canadiens sur cinq (79 %) ayant changé de fournisseur au cours des deux dernières années ont trouvé que c'était facile de le faire (cote de 5,6 ou 7), alors qu'environ un sur huit (13 %) a trouvé le changement difficile (les trois plus basses cotes).

Parmi ceux ayant trouvé le changement difficile, plus de la moitié (55 %) ont déclaré que c'était en raison du coût élevé de la résiliation du contrat, une hausse de 10 % par rapport à 2015. Un peu plus du quart (28 %, en hausse par rapport à 22 % en 2015) ont indiqué que la difficulté tenait à des problèmes techniques.



4.4. Contrats

Quoique les forfaits individuels soient encore les plus courants, les Canadiens tirent de plus en plus avantage en 2016 de diverses offres concurrentielles, comme des forfaits familiaux ou des promotions d'employeur ou d'association.

Les Canadiens sont deux fois plus susceptibles d'avoir un forfait individuel (68 %) qu'un forfait familial (30 %). Le nombre de forfaits familiaux augmente rapidement (en hausse de 5 % par rapport à 2015) aux dépens des forfaits individuels, qui sont en baisse (diminution de 5 %). Les forfaits obtenus dans le cadre de promotions d'employeur ou d'association sont également en hausse de 7 % par rapport à 5 % en 2015.

Les forfaits postpayés/mensuels (88 %) continuent d'être beaucoup plus nombreux que les forfaits prépayés/à la carte (11 %). Les trois principaux services (services vocaux, messagerie texte et données) sont inclus dans la majorité des forfaits, quoique les données continuent d'être moins courantes.

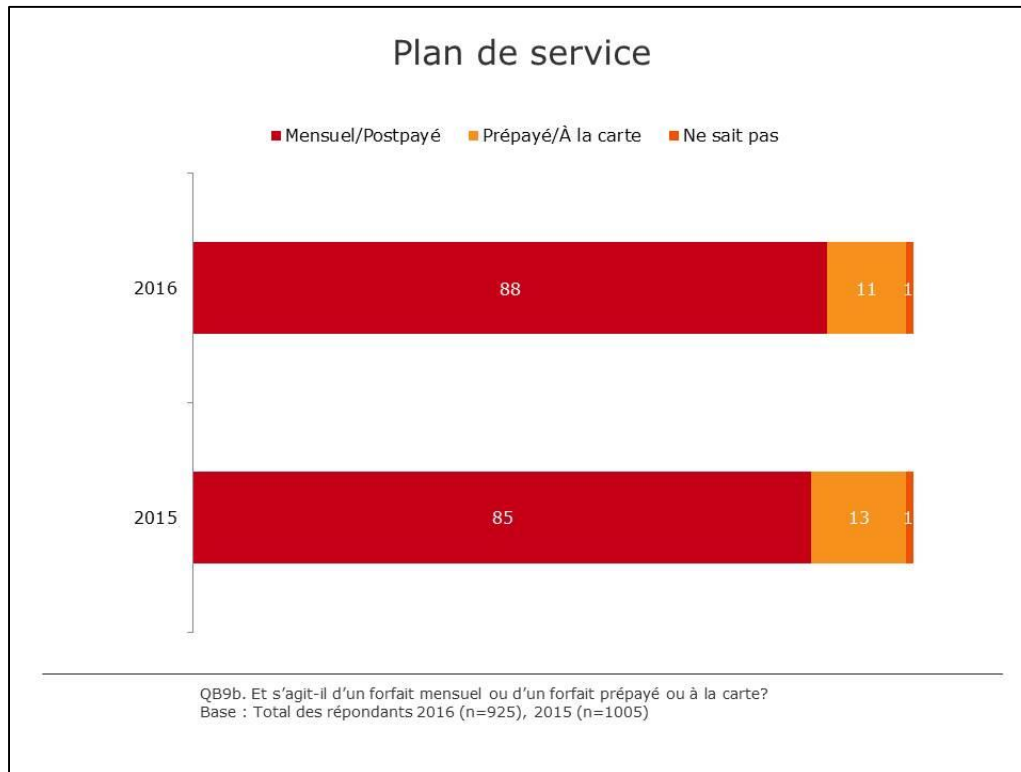
Tableau 4.4.a : Sommaire des types de contrats

Sommaire des types de contrats	% Oui	
	2016 (n=925)	2015 (n=1 005)
Forfait individuel	68 %	73 %
Forfait familial	30 %	25 %
Autre	1 %	2 %
Postpayé/mensuel	88 %	85 %
Prépayé/à la carte	11 %	13 %
% avec appels	87 %	87 %
% avec messagerie texte	91 %	90 %
% avec données	73 %	70 %
% avec forfait d'employé	7 %⁶	5 %

⁶ Significatif à un degré de confiance de 90 %

4.4.1. Type de forfaits

Les Canadiens affichent une préférence plus marquée pour les services mensuels/postpayés et y souscrivent davantage en 2016 qu'en 2015. La proportion des consommateurs ayant un forfait mensuel/postpayé a augmenté de 3 % alors que les forfaits prépayés/à la carte ont diminué d'autant.



Tel qu'on l'a vu en 2015, les Canadiens plus jeunes (18 à 54 ans) continuent d'être plus susceptibles de payer leur forfait mensuellement que les Canadiens plus âgés (90 à 92 % par rapport à 80 %). En outre, plus le niveau de scolarité augmente, plus la propension à choisir un forfait mensuel/postpayé est marquée. En d'autres mots, les Canadiens dont le niveau de scolarité est bas continuent de préférer le modèle prépayé/à la carte.

La préférence pour le modèle prépayé/à la carte chez les personnes ayant moins de scolarité peut être due à un revenu plus faible et au désir de contenir les coûts.

Tableau 4.4.1.a : Type de forfaits par sexe, âge et région

Type de forfaits	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom- me	Fem- me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prai- ries	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Mensuel/Postpayé	88	88	88	90	92	80	89	85	86	93	90
Prépayé/à la carte	11	12	11	9	7	19	7	14	13	7	10
Autre/Ne sait pas	1	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0

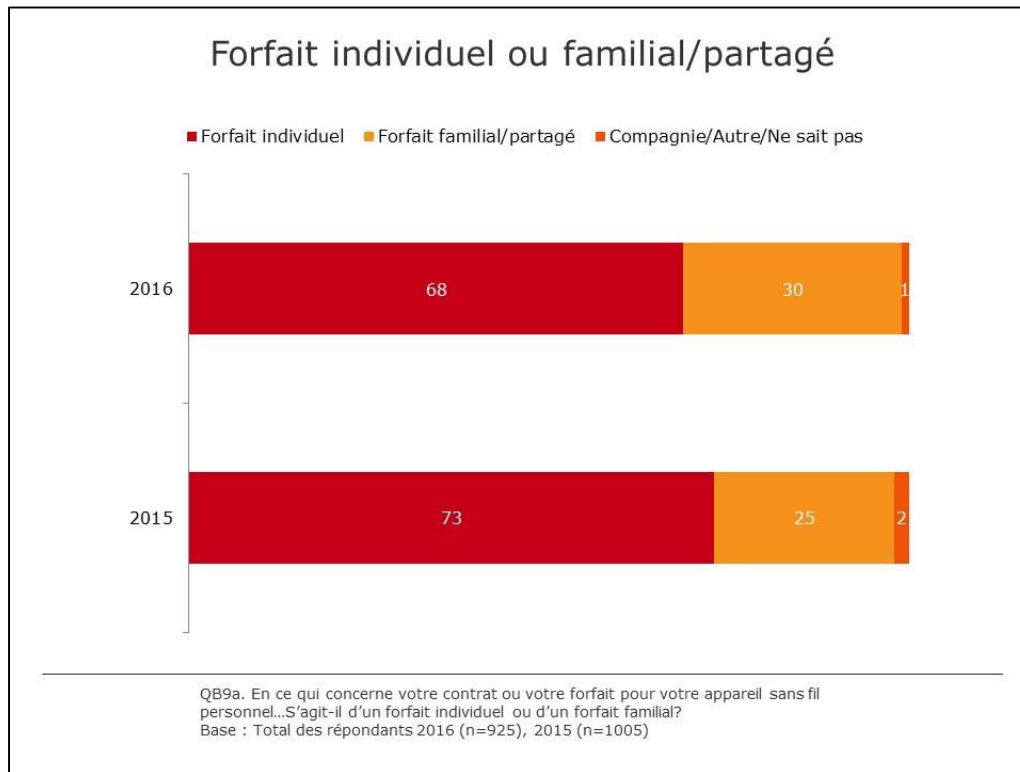
Tableau 4.4.1.b : Type de forfaits par niveau de scolarité, langue et plainte formulée

Type de forfaits	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon- daire ou moins	Collè- ge	Uni- versité	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Mensuel/Postpayé	88	80	87	92	89	86	81	89	88
Prépayé/à la carte	11	18	12	8	10	12	19	11	11
Autre/Ne sait pas	1	2	1	0	1	2	0	0	1

4.4.2. Forfait individuel ou familial/partagé

Les Canadiens tirent de plus en plus avantage des forfaits familiaux/partagés, mais sont plus susceptibles d'avoir déposé une plainte s'ils ont un forfait familial/partagé.

Une hausse de l'utilisation des forfaits familiaux/partagés s'est produite depuis 2015 (hausse de 5 %) aux dépens des forfaits individuels (baisse statistiquement significative de 5 %).



Les Canadiens de 35 à 54 ans sont plus susceptibles d'avoir un forfait familial que les Canadiens plus vieux ou plus jeunes (37 % par rapport à 26 % chez les 55 ans et plus et à 27 % chez les 18 à 34 ans). C'est probablement parce qu'ils ont besoin d'un forfait couvrant plusieurs téléphones, étant donné la tendance plus marquée des enfants de rester à la maison.

Les forfaits individuels sont plus nombreux au Québec et en C.-B. (80 % et 78 % respectivement, par rapport à 55 à 66 % dans le reste du Canada) que dans le Canada Atlantique, l'Ontario et les Prairies.

Les Canadiens anglophones sont presque deux fois plus susceptibles d'avoir un forfait familial/partagé que les Canadiens francophones (35 % par rapport à 19 %).

Fait intéressant, les personnes ayant déposé une plainte relative à leurs services sans fil au cours des 12 derniers mois sont plus susceptibles d'avoir un forfait familial/partagé que ceux n'ayant pas déposé de plainte (38 % par rapport à 28 %). Les Canadiens anglophones sont beaucoup plus susceptibles d'avoir déposé une plainte que les Canadiens francophones (23 % par rapport à 13 %). Cela peut indiquer que les Canadiens anglophones ne comprennent pas parfaitement les modalités de leur contrat au moment de la signature.

Tableau 4.4.2.a : Type de forfaits par sexe, âge et région

Type de forfaits	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom- me	Fem- me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prai- ries	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Individuel	68	69	68	73	61	71	55	80	62	66	78
Familial/Partagé	30	30	31	27	37	26	42	20	37	33	21
Employeur/Autre	1	1	1	0	1	2	1	0	1	2	1

Tableau 4.4.2.b : Type de forfaits par niveau de scolarité, langue et plainte formulée

Type de forfaits	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon- daire ou moins	Collè- ge	Uni- versité	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Individuel	68	71	69	66	64	80	77	61	70
Familial/Partagé	30	27	30	33	35	19	23	38	28
Employeur/Autre	1	2	1	0	1	1	0	0	1

4.4.3. Caractéristiques des services

La composition des forfaits de services sans fil est demeurée relativement stable. La majorité des forfaits de téléphonie cellulaire comprennent la messagerie texte, les minutes d'appel et les données.

On a enregistré très peu de changements depuis 2015 dans la composition des forfaits de services sans fil. La messagerie texte (91 % par rapport à 90 % en 2015), les minutes d'appel (87 % par rapport à 87 % en 2015) et, dans une moindre mesure, les données (73 % par rapport à 70 % en 2015) sont toutes incluses dans la majorité des forfaits de téléphonie cellulaire.

De même, une très petite portion des forfaits de téléphonie cellulaire font partie de promotions d'employeur ou d'association (7 % par rapport à 5 % en 2015); cependant, on enregistre un certain mouvement sur ce front. Une proportion légèrement supérieure de Canadiens (+2 %⁷) tire avantage des promotions offertes par leur employeur ou une association qu'en 2015.

Un grand écart continue d'exister entre la composition des services inclus dans les forfaits de téléphonie cellulaire mensuels/postpayés et les forfaits prépayés/à la carte. Dans la plupart des cas, les forfaits mensuels/postpayés ont tendance à inclure les minutes d'appel, la messagerie texte et les données alors que les forfaits prépayés/à la carte sont beaucoup moins susceptibles d'inclure les données (79 % par rapport à 31 %). Les résultats de 2016 indiquent aussi que le « fossé des données » entre les forfaits mensuels/postpayés et les forfaits prépayés/à la carte s'élargit (+5 %)⁸.

⁷ Significatif à un niveau de 90 %.

⁸ Remarque : La taille exacte des échantillons de 2015 étant inconnue, on ne peut effectuer de tests d'hypothèse.

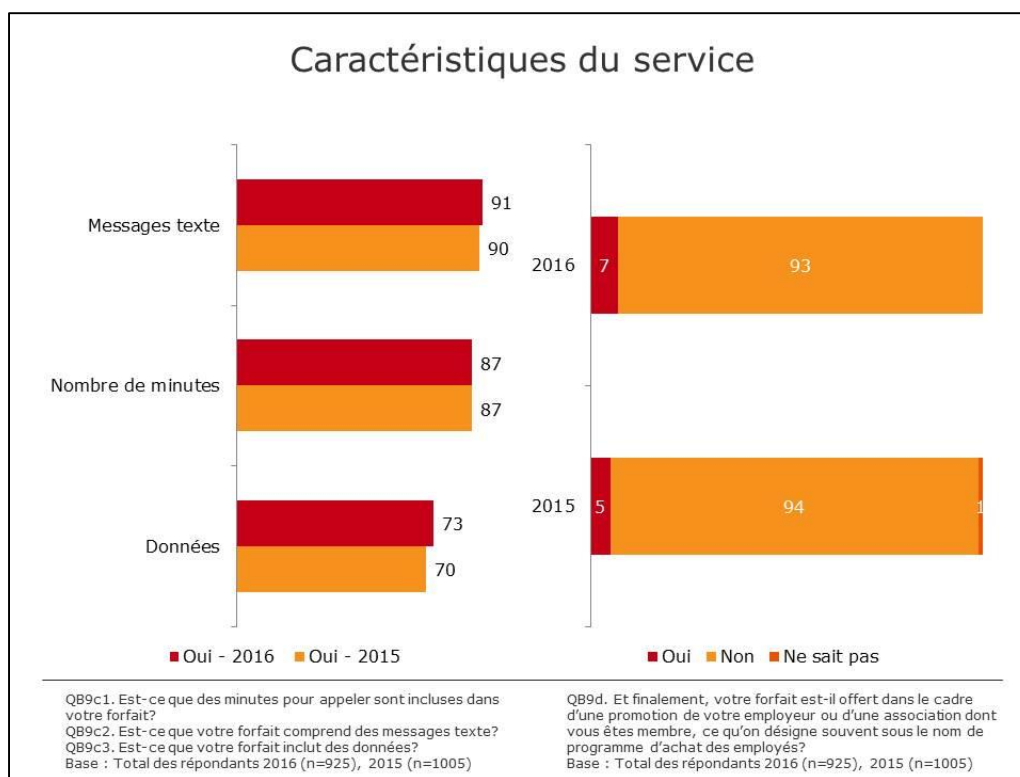


Tableau 4.4.3.a : Caractéristiques des forfaits mensuels et prépayés

	Caractéristique	Mensuel/Postpayé		Prépayé	
		2016 (n=792)	2015 ⁹	2016 (n=124)	2015
% avec cette caractéristique	Messagerie texte	94 %	93 %	70 %	67 %
	Minutes d'appel	90 %	89 %	70 %	73 %
	Données	79 %	76 %	31 %	33 %

4.4.4. Importance des caractéristiques du forfait de téléphonie cellulaire

Les Canadiens sont de plus en plus nombreux à juger « essentielles » les données comprises dans leur forfait de services sans fil. L'opinion des Canadiens a très peu changé quant à l'importance des minutes d'appel ou de la messagerie texte dans leur forfait, mais l'importance qu'ils accordent aux données a considérablement augmenté (+5 %). Dans le même esprit, beaucoup moins de Canadiens jugent que les données ne sont pas importantes dans leur forfait (-6 %).

⁹ Remarque : La taille exacte des échantillons de 2015 étant inconnue, on ne peut effectuer de tests d'hypothèse.

Tableau 4.4.4.a : Caractéristiques du service par ordre d'importance

Caractéristique du service	% qui répondent « Essentiel »		% qui répondent « Pas du tout important »	
	2016 (n=925)	2015 (n=1 005)	2016 (n=925)	2015 (n=1 005)
Messagerie texte	53 %	53 %	12 %	15 %
Minutes d'appel	51 %	50 %	9 %	9 %
Données	45 %	40 %	21 %	27 %

Le degré d'importance perçu d'une caractéristique motive certainement son inclusion dans un forfait de services sans fil. Les Canadiens qui jugent la messagerie texte ou les données comme étant « essentiels » sont considérablement plus susceptibles d'avoir cette caractéristique dans leur forfait de services sans fil. Ceux qui jugent que les minutes d'appel sont « essentielles » sont tout aussi susceptibles d'avoir ou pas cette caractéristique. En revanche, les Canadiens qui trouvent que la messagerie texte, les minutes d'appel ou les données ne sont « pas du tout importantes » sont considérablement moins susceptibles d'inclure la caractéristique dans leur forfait.

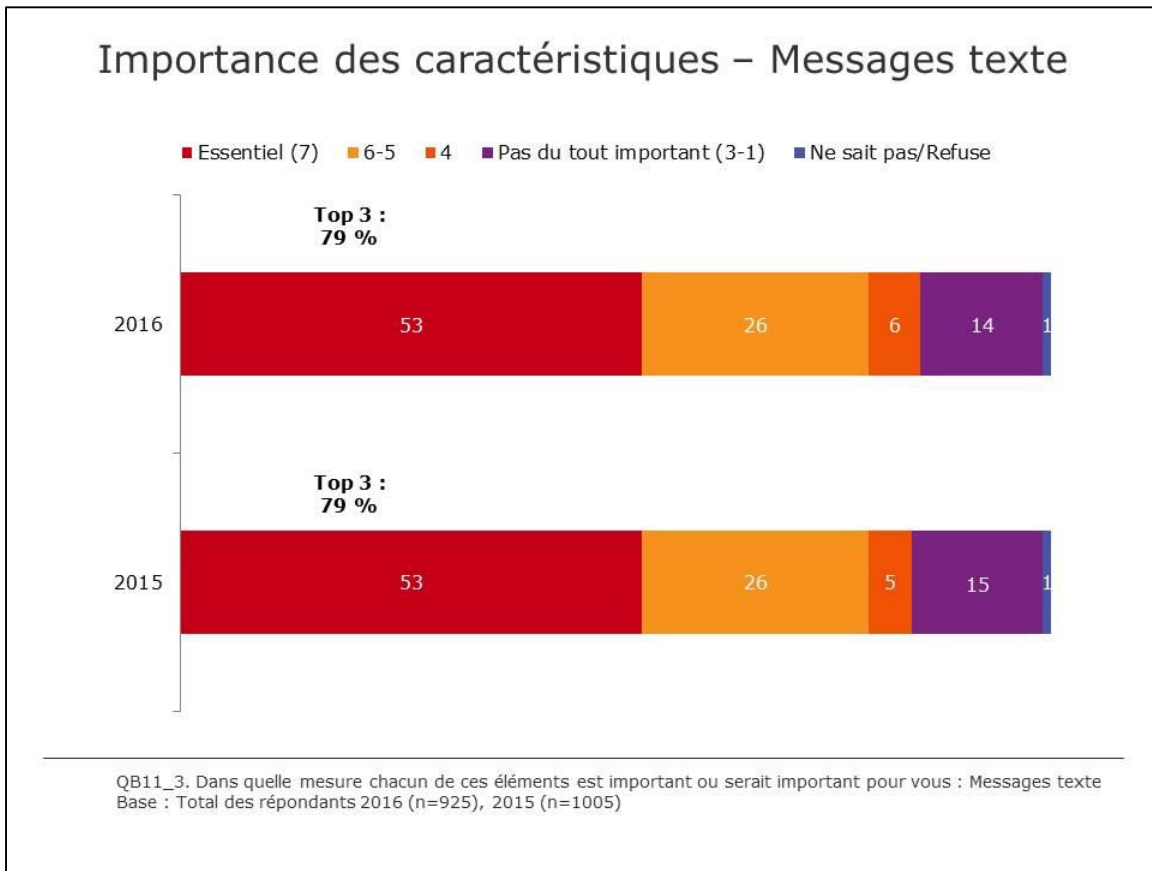
Tableau 4.4.4.b : Présence de la caractéristique du service par degré d'importance

Caractéristique du service	% qui répondent « Essentiel »		% qui répondent « Pas du tout important »	
	A le service	N'a pas le service	A le service	N'a pas le service
Messagerie texte	56 %	25 %	9 %	59 %
Minutes d'appel	51 %	55 %	7 %	16 %
Données	57 %	13 %	7 %	59 %

Importance des caractéristiques – Messagerie texte

L'importance pour les Canadiens d'avoir la messagerie texte dans leur forfait de services sans fil est demeurée stable en 2016.

L'importance de la messagerie texte est demeurée pratiquement inchangée depuis 2015. Quatre Canadiens sur cinq (79 %) jugent que la messagerie texte est importante (cote de 5, 6 ou 7) alors qu'un peu plus de la moitié d'entre eux (53 %) jugent qu'il s'agit d'un service « essentiel » dans leur forfait de services sans fil.



Il existe des écarts prononcés entre les sexes et les tranches d'âge en ce qui a trait à l'importance de la messagerie texte dans un forfait de services sans fil. Comme l'an dernier, les femmes sont plus susceptibles que les hommes de trouver que la messagerie texte est importante (84 % par rapport à 74 %) ou « essentielle » (59 % par rapport à 46 %). Sans surprise, les Canadiens plus jeunes (18 à 54 ans) sont plus susceptibles que les Canadiens plus âgés de juger la messagerie texte importante (85 à 86 % par rapport à 65 %) ou « essentielle » (57 à 59 % par rapport à 41 %). En outre, les Canadiens plus âgés (55 ans et plus) sont plus que deux fois plus susceptibles que les Canadiens plus jeunes de trouver que la messagerie texte n'est pas importante (25 % par rapport à 8 à 10 %) dans un forfait de services sans fil.

Tableau 4.4.4.c : Importance de la messagerie texte par sexe, âge et région

Importance des caractéristiques (Messagerie texte)	Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prairies	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Essentielle (7)	53	46	59	57	59	41	53	54	49	54	61
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	79	74	84	86	85	65	81	75	78	84	83
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	14	17	12	10	8	25	13	15	15	11	13

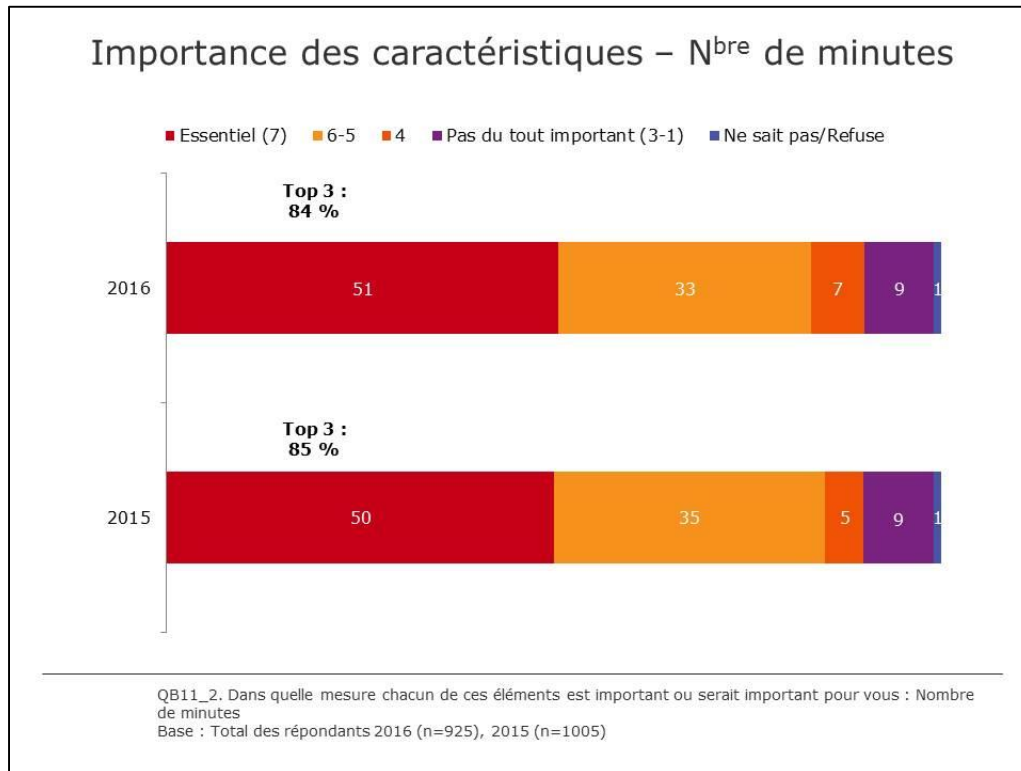
Tableau 4.4.4.d : Importance de la messagerie texte par niveau scolaire, langue et plainte formulée

Importance des caractéristiques (Messagerie texte)	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secondaire ou moins	Collège	Université	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Essentielle (7)	53	53	55	52	56	54	48	54	53
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	79	75	85	78	82	76	76	84	78
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	14	15	10	16	12	13	18	9	15

Importance des caractéristiques – Minutes d'appel

L'importance pour les Canadiens des minutes d'appel dans leur forfait de services sans fil est demeurée stable en 2016.

L'importance des minutes d'appel demeure la même qu'en 2015. Quatre Canadiens sur cinq (84 %) jugent que les minutes d'appel constituent un élément important de leur forfait de services sans fil alors que la moitié (51 %) les trouvent « essentielles ». Peu de Canadiens (9 %) jugent que les minutes d'appel ne sont pas importantes (cote 1, 2 ou 3).



Comme pour la messagerie texte, les femmes sont considérablement plus susceptibles que les hommes de trouver les minutes d'appel « essentielles » (56 % par rapport à 44 %). Les Canadiens plus âgés sont plus susceptibles de trouver les minutes d'appel « essentielles ». Environ la moitié des Canadiens d'âge moyen (51 %) les jugent « essentielles », tout comme 50 % des Canadiens de 55 ans et plus.

Les Québécois sont considérablement plus susceptibles de trouver les minutes d'appel importantes (88 %) ou « essentielles » (59 %). Les Canadiens ayant fait des études collégiales ou universitaires sont aussi plus susceptibles de trouver cette caractéristique importante (86 % et 84 %, respectivement).

Tableau 4.4.4.e : Importance des minutes d'appel par sexe, âge et région

Importance de la caractéristique (Minutes d'appel)	Total	Sexe		Âge			Région				
		Hom-me	Fem-me	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prai-ries	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Essentielle (7)	51	44	56	45	51	55	50	59	46	51	51
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	83	80	86	84	85	80	84	88	79	83	85
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	9	9	8	6	7	13	10	5	12	5	10

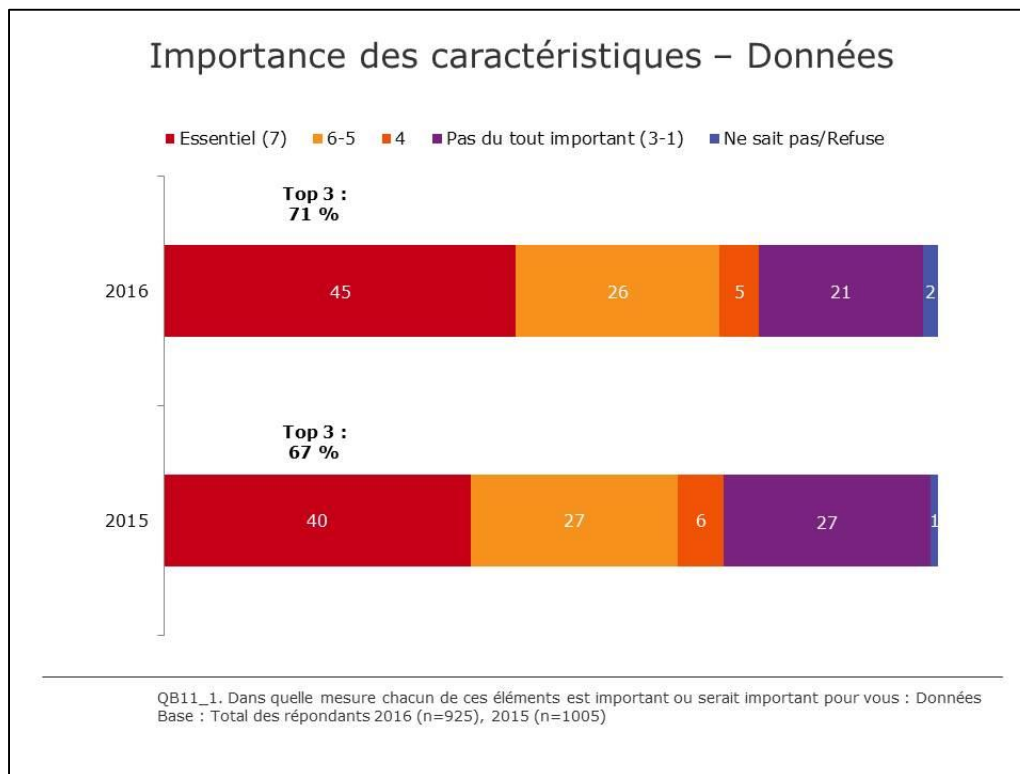
Tableau 4.4.4.f : Importance des minutes par niveau de scolarité, langue et plainte formulée

Importance de la caractéristique (Minutes d'appel)	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secon-daire ou moins	Collè-ge	Uni-versité	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Essentielle (7)	51	46	51	52	49	55	56	48	51
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	83	76	86	84	81	87	83	78	84
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	9	12	7	8	10	5	10	11	8

Importance des caractéristiques – Données

En 2016, les Canadiens jugent que les données constituent un élément plus important d'un forfait de services sans fil.

Bien qu'elles soient encore considérées comme l'élément le moins important du forfait de services sans fil, les données gagnent en importance chez les Canadiens. Dans l'ensemble, les Canadiens trouvent les données plus importantes en 2016 (+4 %) qu'en 2015 et ils sont plus susceptibles de les juger « essentielles » (45 % par rapport à 40 %), ce qui constitue une augmentation appréciable dans les deux cas.



L'importance accordée aux données est principalement attribuable aux Canadiens plus jeunes (< 55 ans) et aux femmes. Ces deux cohortes sont considérablement plus susceptibles de trouver les données importantes ou essentielles. En fait, plus les Canadiens sont jeunes, plus ils sont susceptibles de trouver que les données constituent une caractéristique « essentielle » d'un forfait de services sans fil. Plus précisément, les Canadiens de 18 à 34 ans (84 %) et de 35 à 54 ans (77 %) sont considérablement plus susceptibles de trouver les données importantes ou « essentielles » (57 % et 50 %, respectivement).

Fait intéressant, les personnes parlant une autre langue que le français ou l'anglais sont plus susceptibles de trouver les données « essentielles » (68 % par rapport à 39 et 46 %).

Enfin, les Canadiens ayant déposé une plainte relative à leurs services sans fil au cours des 12 derniers mois sont considérablement plus susceptibles de trouver les données importantes (80 % par rapport à 69 %) ou « essentielles » (55 % par rapport à 43 %) que ceux n'ayant pas déposé de plaintes.

Tableau 4.4.4.g : Importance des données par sexe, âge et région

Importance de la caractéristique (Données)	Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	18 à 34	35 à 54	55 et plus	Atl.	Qc	Ont.	Prairies	C.-B.
Base = réel	(925) %	(441) %	(484) %	(157) %	(288) %	(480) %	(87) %	(202) %	(321) %	(201) %	(114) %
Essentielle (7)	45	40	50	57	50	28	44	35	48	51	46
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	71	67	75	84	77	50	65	64	72	79	73
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	21	24	19	13	14	39	19	28	22	15	20

Tableau 4.4.4.h : Importance des données par langue et plainte formulée

Importance de la caractéristique (Données)	Total	Études			Langue			A porté plainte	
		Secondaire ou moins	Collège	Université	Angl.	Fran.	Autre	Oui	Non
Base = réel	(925) %	(223) %	(281) %	(407) %	(599) %	(205) %	(54) %	(179) %	(741) %
Essentielle (7)	45	39	44	49	46	39	68	55	43
Les trois cotes supérieures (5 à 7)	71	63	70	76	72	62	80	80	69
Les trois cotes inférieures (1 à 3)	21	29	23	17	21	28	13	16	23

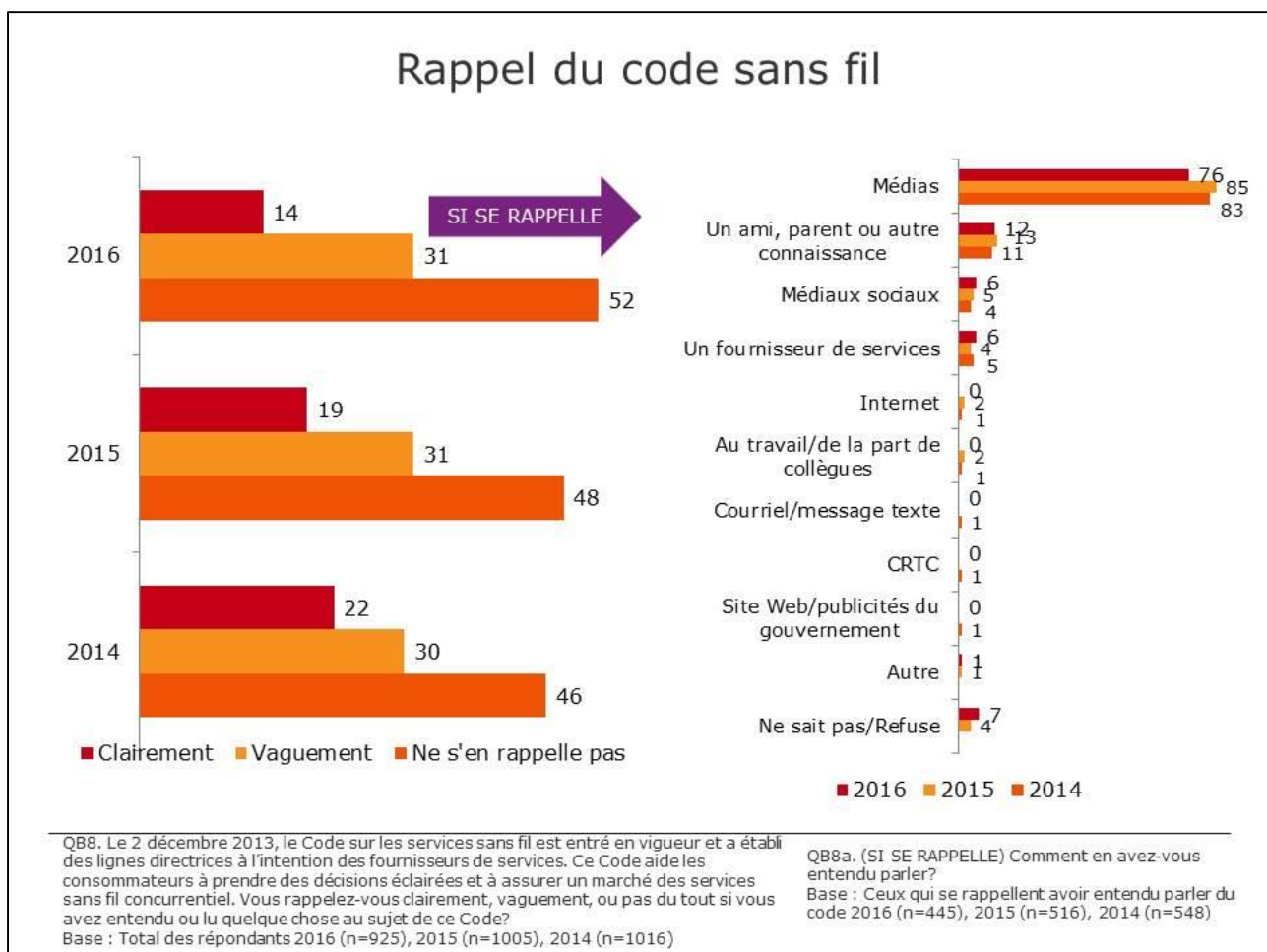
4.5. Le Code sur les services sans fil

« 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. »

Moins de la moitié des Canadiens se rappellent avoir entendu ou vu quelque chose à propos du Code sur les services sans fil, ce qui est légèrement moins qu'en 2014. Les médias sont la principale source citée.

Après avoir écouté la description du Code, moins de la moitié des Canadiens (45 %) ont déclaré se rappeler parfaitement ou vaguement avoir entendu ou vu quelque chose à propos du Code sur les services sans fil. Sans surprise peut-être, à mesure que le temps passe, les Canadiens se souviennent de moins en moins du Code sur les services sans fil faute de se le faire rappeler à l'esprit, ce qui est probablement la conséquence d'un intérêt moindre des médias (en baisse de 5 % par rapport à 2015 et de 7 % par rapport à 2014).

Parmi les Canadiens qui se souvenaient du Code sur les services sans fil, les trois quarts (76 %) ont déclaré en avoir entendu parler dans les médias. Les autres sources évoquées comprennent les amis et la famille (12 %), les médias sociaux (6 %) et leur fournisseur de services (6 %).



5. Méthodologie du sondage

5.1.1. Aperçu de la méthodologie

Remarque : Enfin d'assurer un suivi cohérent et la possibilité d'effectuer des comparaisons au fil du temps, TNS Canada a utilisé en 2016 la même méthodologie que celle utilisée pour la Recherche sur l'opinion publique concernant le Code sur les services sans fil de 2014 et de 2015.

Un sondage téléphonique a été réalisé auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus qui étaient propriétaires de leur téléphone cellulaire. On a eu recours à un échantillon aléatoire de téléphones dont 20 % étaient des téléphones cellulaires et 80 % des téléphones fixes. Le sondage a eu lieu du 3 au 18 février 2016. On a effectué 925 entrevues, résultant en une marge d'erreur de $\pm -3,2$ %, 19 fois sur 20. Les entrevues ont eu lieu dans la langue officielle choisie par le répondant et ont duré en moyenne 9 minutes.

Afin d'obtenir un échantillon représentatif des propriétaires de téléphone cellulaire au Canada, on a fixé les quotas suivants en ce qui a trait à la région, l'âge et le sexe.

Tableau 5.1.1.a : Quotas du sondage

Cible	Quota*	Achèvements
Région		
Atlantique	100	87
Québec	200	202
Ontario	385	321
Prairies	200	201
Colombie-Britannique/Territoires	115	114
Sexe		
Hommes	500	441
Femmes	500	484
Âge		
18 à 34	220	157
35 à 54	415	288
55 ans et plus	365	480

** En raison d'un moins grand nombre que prévu de propriétaires de téléphone cellulaire n'ayant pas un forfait d'entreprise, les quotas ont été légèrement modifiés et on n'a effectué que 925 entrevues complètes.*

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. D'autres précisions sur la méthodologie suivent.

Questionnaire

Comme il s'agit d'une enquête de suivi et que les objectifs généraux n'ont pas changé, le questionnaire du sondage est demeuré le même que pour la recherche de 2015. Le CRTC a fourni à TNS les versions française et anglaise du questionnaire. Répondre à ce sondage nécessitait environ 9 minutes.

Test préliminaire du sondage

Comme aucun changement n'a été apporté au questionnaire du sondage de 2015, aucun essai préalable n'a eu lieu. Un pré-lancement a eu lieu le 3 février 2016 afin de s'assurer que le programme fonctionnait comme prévu. Une fois effectué le pré-lancement, on a vérifié les données pour assurer l'exactitude de l'enchaînement logique et du programme. Aucun changement n'a été nécessaire.

Conception et sélection de l'échantillon

Un échantillon stratifié par région a été généré afin de compléter 925 entrevues avec des Canadiens qui étaient propriétaires de leur téléphone cellulaire. L'échantillon a été stratifié par région afin de garantir l'atteinte des quotas régionaux.

L'échantillon de téléphones fixes et de téléphones cellulaires a été obtenu au moyen d'un générateur aléatoire interne de numéros répartissant au hasard les quatre derniers chiffres à partir de combinaisons de préfixes connus d'indicatifs régionaux et de centrale. Les répondants des lignes terrestres ont été évalués afin d'assurer leur admissibilité dans le cadre de l'étude. Les numéros de téléphone cellulaire ont été 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 a été mené à l'aide d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur (ITAO). Le logiciel d'ITAO assure que l'entrevue se déroule comme prévu grâce à des enchaînements logiques préprogrammés. Il contrôle aussi les réponses pour vérifier le respect des écarts et la validité des données. L'échantillon est importé directement dans le sondage afin d'assurer l'enregistrement exact des variables, comme la région. Le système contrôle aussi les ajouts automatiques au calendrier et les rappels afin de s'assurer de respecter tous les rendez-vous.

Les entrevues ont été menées en français ou en anglais, selon la langue choisie par le répondant. Le sondage s'est déroulé du 3 au 18 février 2016. Il y a eu en tout 925 questionnaires de sondage qui ont été remplis. La durée moyenne des entrevues a été de 9 minutes.

Les questionnaires ont été administrés par des intervieweurs et des superviseurs dûment formés. On a observé et validé en temps réel, de façon indépendante, un minimum de 5 % des entrevues.

Tous les participants ont été avisés du but général de la recherche, du nom du commanditaire et du fournisseur et que toutes leurs réponses demeureraient confidentielles. En outre, le sondage a été enregistré auprès du système national d'enregistrement des sondages.

Marge d'erreur

On s'attend à ce qu'un échantillon de 925 répondants tirés de la population adulte du Canada donne des résultats exacts à plus ou moins 3,1 %, 19 fois sur 20. Les sous-groupes présentent des marges d'erreur plus importantes, comme indiqué dans le tableau ci-après.

Tableau 5.1.1.b : Marge d'erreur par région, sexe et âge

Cible	Entrevues achevées (non pondéré)	Entrevues achevées (pondéré)	Marge d'erreur
Région			
Atlantique	87	64	+/- 10,5
Québec	202	203	+/- 6,9
Ontario	321	361	+/- 5,5
Prairies	201	168	+/- 6,9
Colombie-Britannique/Territoires	114	129	+/- 9,2
Sexe			
Hommes	441	428	+/- 4,7
Femmes	484	497	+/- 4,5
Âge			
18 à 34	157	296	+/- 7,8
35 à 54	288	349	+/- 5,8
55 ans et plus	480	280	+/- 4,5

Pondération

Les données ont ensuite été pondérées par région, âge, sexe et pénétration du téléphone cellulaire à l'aide des données du Recensement de 2011 afin de correspondre à la population au Canada propriétaire d'un téléphone cellulaire. La pondération de la pénétration régionale du téléphone cellulaire est dérivée des données provenant de l'Enquête sur le service téléphonique résidentiel (ESTR) menée en 2013. Les pondérations de l'âge et du sexe sont dérivées des données du Recensement de 2011.

Tableau 5.1.1.c : Données du Recensement de 2011 par région, âge et sexe

Région	Âge	Sexe	Population (N)	Population (%)
Atlantique	18 à 34	Hommes	160 221	0,72
		Femmes	270 821	1,22
	35 à 54	Hommes	297 583	1,34
		Femmes	307 288	1,38
	55 et plus	Hommes	211 465	0,95
		Femmes	282 250	1,27
Québec	18 à 34	Hommes	823 498	3,71
		Femmes	819 405	3,69
	35 à 54	Hommes	869 800	3,92
		Femmes	952 579	4,29
	55 et plus	Hommes	578 676	2,61
		Femmes	831 489	3,75
Ontario	18 à 34	Hommes	1 365 297	6,15
		Femmes	1 343 245	6,05
	35 à 54	Hommes	1 557 875	7,02
		Femmes	1 730 185	7,79
	55 et plus	Hommes	1 155 521	5,20
		Femmes	1 512 596	6,81
Prairies	18 à 34	Hommes	719 398	3,24%
		Femmes	715 553	3,22%
	35 à 54	Hommes	663 437	2,99%
		Femmes	817 925	3,68%
	55 et plus	Hommes	551 387	2,48%
		Femmes	575 980	2,59%
C.-B. et Territoires	18 à 34	Hommes	356 970	1,61%
		Femmes	520 962	2,35%
	35 à 54	Hommes	507 914	2,29%
		Femmes	680 023	3,06%
	55 et plus	Hommes	456 029	2,05%
		Femmes	567 050	2,55%
Total de propriétaires de téléphones cellulaires âgés de 18 ans et +			22 202 420	100



Tableau 5.1.1.d : Données du Recensement de 2011 sur les régions et la pénétration du téléphone cellulaire

Région	Pénétration du téléphone cellulaire	Population (N)	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
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		22 202 420	100

Taux de réponse

Au total, 103 067 numéros de téléphone canadiens ont été composés pour cette étude. Sur ce nombre, n=925 personnes détentrices de ces numéros ont achevé le sondage. Le taux global de réponses obtenues pour le sondage téléphonique a été de 3,63 %. 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).

Tableau 5.1.1.e : Calcul du taux de réponse

Nombre total de tentatives d'appels	103 067
<u>Non valides</u>	66 010
NIS	63 964
Télécopieur/modem	1 989
Entreprise/Numéro non résidentiel	57
<u>Non résolu (NR)</u>	31 257
Occupé	1 423
Pas de réponse	13 011
Répondeur	16 823
Rendez-vous	0
<u>Répondants admissibles – unités non répondantes (UNR)</u>	4 453
Problème de langue	340
Maladie, incapacité	
Le répondant choisi n'est pas disponible	939
Refus du ménage	2 999
Refus du répondant	
Le répondant qualifié raccroche	175
<u>Répondants admissibles – unités répondantes (UR)</u>	1 347
Déclarés inadmissibles en raison de la langue	0
Personne de 18 ans ou plus	0
Déclarés inadmissibles pour d'autres raisons	402
Entrevues terminées	925

Taux de réponse = UR/(NR+UNR+UR)

3,63 %

Biais de non-réponse

Le taux de réponse au sondage a été de 3,63 %. Le taux de réponse attendu pour un sondage téléphonique de ce type et d'une durée semblable se situe entre 3 et 5 %. TNS a pris les mesures suivantes afin d'optimiser le taux de réponse :

- Au moins huit rappels ont été effectués à chaque numéro avant son retrait de la liste;
- 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.

Mise en tableau des données

Des tables de données sont jointes sous pli séparé.

6. Annexe A : Instruments du sondage

6.1. Sondage en français

Recherche sur l'opinion publique concernant le Code sur les services sans fil – 2016

Février 2016

Section A : Introduction et vérification

Hello / Bonjour. Je suis _____ de TNS et j'appelle au nom du gouvernement du Canada. Nous réalisons un sondage auprès des Canadiens pour déterminer vos attitudes et vos opinions sur les services cellulaires ou sans fil. 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 : TNS 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

[POSER À TOUS]

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]auprès 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, dites « 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 un 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, dites « 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 pour appeler 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 pour appeler [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!

6.2. Sondage en anglais

Questionnaire d'enquête

Code sur les services sans fil

Questionnaire

Février 2016

Section A: Introduction and Screening

Hello/Bonjour. My name is _____ and I am calling from TNS 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: TNS 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 QA4 = 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 B7] 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 Telecommunications Services (CCTS)	5
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. Thank you.