



Recherche sur l'opinion publique concernant les Codes de protection des consommateurs du CRTC 2023

Sommaire exécutif

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro de contrat : CW2247024

Date d'attribution du contrat : 2022-11-03

Valeur du contrat : 113 466,13 \$ (incluant les taxes applicables)

Date de présentation du rapport : 2023-03-27

Numéro d'enregistrement : POR 075-22

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du présent rapport, veuillez communiquer avec le CRTC à l'adresse ROP-POR@crtc.gc.ca.

This report is also available in English.

Recherche sur l’opinion publique concernant les Codes de protection des consommateurs du CRTC 2023

Rapport final

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro d’enregistrement : POR 075-22

Ce rapport de recherche sur l’opinion publique présente les résultats d’un sondage téléphonique par composition aléatoire de 15 minutes mené auprès de 1 671 Canadiens de 18 ans et plus. Le travail sur le terrain s’est déroulé du 1^{er} au 22 décembre 2022.

This publication is also available in English under the title : *Public Opinion Research on the CRTC’s Consumer Protection Codes 2023*.

Autorisation de reproduction

Cette publication peut être reproduite uniquement à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès du CRTC. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, prière de communiquer avec le CRTC à l’adresse ROP-POR@crtc.gc.ca ou à l’adresse :

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

1, promenade du Portage

Gatineau (Québec) J8X 4B1

Numéro de catalogue :

BC92-117/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-47522-6

Publication connexe (numéro d’enregistrement : POR 075-22) :

Numéro de catalogue : BC92-117/2023E -PDF (version anglaise)

ISBN : 978-0-660-47521-9 (version anglaise)

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2023

Sommaire

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a chargé Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) de mener auprès des Canadiens une recherche quantitative sur l’opinion publique (ROP) concernant les Codes de protection des consommateurs.

1. But et objectifs de la recherche

Cette recherche avait pour but de déterminer les niveaux de connaissance et de satisfaction des Canadiens à l’égard du Code sur les services sans fil, du Code des fournisseurs de services de télévision (FSTV) et du Code sur les services Internet. Les objectifs précis de cette ROP étaient les suivants : mieux comprendre les enjeux qui touchent le plus les Canadiens en ce qui a trait à leurs services sans fil, de télévision et Internet ; obtenir des données pour évaluer si le Code sur les services sans fil, le Code des FSTV et le Code sur les services Internet continuent d’atteindre leurs objectifs ; obtenir des données sur le niveau de connaissance des Canadiens concernant les trois codes de protection des consommateurs ; et mesurer la perception des Canadiens à l’égard du CRTC.

2. Méthodologie

Un sondage téléphonique par composition aléatoire de 15 minutes a été mené auprès de 1 671 Canadiens¹ âgés de 18 ans et plus entre le 1^{er} et 22 décembre 2022. La base d’échantillonnage était disproportionnée sur le plan géographique afin d’améliorer l’exactitude des résultats régionaux. Avec un échantillon de cette taille, les résultats globaux peuvent être considérés comme précis à 2,7 % près, 19 fois sur 20 (données rajustées pour refléter l’échantillonnage géographiquement disproportionné). Les marges d’erreur sont plus grandes pour les résultats relatifs aux sous-groupes de l’échantillon total.

3. Principales conclusions et implications

Codes de protection des consommateurs

On n’observe pratiquement pas de changement par rapport à l’an dernier pour ce qui est du rappel concernant les codes sur les services sans fil, les services Internet et des FSTV, collectivement appelés codes de protection des consommateurs. Dans l’ensemble, 17 % des Canadiens se souvenaient d’avoir clairement ou vaguement entendu ou vu quelque chose à propos de ces codes, comparativement à 20 % en 2022.

Forfaits de service sans fil

¹ La citoyenneté n’était pas une condition d’admissibilité, ce qui signifie que les répondants au sondage peuvent inclure des citoyens canadiens, des immigrants admis, des résidents permanents ainsi que des résidents non permanents. Dans le rapport, les répondants au sondage sont appelés « Canadiens » et « répondants » de façon interchangeable pour des raisons de clarté et de lisibilité.

Les deux tiers (66 %) des Canadiens ont leur propre forfait de service sans fil et le un tiers (32 %) ont un forfait familial ou partagé. Quarante-vingt-neuf pour cent des Canadiens ont choisi un forfait de service sans fil postpayé (ce qui représente une légère baisse par rapport à 2022, alors que 92 % ont déclaré avoir un tel forfait). L’abonnement à un forfait de service prépayé se maintient (8 % comparativement à 7 % en 2022 et 9 % en 2021).

Utilisation des données sans fil

Après avoir subi une légère augmentation entre 2021 et 2022, le nombre de forfaits de service sans fil avec données n’a pas changé cette année : près de 9 Canadiens sur 10 (88 %) ont un forfait qui comprend des données. Les forfaits incluant des données limitées continuent d’être le type de forfait le plus souvent mentionné par les Canadiens ; 63 % (même pourcentage qu’en 2022) ont déclaré que leur forfait comprend une limite mensuelle de données.

Plus des trois quarts (77 %) des Canadiens qui ont un forfait sans fil avec données ont déclaré utiliser le Wi-Fi, lorsqu’il est disponible, pour gérer ou limiter leur utilisation de données. Ensuite, 3 personnes sur 10 (30 %) réduisent leur utilisation de données après avoir reçu une notification indiquant qu’elles approchent leur limite, tandis qu’un nombre beaucoup moins important de répondants (15 %) se servent d’outils pour surveiller leur utilisation des données. Cette année, on observe une forte baisse de la proportion de Canadiens qui prennent de telles mesures pour gérer ou limiter les données.

Gestion des données sans fil

La plupart des Canadiens (83 %) continuent de trouver la gestion de leurs données facile. Soulignant ceci, très peu de Canadiens (9 %) ont payé des frais d’utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois et seulement 2 sur 10 (17 %) ont reçu une facture étonnamment élevée (« facture-surprise ») dans la dernière année. Exactement un tiers des personnes ayant reçu une facture-surprise ont déclaré que la situation était attribuable aux frais d’utilisation excédentaire de données (une baisse par rapport à 56 % en 2019). Tout comme les années précédentes, la majorité des répondants ayant reçu une facture-surprise ont dû payer moins de 50 \$ (27 %) ou entre 50 \$ et 100 \$ (35 %) supplémentaires.

Plaintes concernant les services sans fil

Le pourcentage de plaintes déposées au sujet des services sans fil a été constant au cours des dernières années, allant de 15 % cette année à 17 % en 2020. Il est considérablement inférieur à celui de 2014, année où 26 % des répondants ont déclaré avoir déposé une plainte. La plus grande proportion (43 %) des plaignants ont parlé d’un service inadéquat, suivi de frais facturés à tort (36 %) et de modifications à la quantité de données (14 %).

Quatre-vingt-douze pour cent des personnes ayant déposé une plainte l’ont fait directement auprès de leur fournisseur de services. Très peu de plaignants (6 %) se sont adressés à la fois à leur fournisseur et à la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST).

Contrats visant des services sans fil

Au fil du temps, on assiste à une augmentation de la proportion de Canadiens qui comprennent bien leur contrat (un creux de 57 % en 2020 à un sommet de 64 % cette année). Comme en 2022,

un pourcentage moins important de Canadiens (46 %) ont une compréhension claire de leur période d’essai.

Un peu plus d’un Canadien sur 10 (13 %) s’est vu imposer, par son fournisseur de services, des modifications à son forfait sans avoir été informé expressément des nouvelles modalités. Bien qu’il s’agisse d’une légère baisse depuis 2022 (diminution de 4 %), la proportion de Canadiens ayant déclaré des changements de cette nature est demeurée relativement constante au fil du temps, passant d’un creux de 12 % en 2018 à un sommet de 17 % en 2022.

Code des fournisseurs de services de télévision

Près des deux tiers (64 %) des Canadiens détenant un forfait de services de télévision trouvent leur contrat clair et facile à comprendre. Au cours des cinq dernières années, la proportion de Canadiens qui étaient de cet avis a augmenté progressivement, passant de 54 % en 2019 à 59 % en 2021 et à 64 % en 2023. Comme en 2022, 3 Canadiens sur 10 (30 %) abonnés à un service de télévision ont déclaré avoir été informés des forfaits de service de base de leur fournisseur (une diminution par rapport au sommet de 55 % enregistré en 2021).

Deux Canadiens sur dix (21 %) abonnés à des services de télévision ont déposé une plainte au sujet de leurs services au cours des 12 derniers mois. Il s’agit d’une légère baisse par rapport à l’an dernier, alors que 25 % des répondants avaient déclaré avoir formulé une plainte dans la dernière année. Exactement la moitié des répondants ayant déposé une plainte contre leur FSTV ont déploré la qualité des services. En outre, d’autres se sont plaints de frais facturés à tort (30 %) et de modifications apportées sans préavis par leur fournisseur aux prix ou aux chaînes (12 %).

Code sur les services Internet

Les deux tiers (65 %) des Canadiens abonnés à un service Internet résidentiel ont déclaré que leur contrat était clair et facile à comprendre. Ce pourcentage est le même qu’en 2022. Deux Canadiens sur dix (21 %, soit une diminution par rapport à 27 % l’an dernier) ont déposé une plainte au sujet de leurs services Internet au cours des 12 derniers mois. Parmi ces personnes, près de la moitié (45 %) ont remis en question la légitimité ou le montant des frais pour la résiliation anticipée de leur contrat. Les autres raisons invoquées comprenaient la qualité inadéquate du service (28 %), des frais facturés à tort (18 %) et des appels de service (12 %).

CRTC

Environ le tiers des Canadiens se sentent bien (24 %) ou très bien (7 %) informés au sujet du mandat et du rôle du CRTC. Il s’agit d’une baisse depuis 2022, alors que 38 % des répondants s’estimaient informés au sujet de l’organisme. Après être demeurées stables depuis 2019, les impressions des Canadiens à l’égard du CRTC sont moins positives cette année, avec le quart (26 %) ayant une opinion plutôt favorable ou très favorable du CRTC (comparativement à 33 % en 2022).

Observations finales

- Le souvenir en ce qui concerne les codes de protection des consommateurs n’a pas changé au cours de la dernière année. Bien que le niveau de connaissance soit le même, il est assez faible. Il s’agit d’une occasion importante pour le CRTC de se positionner comme une source de renseignements pour les Canadiens, en leur permettant d’approfondir leurs connaissances et de prendre des décisions éclairées au moment de choisir leur fournisseur.

- Par ailleurs, un grand nombre de Canadiens ne sont pas informés au sujet du CRTC. Bien que le niveau de connaissance relatif au mandat et au rôle du CRTC ait fluctué au fil du temps, on a observé cette année la baisse la plus importante depuis 2018. De plus, seulement le quart des Canadiens ont une impression favorable du CRTC, et la plupart des Canadiens qui ne font pas état d’une impression positive sont neutres à l’égard du CRTC. Une compréhension limitée du rôle et du mandat du CRTC et des impressions généralement neutres à modérément favorables de l’organisme offrent au CRTC l’occasion de mieux faire connaître son rôle de défenseur des intérêts des Canadiens.
- La compréhension des contrats des fournisseurs de services sans fil, de télévision et d’Internet est relativement bonne chez les Canadiens et est demeurée stable au cours des dernières années. Cependant, il est possible de mieux informer les Canadiens de leurs droits. Plus précisément, le nombre de Canadiens au courant de l’offre d’entrée de gamme de leurs fournisseurs de services de télévision a diminué au cours de 2022 ; on peut donc estimer que les fournisseurs de services doivent mieux communiquer les renseignements pour s’assurer que les clients soient au courant de la disponibilité, du prix et du contenu de leur offre de services d’entrée de gamme (c.-à-d. les services de base). De plus, en ce qui concerne les fournisseurs de services sans fil, une minorité importante de Canadiens ont trouvé que l’explication de la période d’essai et des frais de résiliation n’était pas claire. Les fournisseurs doivent déployer plus d’efforts pour aider les Canadiens à mieux comprendre cet aspect de leurs contrats. De plus, le Code sur les services sans fil pourrait possiblement mieux soutenir les consommateurs à cet égard.
- Les Canadiens ont tendance à rester fidèles à leur fournisseur de services sans fil pendant deux ans ou plus. Parmi les quelques clients qui ont décidé de changer de fournisseur, la plupart ont trouvé le processus facile. De plus, le nombre de Canadiens qui achètent un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur de services sans fil a continué de diminuer au fil du temps ; bon nombre d’entre eux apportent leurs propres appareils plutôt que de se procurer un nouveau téléphone. De plus, la proportion de clients qui choisissent d’acheter un nouvel appareil auprès de leur fournisseur et qui décident de placer l’achat sur le solde de leur facture de services sans fil a considérablement diminué au cours des dernières années depuis l’introduction des forfaits de location ou de retour d’appareils.
- La plupart des Canadiens continuent de s’abonner à un forfait de service sans fil avec une quantité limitée de données. La plupart trouvent encore facile de gérer l’utilisation de données et n’ont pas payé de frais d’utilisation excédentaire de données au cours de la dernière année. Quoiqu’un nombre relativement faible de clients reçoivent des factures-surprises, les frais d’utilisation excédentaire de données demeurent la principale raison des factures-surprises. De plus, on observe une augmentation du nombre de Canadiens qui reçoivent des factures-surprises en raison des frais pendant leurs voyages à l’étranger. L’augmentation, tant des frais d’utilisation excédentaire de données que des frais pour les voyages à l’étranger, peut être attribuée à un retour aux comportements antérieurs, alors que les restrictions liées à la COVID-19 ont été assouplies et qu’un plus grand nombre de Canadiens choisissent de voyager à nouveau ou de passer moins de temps à la maison. Idéalement, il faudra surveiller cet élément au fil du temps pour déterminer les répercussions sur le Code sur les services sans fil.

4. Utilisation escomptée des résultats

Les résultats serviront à faire ce qui suit : 1) orienter les mesures que le CRTC devrait prendre pour s'assurer que les Canadiens disposent des outils dont ils ont besoin pour comprendre leurs contrats de service sans fil et leurs droits connexes ; 2) cerner les lacunes potentielles du Code sur les services sans fil et 3) servir de mesure du niveau de connaissance et de satisfaction des Canadiens à l'égard du Code sur les services sans fil, du Code des FSTV et du Code sur les services Internet au fil du temps.

5. Valeur du contrat

La valeur du contrat était de 113 466,13 \$ (taxes applicables incluses).

6. Déclaration de neutralité politique

En ma qualité de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique qui sont décrites dans la *Politique de communication* du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.



Alethea Woods
Présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc.