



Recherche sur l'opinion publique concernant les codes de protection des consommateurs du CRTC – 2026

Rapport final

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro de contrat : CW2413996

Date d'attribution du contrat : 2025-08-14

Valeur du contrat : 145 177,72 \$ (incluant les taxes applicables)

Date de présentation du rapport : 2026-03-13

Numéro d'enregistrement : POR 013-25

Pour obtenir plus d'information 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 – 2026

Rapport final

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro d'enregistrement : POR 013-25

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique à composition aléatoire de 15 minutes mené auprès de 3 151 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Le travail sur le terrain s'est déroulé du 21 novembre au 21 décembre 2025. Selon la taille de l'échantillon de cette étude, les résultats peuvent être considérés comme exacts, avec une marge d'erreur de $\pm 1,9\%$, 19 fois sur 20.

This publication is also available in English under the title: *Public Opinion Research on the CRTC's Consumer Protection Codes 2026*.

Permission 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, veuillez communiquer avec le CRTC à l'adresse courriel 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 : BC92-117/2026F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-99145-0

Publication connexe (numéro d'enregistrement POR 013-25) :

Numéro de catalogue : BC92-117/2026E-PDF

ISBN : 978-0-660-99144-3

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2026.

Table des matières

Sommaire	1
Introduction.....	5
Contexte.....	5
But et objectifs de la recherche	5
Méthodologie.....	6
Notes à l'intention des lecteurs	6
Constatations détaillées.....	8
1. Connaissance des codes de protection des consommateurs	8
2. Code sur les services sans fil	9
3. Code des fournisseurs de services de télévision.....	34
4. Code sur les services Internet	37
5. Perception des Canadiens au sujet du CRTC.....	40
6. Profil des répondants au sondage.....	43
Annexe	45
Spécifications techniques.....	45
Questionnaire du sondage	48

Liste des diagrammes

Diagramme 1 : Souvenir associé aux codes de protection des consommateurs	8
Diagramme 2 : Type de forfait	9
Diagramme 3 : Nombre de membres dans le forfait partagé	10
Diagramme 4 : Structure de facturation du forfait.....	11
Diagramme 5 : Caractéristiques des forfaits de services sans fil.....	12
Diagramme 6 : Type d'appareil.....	13
Diagramme 7 : Modalités d'achat d'un nouveau téléphone	14
Diagramme 8 : Type de données incluses dans les forfaits sans fil	15
Diagramme 9 : Quantité de données incluses dans les forfaits mensuels	16
Diagramme 10 : Activités pour gérer ou limiter l'utilisation de données	17
Diagramme 11 : Facilité à gérer l'utilisation de données	18
Diagramme 12 : Nombre de fois où les répondants ont payé des frais d'utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois	18
Diagramme 13 : Expérience d'une facture-surprise	20
Diagramme 14 : Raisons pour la réception d'une facture-surprise.....	21
Diagramme 15 : Principales raisons pour la réception d'une facture-surprise	21
Diagramme 16 : Montant des frais non prévus sur la facture	22
Diagramme 17 : Niveau de difficulté associé à la gestion des frais en voyage	23
Diagramme 18 : Nombre de fois où des frais d'itinérance à l'étranger ont été payés au cours des 12 derniers mois	24
Diagramme 19 : Plaintes concernant les services sans fil qui ont été déposées au cours des 12 derniers mois	25
Diagramme 20 : Motifs des plaintes	26
Diagramme 21 : Principaux motifs des plaintes	27
Diagramme 22 : Plaintes déposées auprès d'un fournisseur de services sans fil	27
Diagramme 23 : Facilité à comprendre le contrat de services sans fil	28
Diagramme 24 : Facilité à comprendre l'explication concernant la période d'essai.....	29
Diagramme 25 : Modifications au contrat sans préavis	30
Diagramme 26 : Changement de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années	31
Diagramme 27 : Raisons du changement de fournisseur de services sans fil	32
Diagramme 28 : Facilité de changer de fournisseur de services sans fil	32
Diagramme 29 : Raisons invoquées pour ne pas changer de fournisseur de services	33
Diagramme 30 : Clarté des contrats de services de télévision	34
Diagramme 31 : Connaissance du forfait de base	35
Diagramme 32 : Plaintes visant un fournisseur de services de télévision au cours des 12 derniers mois	36
Diagramme 33 : Motifs des plaintes visant les fournisseurs de services de télévision	36
Diagramme 34 : Facilité à comprendre le contrat de services Internet	37
Diagramme 35 : Plaintes déposées au sujet des services Internet au cours des 12 derniers mois	38

Diagramme 36 : Nature de la plainte au sujet du service Internet	39
Diagramme 37 : Mesure dans laquelle les répondants sont informés au sujet du rôle et du mandat du CRTC.....	40
Diagramme 38 : Perceptions concernant le CRTC	41
Diagramme 39 : Perceptions concernant le CRTC au cours de la dernière année	42

Sommaire

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a chargé Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) d'effectuer une recherche sur l'opinion publique (ROP) de nature quantitative auprès des Canadiens sur les codes de protection des consommateurs.

1. But et objectifs de la recherche

Cette étude a été menée pour aider le CRTC à comprendre le niveau 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 et du Code sur les services Internet.

Les objectifs précis de la ROP étaient les suivants :

- mieux comprendre les questions qui touchent le plus les Canadiens en ce qui a trait à leurs services sans fil, leurs services de télévision et leurs services Internet;
- obtenir des données pour déterminer si le Code sur les services sans fil, le Code des fournisseurs de services de télévision et le Code sur les services Internet continuent d'atteindre leurs objectifs;
- obtenir des données relatives au niveau de connaissance du Code sur les services Internet;
- mesurer les perceptions des Canadiens à l'égard du CRTC et la façon dont elles évoluent au fil du temps.

Ces résultats seront utilisés par le CRTC pour éclairer les mesures qu'il devrait prendre pour s'assurer que les Canadiens disposent des outils dont ils ont besoin pour comprendre leurs contrats de services sans fil et leurs droits connexes. Ces résultats serviront également à cerner toute lacune éventuelle dans les codes de protection des consommateurs.

2. Méthodologie

Un sondage probabiliste reposant sur une base d'échantillonnage double chevauchante a été mené auprès de 3 151 Canadiens âgés de 18 ans et plus en utilisant la composition aléatoire pour la collecte de données. Le plan comprenait un suréchantillonnage de Canadiens vivant au Canada atlantique et dans les territoires. Les entrevues ont duré en moyenne 15 minutes et le travail sur le terrain s'est déroulé du 21 novembre jusqu'au 21 décembre 2025. Les résultats ont été pondérés pour tenir compte du plan d'échantillonnage et peuvent être considérés comme exacts, avec une marge d'erreur de $\pm 1,9\%$, 19 fois sur 20.

3. Faits saillants

Les comportements et les expériences des Canadiens en ce qui concerne les fournisseurs de services sans fil, de services de télévision et de services Internet demeurent en grande partie inchangés en 2026, et les tendances à plus long terme se poursuivent.

La connaissance de l'existence des codes de protection des consommateurs est faible et la proportion continue de diminuer.

Un peu plus d'un Canadien sur dix (14 %) se souvenait clairement ou vaguement d'avoir entendu ou vu quelque chose au sujet des codes de protection des consommateurs. La majorité des répondants (86 %) n'en avaient pas connaissance. Le niveau de connaissance était plus élevé chez

les répondants qui se disent renseignés sur le mandat et le rôle du CRTC (22 % comparativement à 11 % des répondants non renseignés).

La plupart des Canadiens fournissent leur propre appareil ou achètent un nouveau téléphone lorsqu'ils souscrivent à un forfait sans fil; aucune modalité de paiement ne prédomine.

La plupart des Canadiens ont fourni leur propre appareil (49 %) ou ont acheté un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur de services sans fil (35 %) lorsqu'ils ont souscrit à leur plus récent forfait de services sans fil. Un nombre relativement faible de répondants (14 %) ont loué un nouveau téléphone. Les résultats changent peu d'une année à l'autre, bien que la tendance à plus long terme se poursuit avec plus de Canadiens qui fournissent leur propre téléphone et moins de Canadiens qui achètent un appareil auprès de leur fournisseur. La proportion de Canadiens abonnés à un forfait de location ou de retour d'appareil continue d'augmenter (30 %). On observe une hausse de 3 % cette année comparativement à 2025. D'une année à l'autre, le recours à d'autres types de modalités de paiement est demeuré le même; 28 % ont choisi un contrat de type balance, 25 % ont obtenu une réduction du prix de leur téléphone et 17 % ont payé le plein prix pour leur nouvel appareil.

Les forfaits individuels sans fil sont plus populaires que les forfaits partagés, la grande majorité des abonnés ont des forfaits postpayés, et les forfaits prévoyant une quantité limitée de données mensuelles demeurent les plus fréquents.

Soixante-deux pour cent (62 %) des Canadiens ont un forfait sans fil individuel et 36 % ont opté pour un forfait partagé. Au cours de la dernière décennie, la proportion de Canadiens abonnés à un forfait individuel a diminué légèrement et les forfaits partagés sont devenus plus courants. Les forfaits postpayés demeurent le modèle de facturation le plus populaire, avec 91 % des Canadiens abonnés à un tel forfait. Un peu plus de la moitié des répondants (54 %) sont abonnés à un forfait sans fil avec une quantité mensuelle limitée de données. En effet, 19 % des abonnés ont un forfait qui comprend jusqu'à 20 gigaoctets (Go) de données et 33 % ont choisi un forfait qui comprend au moins 21 Go. La quantité de données incluses dans les forfaits continue d'augmenter au fil du temps, ce qui témoigne d'une tendance à plus long terme vers une quantité plus importante de données et l'adoption croissante de forfaits offrant des données illimitées.

Beaucoup de répondants utilisent le Wi-Fi pour gérer leurs données, la grande majorité trouve qu'il est facile de le faire, et la plupart n'ont pas payé de frais d'utilisation excédentaire de données ou reçu une facture-surprise.

Cette année, 69 % des Canadiens disposant d'un forfait de services sans fil incluant des données ont déclaré utiliser le Wi-Fi lorsqu'il est disponible pour gérer ou limiter leur utilisation de données. Des proportions beaucoup plus faibles de répondants prennent d'autres mesures : 20 % réduisent leur utilisation de données après avoir reçu une notification indiquant l'atteinte imminente de leur limite et 10 % se servent d'outils pour suivre leur utilisation de données. Près de neuf Canadiens sur dix (88 %) indiquent qu'il est facile de gérer leurs données chaque mois. Le résultat est le même que celui de l'an dernier. Par ailleurs, la plupart des abonnés à un forfait de services sans fil (86 %) n'ont pas payé de frais d'utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois, et relativement peu de répondants (17 %) ont reçu une facture étonnamment élevée, appelée « facture-surprise » au cours de la dernière année.

La plupart des Canadiens n'ont pas changé de fournisseur de services sans fil dans les deux dernières années, et ceux qui l'ont fait ont pris cette mesure principalement parce qu'un autre fournisseur offrait un meilleur prix.

Près des trois quarts des Canadiens (73 %) n'ont pas changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années, tandis que 27 % l'ont fait. Bien que le résultat soit sensiblement le même qu'en 2025, la proportion de répondants ayant changé de fournisseur a augmenté progressivement au fil du temps, passant de 16 % en 2018 à 28 % en 2025, et à 27 % cette année. Les répondants ayant changé de fournisseur de services sans fil dans les deux dernières années ont principalement agi de la sorte afin de bénéficier d'une meilleure offre auprès d'un autre fournisseur (69 %). Huit Canadiens sur dix (81 %) ont trouvé le changement facile à faire avec près de la moitié des répondants (47 %) estimant qu'il était très facile de changer de fournisseur.

Relativement peu de Canadiens ont déposé une plainte au sujet de leurs fournisseurs de services sans fil, de services de télévision ou de services Internet au cours de la dernière année, et ceux qui l'ont fait ont mentionné des préoccupations liées à la qualité des services et à la facturation comme raisons principales.

Tout comme en 2025, 15 % des abonnés à un forfait de services sans fil déclarent avoir déposé une plainte au sujet de leur service dans les 12 derniers mois. Les plaintes concernant les services de télévision demeurent relativement rares, passant de 27 % il y a près d'une décennie à 19 % cette année. Cette année, 17 % des abonnés à un service Internet ont mentionné avoir déposé une plainte, indiquant une chute constante depuis 2022, où un sommet de 27 % avait été atteint. Pour tous les services, les motifs de plaintes les plus fréquents sont des services inadéquats et des frais facturés à tort. Parmi les abonnés à un forfait de services sans fil, les frais facturés à tort sont la cause la plus fréquente de plaintes, suivis des services inadéquats. En revanche, chez les abonnés de services de télévision et de services Internet, les services inadéquats sont la raison la plus fréquemment mentionnée.

La plupart des abonnés à un forfait de services sans fil, de services de télévision et de services Internet résidentiels continuent de trouver que leur contrat est clair et facile à comprendre.

Au moins les deux tiers des répondants ont déclaré que leur contrat était clair et facile à comprendre : 67 % ont affirmé que c'était le cas pour leur contrat de services sans fil et de télévision, et 69 % étaient du même avis pour ce qui est de leur contrat de services Internet. En revanche, relativement peu d'abonnés trouvent que les contrats sont peu clairs et qu'ils sont difficiles à comprendre (16 % pour les services sans fil, 14 % pour les services de télévision et 13 % pour les services Internet).

Le rôle et le mandat du CRTC sont peu connus, et les perceptions des Canadiens à l'égard de l'organisme vont de neutres à favorables.

Trois Canadiens sur dix se disent bien informés (22 %) ou très bien informés (7 %) au sujet du mandat et du rôle du CRTC. Le résultat n'a pratiquement pas changé par rapport à l'an dernier. Les connaissances relatives au CRTC n'ont pas augmenté de manière importante au cours de la dernière décennie. En 2016, 33 % se disaient renseignés, alors que 66 % partageaient l'avis contraire. Cette année, 29 % sont informés, tandis que 69 % ne le sont pas. Tout comme dans les années précédentes, les perceptions concernant le CRTC sont plus susceptibles d'être neutres (46 %) ou favorables (25 %) que défavorables (16 %). Les répondants qui connaissent les codes de protection

des consommateurs (39 %) ainsi que le rôle et le mandat du CRTC (48 %) sont plus susceptibles d'avoir une perception favorable de l'organisme.

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 sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada et dans la Directive sur la gestion des communications. Plus particulièrement, les produits livrés ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions de l'électorat ou l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de son dirigeant.



Alethea Woods
Présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc.

La valeur du contrat s'élevait à 145 177,72 \$ (incluant les taxes applicables).

Introduction

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

Contexte

En juin 2013, le CRTC a élaboré le Code sur les services sans fil, un code de conduite obligatoire pour les fournisseurs de services vocaux et de données sans fil mobiles de détail. L'objectif du Code sur les services sans fil est de permettre aux Canadiens de comprendre plus facilement leurs contrats de services mobiles, de changer de fournisseur de services et d'éviter les factures-surprises.

Dans sa décision relative au Code sur les services sans fil, le CRTC a indiqué qu'il évaluerait son efficacité au fil du temps et que les résultats de cette évaluation feraient partie d'un examen officiel du Code sur les services sans fil, qui serait amorcé dans les trois ans suivant sa mise en œuvre. Le CRTC a effectué un examen officiel en juin 2017 et a annoncé plusieurs modifications au Code sur les services sans fil.

Afin de suivre l'efficacité du Code sur les services sans fil et l'opinion des Canadiens à son égard au fil du temps, le CRTC effectue régulièrement des ROP. En 2014, le CRTC a réalisé une première ROP concernant le Code sur les services sans fil afin d'obtenir des données préliminaires et d'établir un point de référence pour les évaluations ultérieures. Cette ROP est menée chaque année depuis 2014 afin de recueillir des données sur l'évolution de la compréhension des consommateurs à l'égard des contrats de services sans fil et des droits connexes depuis la mise en œuvre du Code sur les services sans fil et l'examen.

Depuis la première ROP en 2014, des questions supplémentaires concernant la perception des Canadiens à l'égard du CRTC ont été ajoutées au sondage, ainsi que des questions portant sur des sujets pertinents liés au Code des fournisseurs de services de télévision du CRTC (politique réglementaire de radiodiffusion 2016-1), qui est entré en vigueur le 1er septembre 2017, et au Code sur les services Internet (politique réglementaire de télécom 2019-269), qui est entré en vigueur le 31 janvier 2020. L'inclusion de sujets qui vont au-delà du Code sur les services sans fil a donné un nouveau titre à l'étude : *Recherche sur l'opinion publique concernant les codes de protection des consommateurs du CRTC*.

But et objectifs de la recherche

Le but principal de cette recherche est de fournir au CRTC une compréhension plus approfondie des questions liées au Code sur les services sans fil qui ont une incidence sur les Canadiens, notamment les plaintes concernant les services sans fil, l'utilisation des données, les factures-surprises et la facilité de changer de fournisseur de services. Les objectifs précis du sondage de cette année sont les suivants :

- mieux comprendre les questions qui touchent le plus les Canadiens en ce qui a trait à leurs services sans fil, leurs services de télévision et leurs services Internet;

- obtenir des données pour déterminer si le Code sur les services sans fil, le Code des fournisseurs de services de télévision et le Code sur les services Internet (appelés collectivement les codes de protection des consommateurs) continuent d'atteindre leurs objectifs, ce qui comprend le fait de s'assurer que les consommateurs sont habilités à prendre des décisions éclairées;
- obtenir des données relatives au niveau de connaissance du Code sur les services Internet;
- mesurer les perceptions des Canadiens à l'égard du CRTC et la façon dont elles évoluent au fil du temps.

Cette ROP aidera le CRTC à comprendre le niveau de connaissance et de satisfaction des Canadiens à l'égard des codes de protection des consommateurs (à l'heure actuelle et au fil du temps). Les résultats serviront à : 1) éclairer les mesures que le CRTC devrait prendre afin de s'assurer que les Canadiens disposent des outils dont ils ont besoin pour comprendre leurs contrats de services sans fil et leurs droits connexes; 2) cerner les lacunes potentielles dans les codes de protection des consommateurs.

Méthodologie

Un sondage probabiliste reposant sur une base d'échantillonnage double chevauchante a été mené auprès de 3 151 Canadiens âgés de 18 ans et plus en utilisant la composition aléatoire pour la collecte de données. Le plan comprenait un suréchantillonnage de Canadiens vivant au Canada atlantique et dans les territoires. La population cible était les Canadiens ayant ou non un forfait de services sans fil, y compris les ménages n'ayant que des téléphones cellulaires, les Canadiens sous contrat avec des fournisseurs de services de télévision et les Canadiens sous contrat avec un fournisseur de services Internet. Les entrevues ont duré en moyenne 15 minutes et le travail sur le terrain s'est déroulé du 21 novembre au 21 décembre 2025. Les résultats ont été pondérés pour tenir compte du plan d'échantillonnage et peuvent être considérés comme exacts, avec une marge d'erreur de $\pm 1,9\%$, 19 fois sur 20. Les marges d'erreur sont plus grandes pour ce qui est des résultats ayant trait aux sous-groupes de l'échantillon total.

Notes à l'intention des lecteurs

- Dans le rapport, les répondants au sondage sont appelés « Canadiens » et « répondants » de manière interchangeable pour plus de clarté et de lisibilité. Toutefois, 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 ou des résidents permanents, ainsi que des résidents non permanents.
- Sous chaque diagramme du rapport, les lecteurs peuvent trouver le libellé de la question, le nombre de répondants et la population à laquelle la question a été posée.
- Tous les résultats du rapport sont exprimés en pourcentage, sauf indication contraire. Les pourcentages peuvent ne pas toujours correspondre à 100 % en raison de l'arrondissement, des multiples réponses fournies, ou de l'absence d'une réponse des répondants.
- Comme indiqué, le nombre total de répondants au sondage est de 3 151. Cependant, le nombre de répondants change parfois dans le rapport parce que des questions ont été posées à des

sous-échantillons de la population sondée. Par conséquent, les lecteurs doivent faire preuve de prudence lorsqu'ils interprètent les résultats reposant sur un plus petit nombre de répondants.

- Le rapport présente les variations dans les réponses selon certains segments ou sous-groupes de l'échantillon du sondage. Lors de la présentation de variations entre sous-groupes :
 - seules les variations qui sont importantes à un niveau de confiance de 95 % et qui se rapportent à un échantillon de sous-groupe de 30 personnes ou plus sont abordées dans le rapport;
 - si aucune variation n'est relevée entre les sous-groupes pour une question, on peut supposer qu'il n'y avait pas de variations importantes.
- Les données de suivi sont incluses dans l'analyse. Comme indiqué, cette ROP est menée chaque année depuis 2014. Lors de la présentation des variations au fil du temps, seules les variations qui dépassent la marge d'erreur d'échantillonnage du sondage sont indiquées. Les données sur les perceptions à l'égard du CRTC sont disponibles de 2008 jusqu'à aujourd'hui.
- Un ensemble complet de données sous forme de tableaux est disponible dans un document séparé.
- Le questionnaire du sondage se trouve dans l'[annexe](#), tout comme des renseignements plus détaillés au sujet des spécifications techniques de la recherche.

Constatations détaillées

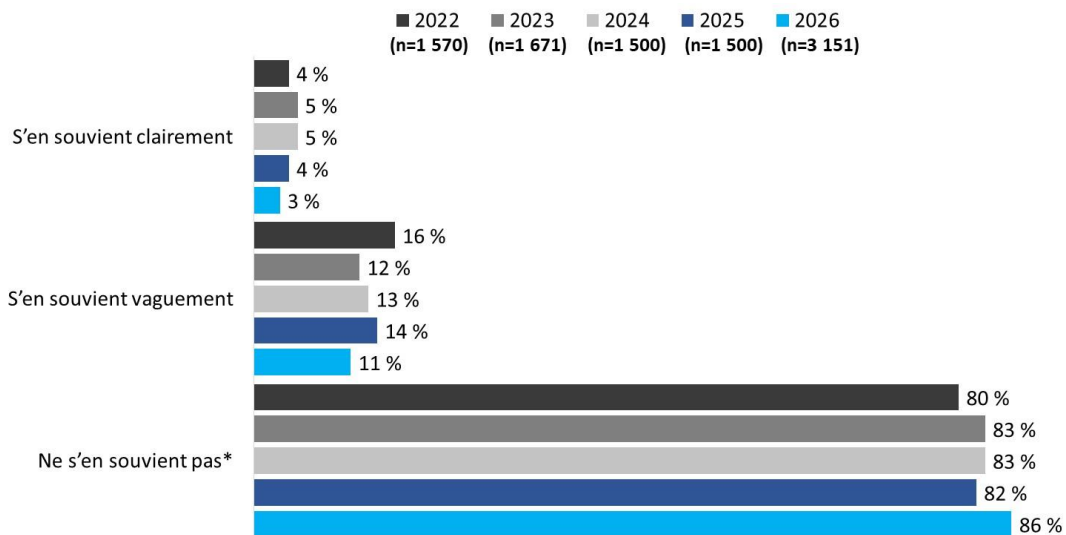
1. Connaissance des codes de protection des consommateurs

Le niveau de connaissance des codes de protection des consommateurs demeure faible.

Le niveau de connaissance du Code sur les services sans fil, du Code sur les services Internet ou du Code des fournisseurs de services de télévision, collectivement appelés les codes de protection des consommateurs, continue de baisser au fil du temps. La proportion était de 14 % cette année (3 % des répondants avaient un souvenir clair et 11 %, un souvenir vague), comparativement à 20 % lors du sondage de référence mené en 2022.

Avant d'avoir demandé aux répondants s'ils se souvenaient avoir entendu ou vu quelque chose au sujet de ces codes, ils ont été informés que les codes de protection des consommateurs ont été créés afin de simplifier la compréhension des contrats de services et de contribuer à un marché plus dynamique.

Diagramme 1 : Souvenir associé aux codes de protection des consommateurs



*Comprend les personnes ayant répondu : « Je ne sais pas ».

WC1. Le Code sur les services sans fil, le Code sur les services Internet et le Code des fournisseurs de services de télévision ont été créés afin de simplifier la compréhension des contrats de service et de contribuer à un marché plus dynamique. Dans quelle mesure vous souvenez-vous avoir entendu ou vu quoi que ce soit au sujet des Codes ? Diriez-vous que vous vous en souvenez clairement, que vous vous en souvenez vaguement ou que vous ne vous en souvenez pas? Base de référence : tous les répondants.

Aucune tendance démographique constante n'a été observée en ce qui concerne la connaissance des codes de protection des consommateurs. En revanche, le niveau de connaissance est plus élevé chez les répondants qui disent être renseignés au sujet du mandat et du rôle du CRTC (22 %, comparativement à 11 % des répondants non renseignés).

2. Code sur les services sans fil

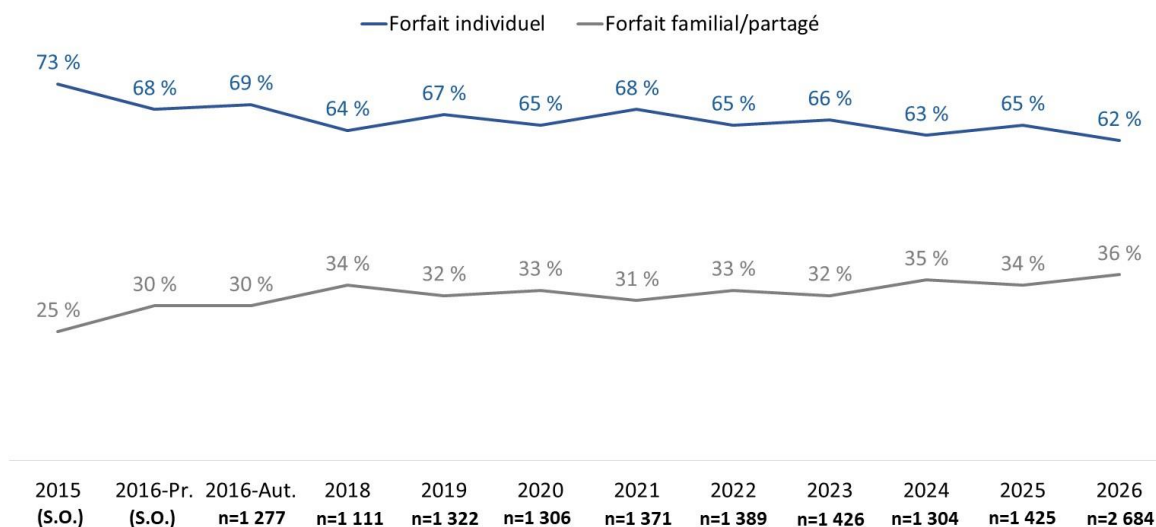
Près de neuf Canadiens sondés sur dix (87 %) ont déclaré posséder un téléphone cellulaire, un téléphone intelligent ou un autre appareil sans fil, tandis que 7 % des répondants ont un appareil fourni et payé par l'employeur. La proportion de propriétaires d'un appareil est plus élevée en Colombie-Britannique (92 %) et plus faible dans les territoires (77 %). Elle est également plus élevée chez les Canadiens plus jeunes, atteignant 92 % chez les répondants âgés de 18 à 34 ans, comparativement à 81 % des répondants âgés de 65 ans et plus. Par ailleurs, la proportion de propriétaires est plus faible chez les ménages touchant un revenu annuel inférieur à 40 000 \$ (81 %, comparativement à 89 % chez les ménages dont le revenu est plus élevé).

2.1 Types de forfaits sans fil

La plupart des Canadiens ont souscrit à un forfait de services sans fil individuel.

Environ six Canadiens sur dix (62 %) détiennent un forfait de services sans fil individuel, comparativement à un peu plus d'un tiers (36 %) qui ont un forfait familial ou partagé. Au cours de la dernière décennie, il tend à y avoir une diminution des forfaits individuels en faveur de forfaits partagés. Cette année indique le plus faible taux de forfaits individuels et le taux le plus élevé de forfaits familiaux depuis le début des sondages.

Diagramme 2 : Type de forfait



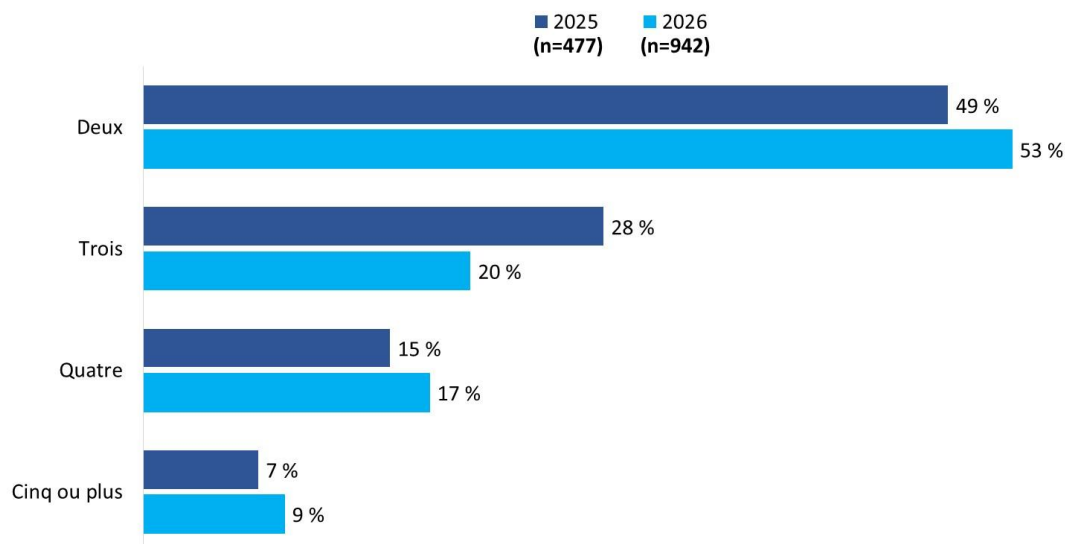
WC2. S'agit-il d'un forfait individuel ou d'un forfait familial ou partagé? Base de référence : répondants ayant un contrat ou forfait de service cellulaire ou sans fil.

Plus le revenu du ménage augmente, plus la proportion d'abonnements à un forfait individuel diminue, passant de 72 % des Canadiens déclarant un revenu annuel du ménage inférieur à 40 000 \$ à 51 % des répondants faisant partie d'un ménage touchant un revenu annuel de 100 000 \$ et plus. En revanche, la proportion d'abonnements à un forfait familial ou partagé augmente avec le revenu : 27 % chez les répondants gagnant moins de 40 000 \$ et 48 % chez les répondants touchant un revenu de 150 000 \$ et plus. Cette tendance est en partie influencée par les différences dans la composition du ménage, mais elle demeure évidente même dans les ménages comptant plus d'une personne.

La moitié des Canadiens abonnés à un forfait partagé ont un forfait pour deux membres.

Parmi les Canadiens abonnés à un forfait de services sans fil partagés (n=942), environ la moitié (53 %) ont déclaré que leur forfait comprend deux membres. Pour les autres, des proportions semblables ont indiqué que leur forfait comptait trois (20 %) ou quatre (17 %) membres, tandis qu'un répondant sur dix (9 %) a déclaré qu'il comptait cinq membres ou plus.

Diagramme 3 : Nombre de membres dans le forfait partagé



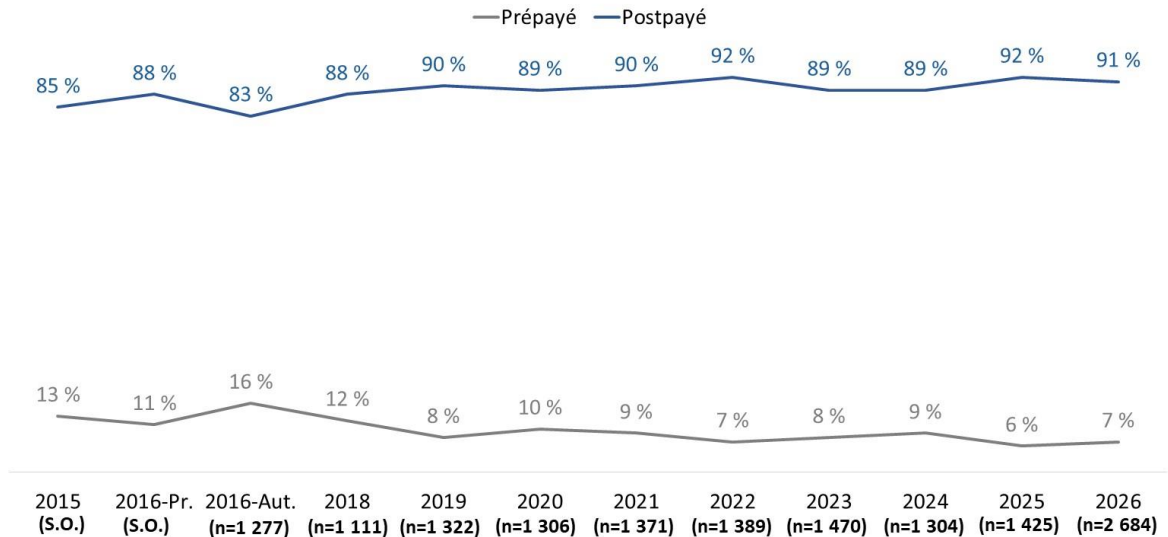
WC3. Combien de membres partagent votre forfait? Base de référence : répondants ayant un forfait partagé.

Les Canadiens âgés de 65 ans et plus (76 %) sont plus susceptibles de partager leur forfait avec une seule autre personne, probablement en raison de facteurs liés à l'étape de la vie, comme la réduction de la taille du ménage et du nombre de personnes à charge.

Neuf Canadiens sur dix ont un forfait de services sans fil postpayé.

Tout comme dans les années passées, 91 % des Canadiens ont choisi un forfait de services sans fil postpayé, alors que 7 % ont un forfait de services sans fil prépayé.

Diagramme 4 : Structure de facturation du forfait



WC4. Et s'agit-il d'un forfait mensuel ou d'un forfait prépayé ou à la carte? Base de référence : répondants ayant un forfait de service sans fil.

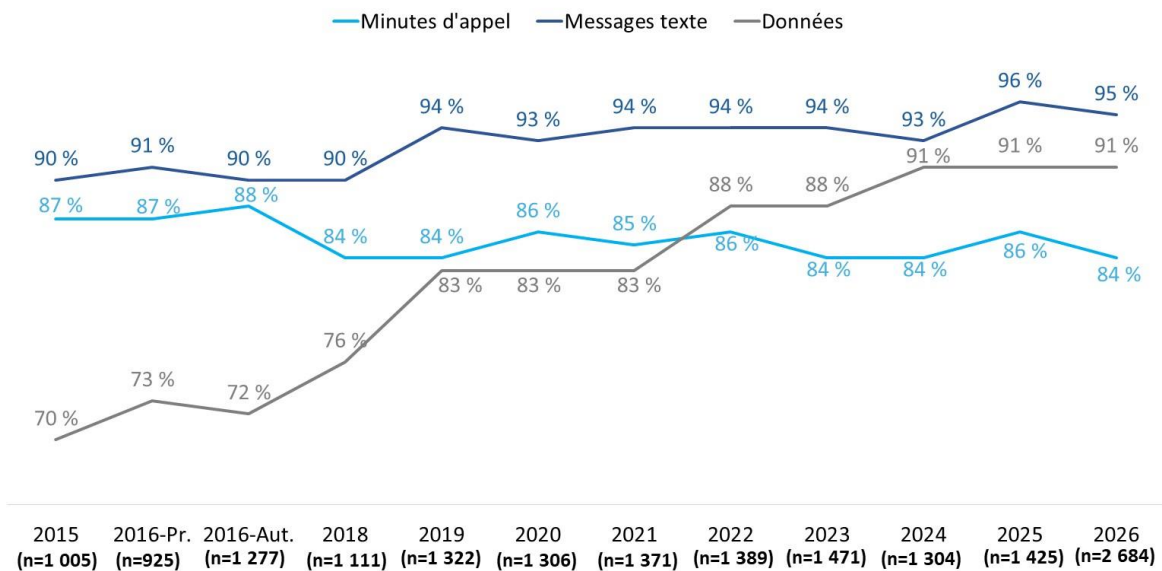
Les Canadiens faisant partie de ménages dont le revenu annuel est de 60 000 \$ ou plus (93 %) sont plus susceptibles que ceux touchant moins de 40 000 \$ (83 %) de souscrire à un forfait mensuel de services sans fil postpayé.

2.2 Caractéristiques du forfait

La majorité des forfaits de services sans fil des Canadiens comprennent des minutes d'appel, des messages texte et des données.

Tout comme en 2025, la plupart des forfaits de services sans fil comprennent encore des minutes d'appel (84 %), des données (91 %) et des messages texte (95 %). Au cours de la dernière décennie, l'inclusion de données a augmenté considérablement, passant de 73 % au printemps 2016 à 91 % entre 2024 et 2026.

Diagramme 5 : Caractéristiques des forfaits de services sans fil



WC5. Lesquelles des fonctions suivantes sont comprises dans votre forfait de services sans fil? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

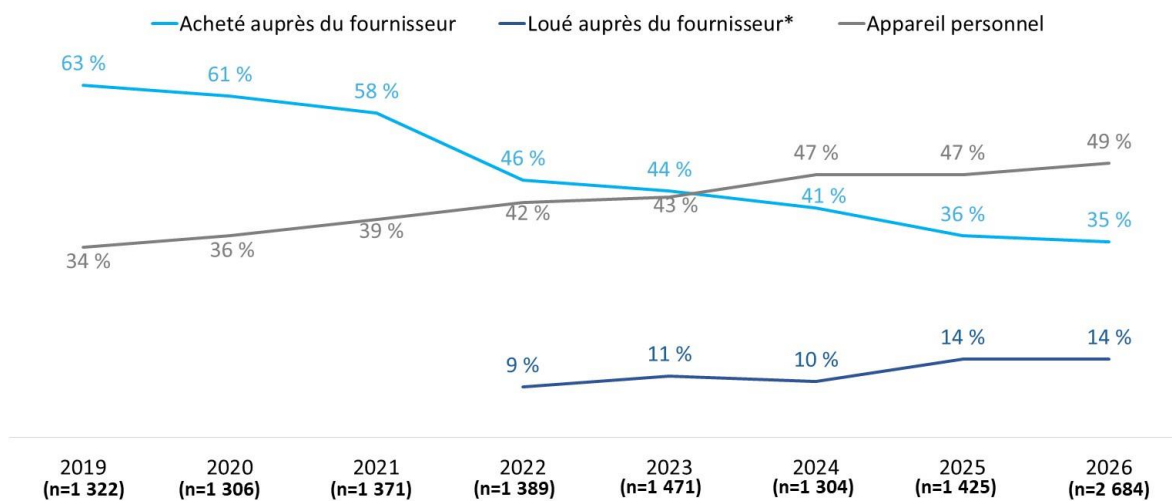
Les Canadiens âgés de 65 ans et plus sont moins susceptibles de détenir un forfait de services sans fil avec des minutes d'appel (80 %), des messages texte (90 %) et des données (80 %). De plus, la probabilité d'avoir des données augmente avec le revenu des ménages, passant de 82 % chez les répondants touchant un revenu inférieur à 40 000 \$ à 96 % chez les répondants dont le ménage gagne un revenu de 150 000 \$ ou plus.

2.3 Appareils

De nombreux Canadiens ont acheté un nouveau téléphone ou fourni leur propre appareil lorsqu'ils ont souscrit à un forfait de services sans fil.

Les Canadiens sont plus susceptibles de fournir leur propre appareil (49 %) ou d'acheter un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur de services sans fil (35 %) lorsqu'ils souscrivent à un forfait de services sans fil. Un nombre relativement faible de répondants (14 %) louent un nouveau téléphone. Bien qu'il y ait peu de changements d'une année à l'autre, la tendance à plus long terme se poursuit, c'est-à-dire qu'un plus grand nombre de Canadiens fournissent leur propre appareil et une proportion plus faible de répondants achètent un téléphone auprès de leur fournisseur.

Diagramme 6 : Type d'appareil



WC6. En souscrivant à votre dernier forfait sans fil, avez-vous fourni votre propre appareil, avez-vous fait l'achat d'un nouvel appareil ou avez-vous loué l'appareil auprès de votre fournisseur de service? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

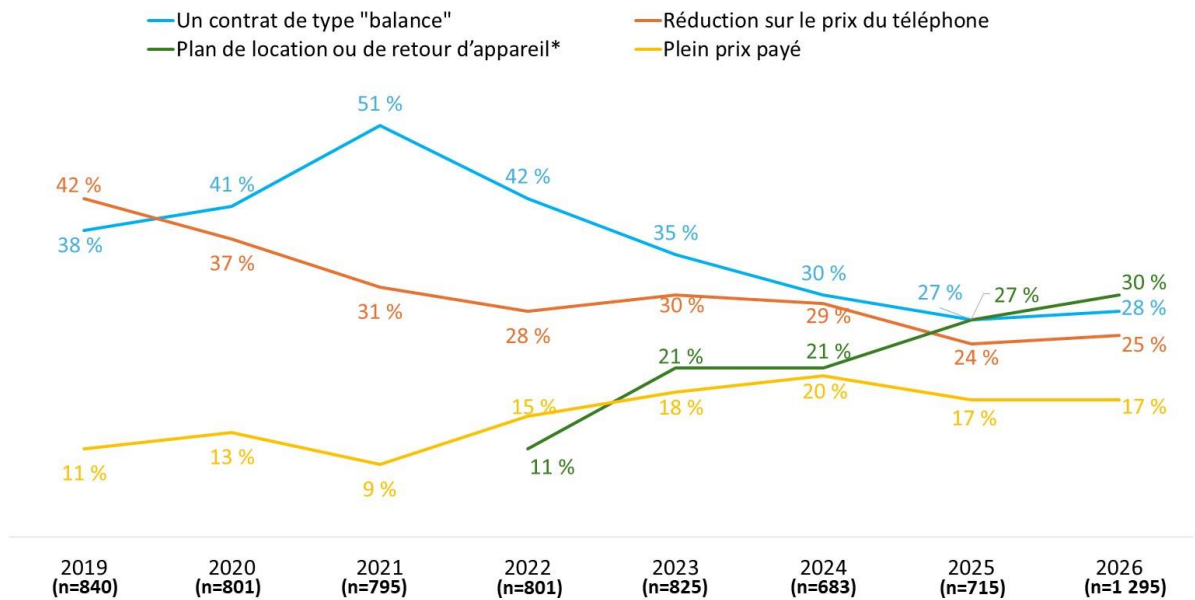
Les résidents de la Colombie-Britannique (54 %) et de l'Ontario (52 %) ont plus tendance à fournir leur propre appareil que les répondants des Prairies (45 %) et du Québec (45 %). En revanche, les répondants de la Colombie-Britannique (9 %) sont moins susceptibles de louer un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur de services que les répondants résidant en Ontario (14 %), dans les Prairies (15 %) ou au Québec (16 %).

Les Canadiens âgés de 55 à 64 ans (38 %) et ceux âgés de 65 ans et plus (37 %) sont plus enclins à acheter un nouveau téléphone que ceux âgés de 18 à 34 ans (30 %).

Les modalités d'achat d'un nouveau téléphone varient.

Les répondants ayant acheté ou loué leur appareil auprès de leur fournisseur de services sans fil (n=1 295) ont été interrogés sur les modalités de paiement. Le recours aux forfaits de location ou de retour d'un appareil continue d'augmenter, atteignant une proportion de 30 % cette année en comparaison à 27 % en 2025 et 11 % en 2022. D'une année à l'autre, l'utilisation d'autres types de modalités de paiement reste inchangée : 28 % ont choisi un contrat de type balance, 25 % ont obtenu une réduction sur le prix de leur téléphone, et 17 % ont acheté leur téléphone auprès de leur fournisseur et ont payé le plein prix.

Diagramme 7 : Modalités d'achat d'un nouveau téléphone



WC7. Parmi les éléments suivants, qu'avez-vous fait : [...] ? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants ayant acheté ou loué un nouveau téléphone auprès de leur fournisseur de services.

À l'échelle régionale, les répondants du Québec (33 %) et de l'Ontario (33 %) sont plus susceptibles de souscrire à un forfait de location ou de retour d'appareil que ceux de la Colombie-Britannique (24 %). En revanche, les résidents du Québec (15 %) sont les moins enclins à choisir un contrat de type balance.

Les Canadiens âgés de moins de 55 ans (31 % des répondants âgés de 35 à 54 ans et 39 % des répondants âgés de 18 à 34 ans) sont plus susceptibles de souscrire à un forfait de location ou de retour d'appareil que les Canadiens plus âgés (21 % des répondants âgés de 55 à 64 ans et 23 % des répondants âgés de 65 ans et plus). En revanche, la probabilité de payer le plein prix pour un téléphone ou d'obtenir une réduction est plus élevée chez les répondants âgés de 55 ans et plus.

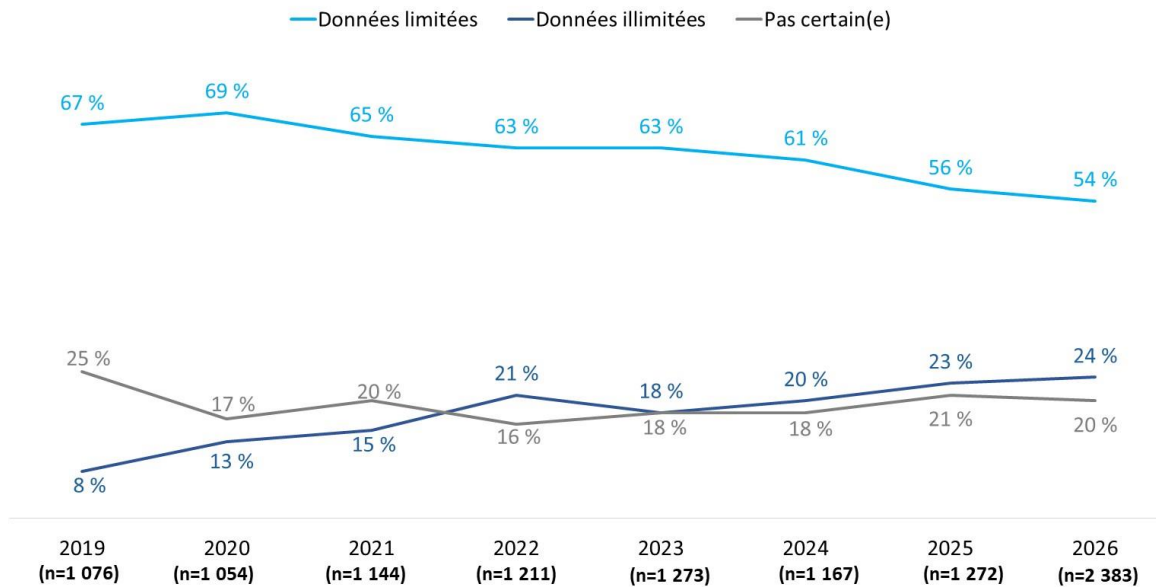
2.4 Données

Les forfaits de services sans fil proposant une quantité limitée de données sont encore le type de forfait le plus populaire.

Les forfaits prévoyant une quantité limitée de données continuent d'être le type de forfait le plus commun auprès des Canadiens qui ont des forfaits sans fil comprenant des données. Un peu plus de la moitié des répondants (54 %) ont déclaré avoir une limite de données mensuelles dans leur forfait. Cependant, la proportion des forfaits offrant une quantité limitée de données mensuelles continue d'être en baisse, ce qui reflète un virage progressif vers des forfaits offrant une quantité illimitée de données. Bien que le recours à des forfaits proposant une quantité illimitée de données est demeuré pratiquement inchangé au fil des ans (24 % en 2026 comparativement à 23 % en 2025), la tendance à plus long terme révèle une adoption croissante des forfaits offrant des données illimitées.

Les Canadiens des Prairies sont plus susceptibles d'avoir des forfaits offrant des données illimitées (31 %) que ceux du Québec (20 %), de la Colombie-Britannique (21 %) ou de l'Ontario (24 %). Les membres de groupes racisés sont moins susceptibles d'avoir des données illimitées (19 %, comparativement à 27 % des autres répondants). En revanche, l'utilisation de forfaits avec une limite mensuelle de données augmente à mesure que l'âge diminue, passant de 33 % chez les répondants âgés de 65 ans et plus à 67 % chez les répondants âgés de 18 à 34 ans.

Diagramme 8 : Type de données incluses dans les forfaits sans fil

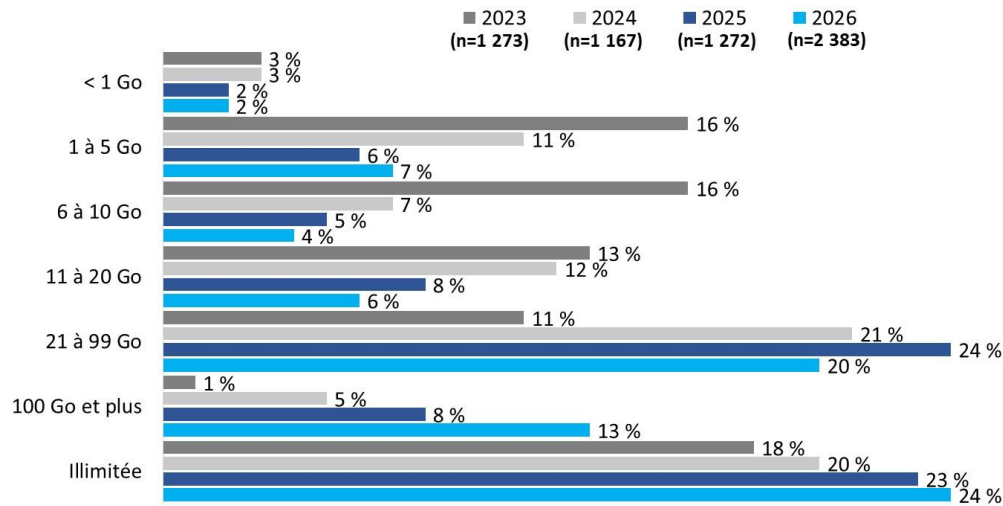


WC8. Certains forfaits de services sans fil offrent une utilisation illimitée de données, d'autres, une utilisation limitée. Lorsqu'un forfait comprend une limite de données mensuelles, vous pouvez avoir à payer des frais d'utilisation excédentaire si vous utilisez plus de données dans un mois que ce que prévoit votre forfait. Quelle est la quantité de données présentement incluse dans votre forfait? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil qui comprend des données.

La quantité de données incluses dans les forfaits des Canadiens continue d'augmenter.

Deux Canadiens sur dix (19 %) ont jusqu'à 20 Go de données incluses dans leur forfait de services sans fil, tandis qu'un tiers (33 %) ont au moins 21 Go de données. La quantité de données incluse dans les forfaits ne cesse d'augmenter; un moins grand nombre de Canadiens font état d'une quantité de données plus faible. La proportion de répondants déclarant avoir des forfaits comprenant jusqu'à 20 Go a diminué de façon constante, allant de 48 % en 2023 à 33 % en 2024, à 21 % en 2025 et à 19 % cette année.

Diagramme 9 : Quantité de données incluses dans les forfaits mensuels

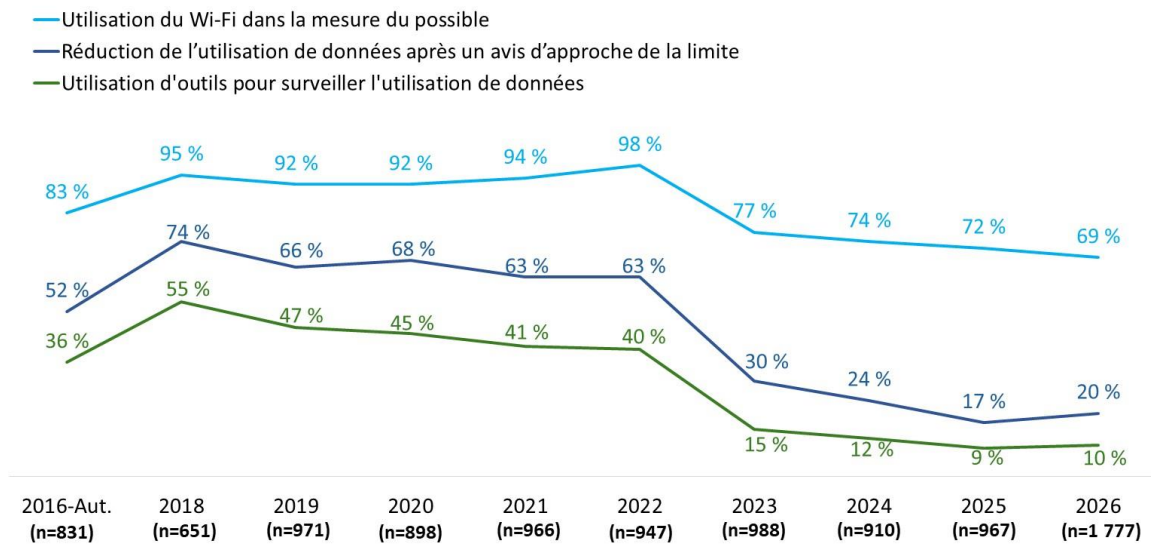


WC8. Certains forfaits de services sans fil offrent une utilisation illimitée de données, d'autres, une utilisation limitée. Lorsqu'un forfait comprend une limite de données mensuelles, vous pouvez avoir à payer des frais d'utilisation excédentaire si vous utilisez plus de données dans un mois que ce que prévoit votre forfait. Quelle est la quantité de données présentement incluse dans votre forfait? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil qui comprend des données.

Plusieurs répondants utilisent le service Wi-Fi pour gérer ou limiter les données, mais peu prennent d'autres mesures.

Plus les forfaits de données augmentent en taille et plus le nombre de Canadiens disposant de données illimitées est élevé, moins nombreux sont ceux qui gèrent activement les données. Cette année, 69 % des Canadiens ayant un forfait de services sans fil offrant des données utilisent le Wi-Fi lorsqu'il est disponible pour gérer ou limiter leur utilisation de données. Vingt pour cent des répondants réduisent leur utilisation de données après avoir reçu une notification indiquant l'atteinte imminente de leur limite, et 10 % des répondants se servent d'outils pour suivre l'utilisation des données.

Diagramme 10 : Activités pour gérer ou limiter l'utilisation de données



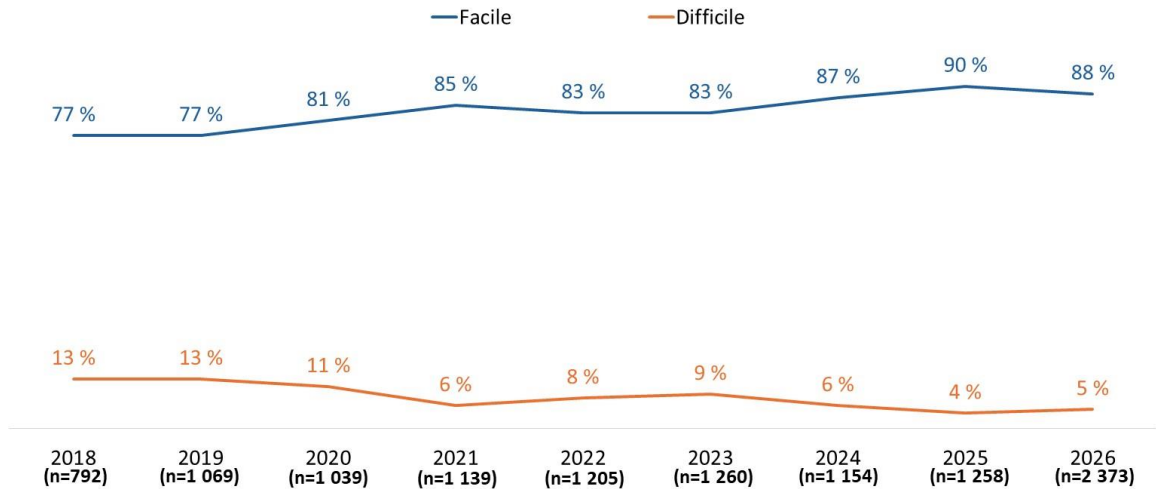
WC9. Lesquelles des méthodes suivantes, s'il y a lieu, utilisez-vous pour gérer ou limiter votre utilisation de données? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil qui comprend des données.

Les Canadiens habitant dans les territoires sont moins susceptibles d'utiliser le Wi-Fi lorsque ce service est offert (47 %, comparativement à 74 % en Colombie-Britannique, à 70 % en Ontario et à 69 % au Québec), alors que les résidents du Québec (15 %) ont le plus tendance à se servir d'outils pour suivre leur utilisation des données. De plus, les utilisateurs d'un service sans fil âgés de 65 ans et plus sont moins enclins à utiliser le Wi-Fi lorsqu'il est disponible (63 %) que les répondants âgés de 18 à 34 ans (72 %) et âgés de 35 à 54 ans (71 %), et ils ont le moins tendance à limiter leur utilisation de données (27 %, comparativement à 17 % des répondants âgés de moins de 35 ans).

Près de 9 Canadiens sur dix trouvent qu'il est facile de gérer leur utilisation des données.

La grande majorité (88 %) des abonnés à un forfait de services sans fil continuent de trouver qu'il est facile de gérer leurs données chaque mois. Cette mesure est demeurée stable depuis 2024. Les Canadiens âgés de 65 ans et plus sont les moins susceptibles de trouver qu'il est facile de gérer leurs données sans fil (83 %, comparativement à 89 % des Canadiens plus jeunes).

Diagramme 11 : Facilité à gérer l'utilisation de données

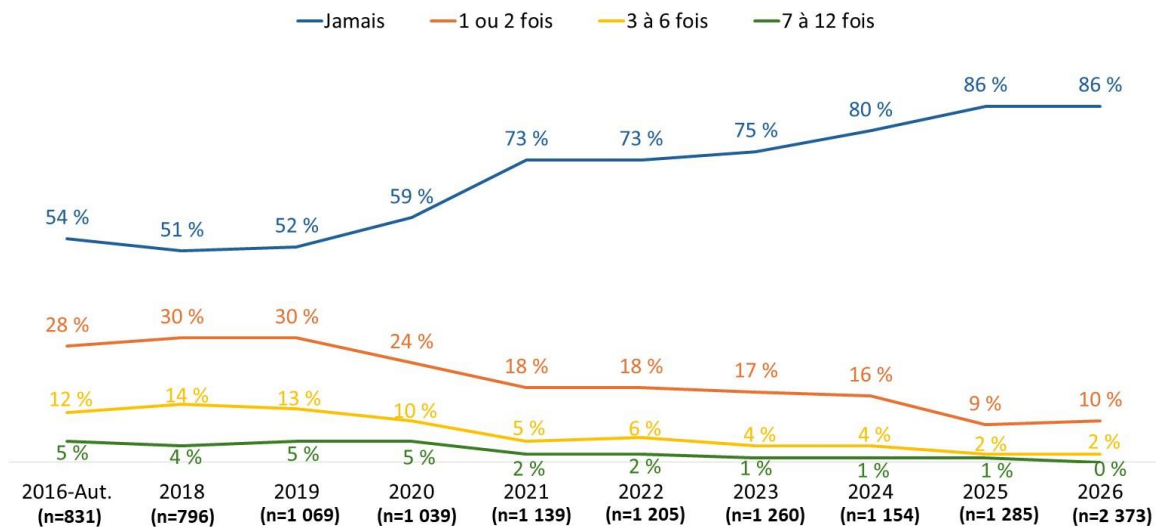


WC10. Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer votre utilisation de données ou celle de votre famille chaque mois? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant « très difficile » et 7 étant « très facile ». Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil comprenant des données.

Les frais d'utilisation excédentaire de données semblent afficher une diminution.

La plupart des abonnés à un forfait de services sans fil (86 %) n'ont pas payé de frais d'utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois. La situation est la même que l'an dernier, bien que la tendance à plus long terme révèle une diminution de la proportion d'abonnés qui paient des frais d'utilisation excédentaire de données. Un peu plus d'un Canadien sur dix (12 %) a payé des frais d'utilisation excédentaire au moins une fois, mais pas plus de six fois.

Diagramme 12 : Nombre de fois où les répondants ont payé des frais d'utilisation excédentaire de données au cours des 12 derniers mois



WC11. Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous payé des frais d'utilisation excédentaire de données? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil comprenant des données.

Le paiement de frais d'utilisation excédentaire de données est plus fréquent chez les répondants âgés de 18 à 34 ans; ces derniers sont moins susceptibles de dire qu'ils n'ont pas payé de tels frais au cours de la dernière année (81 %, comparativement à 88 % des Canadiens âgés de 35 ans et plus).

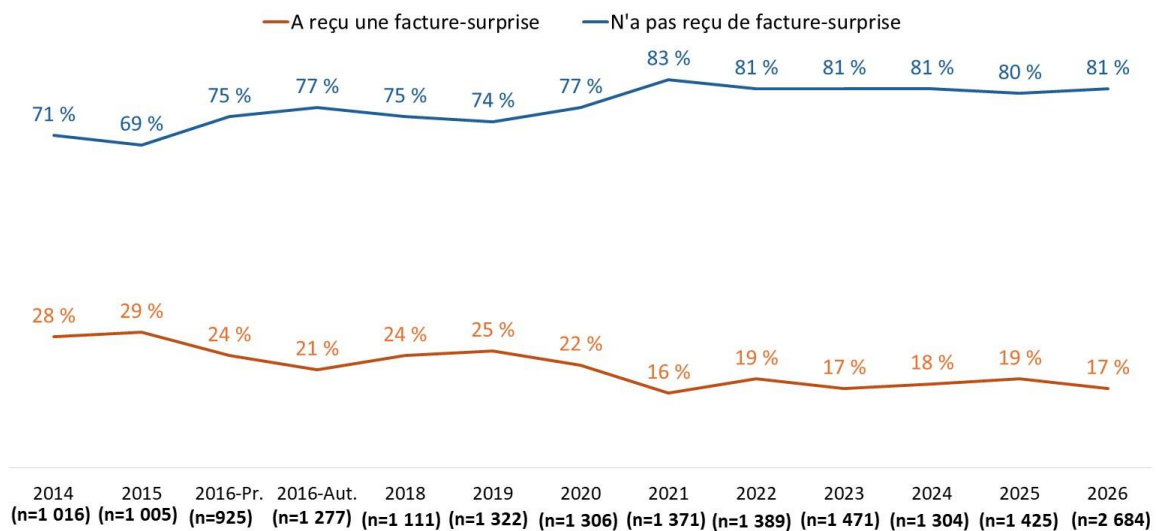
2.5 Factures-surprises

La plupart des Canadiens n'ont pas reçu de facture-surprise.

Quatre-vingt-un pour cent des Canadiens abonnés à un forfait de services sans fil n'ont pas reçu une facture étonnamment élevée (« facture-surprise ») au cours de la dernière année. La faible proportion de Canadiens ayant reçu une facture-surprise (17 %) est demeurée pratiquement inchangée dans les dernières années.

Les résidents de la Colombie-Britannique (22 %) et de l'Ontario (21 %) sont légèrement plus susceptibles d'avoir reçu une facture-surprise. Cela est également plus courant chez les plus jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans (22 %, comparativement à 15 % des Canadiens âgés de 35 ans et plus), les diplômés universitaires (21 %, comparativement à 15 % des répondants ayant un niveau de scolarité moins élevé) et les membres de groupes racisés (24 %, comparativement à 14 % des autres répondants).

Diagramme 13 : Expérience d'une facture-surprise



WC12. Au cours de la dernière année, avez-vous reçu une facture-surprise, c'est-à-dire une facture étonnamment élevée? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

Les factures-surprises sont principalement attribuables aux frais d'itinérance.

Cette année, les deux principales raisons expliquant la réception d'une facture-surprise sont les frais d'itinérance liés aux voyages internationaux (22 %) et la perception que leur facture est élevée ou en hausse (20 %). Un peu plus d'un Canadien sur dix attribuait sa facture-surprise à des problèmes ou erreurs de facturation (14 %) ou à des frais d'utilisation excédentaire de données (12 %). D'autres raisons ont été invoquées par de plus faibles proportions de répondants, comme indiqué dans le diagramme 14.

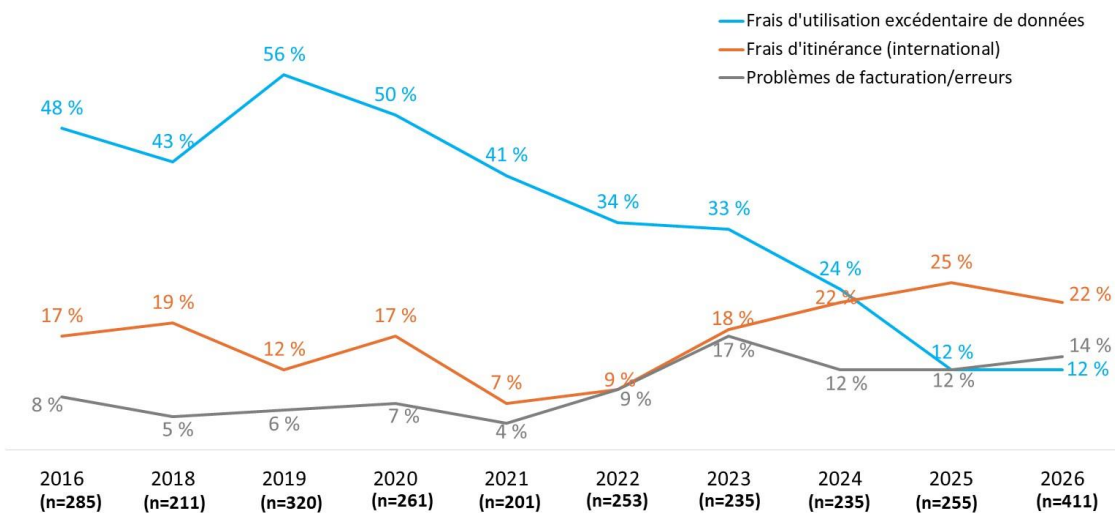
Diagramme 14 : Raisons pour la réception d'une facture-surprise



WC13. Quelle était la principale raison des frais élevés de la facture-surprise que vous avez reçue? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil et ayant reçu une facture-surprise au cours des 12 derniers mois.

Au fil du temps, la proportion de répondants ayant reçu une facture-surprise en raison de frais d'utilisation excédentaire de données a diminué de façon constante. Cependant, la proportion est demeurée la même cette année à 12 %. Les factures-surprises reçues à cause de voyages internationaux et d'erreurs de facturation n'ont statistiquement pas changé cette année.

Diagramme 15 : Principales raisons pour la réception d'une facture-surprise



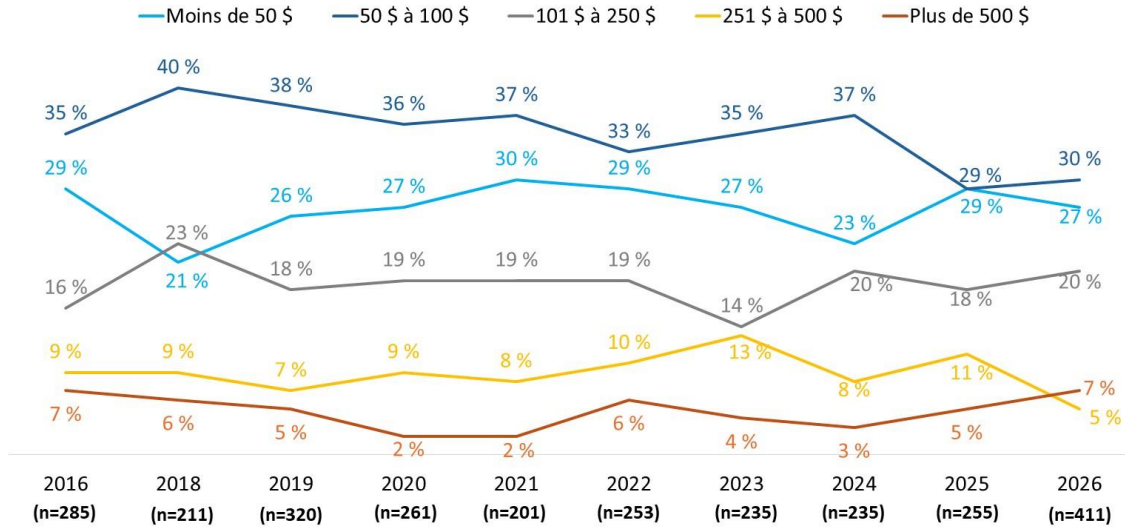
WC13. Quelle était la principale raison des frais élevés de la facture-surprise que vous avez reçue? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil qui ont reçu une facture-surprise au cours des 12 derniers mois.

Les frais de données non prévus ne dépassent pas 100 \$.

Cette année, un peu plus de la moitié (57 %) des répondants ayant reçu une facture-surprise ont fait mention de frais allant jusqu'à 100 \$, alors qu'environ un tiers (32 %) des répondants ont

déclaré que les frais dépassaient 100 \$. Les résultats sont demeurés pratiquement les mêmes que ceux obtenus il y a une décennie (en 2016), alors que 54 % faisaient mention de frais allant jusqu'à 100 \$ et que 32 % déclaraient des frais supérieurs à 100 \$.

Diagramme 16 : Montant des frais non prévus sur la facture



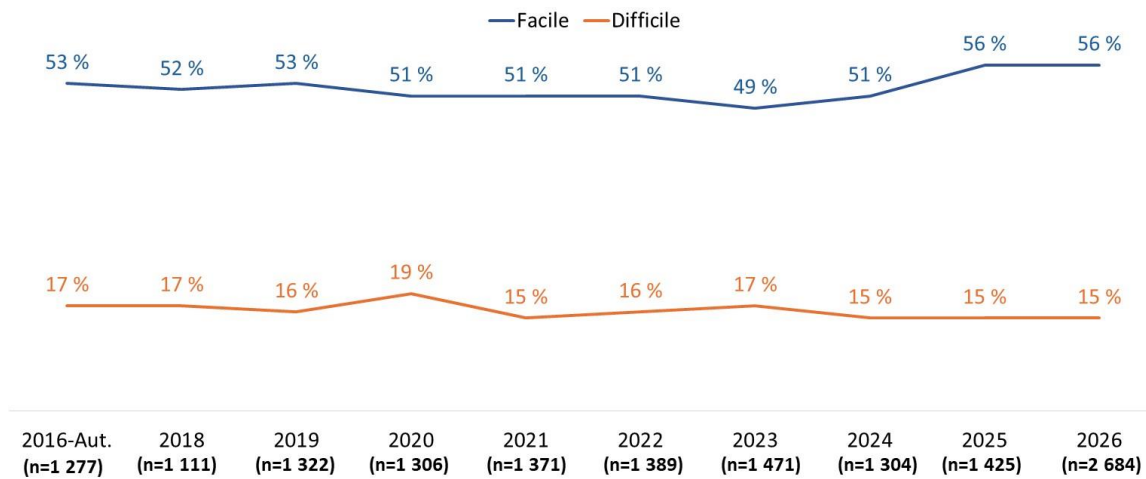
WC14. Quel était le montant des frais non prévus sur votre facture? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil et ayant reçu une facture-surprise au cours des 12 derniers mois.

2.6 Frais d'itinérance

Plus de la moitié des répondants trouvent qu'il est facile de gérer les frais d'itinérance.

Les résultats sont les mêmes qu'en 2025 : 56 % des Canadiens abonnés à un forfait de services sans fil disent qu'il est facile de gérer leurs frais d'itinérance lorsqu'ils voyagent, alors que relativement peu de répondants (15 %) trouvent que c'est difficile.

Diagramme 17 : Niveau de difficulté associé à la gestion des frais en voyage



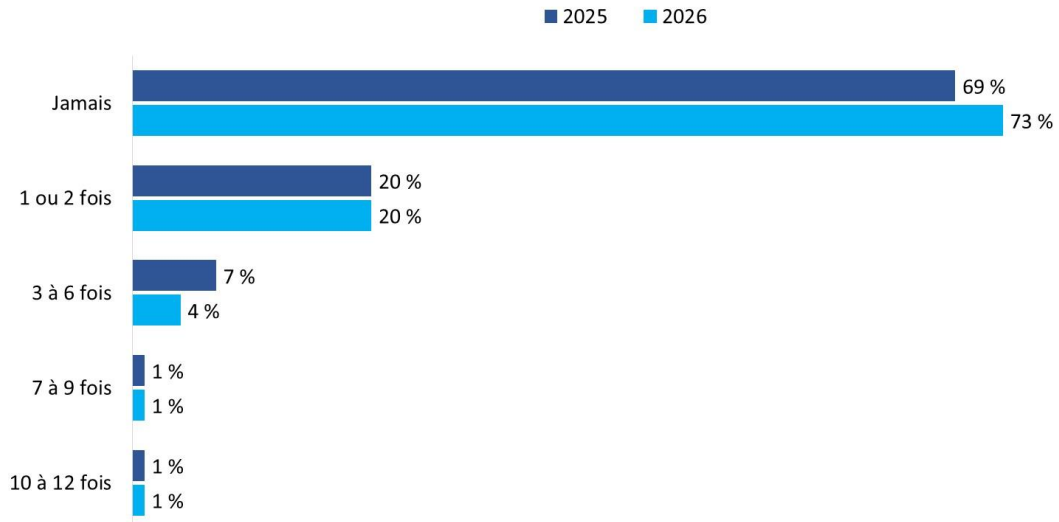
WC15. Si vous utilisez votre forfait lorsque vous voyagez, vous pourriez devoir payer des frais d'itinérance. Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer vos frais d'itinérance lorsque vous voyagez? Veuillez utiliser une échelle à sept points, dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ». Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

Plus le revenu du ménage est élevé, plus il est probable que les répondants trouvent facile de gérer leurs frais d'itinérance (43 % chez les Canadiens touchant moins de 40 000 \$ et 65 % chez les répondants dont le ménage gagne annuellement 150 000 \$ ou plus). Les Canadiens âgés de 65 ans et plus sont les plus susceptibles de dire qu'ils ne voyagent pas avec leur téléphone (30 %, comparativement à 16 % des Canadiens plus jeunes).

La plupart des Canadiens n'ont pas payé de frais d'itinérance à l'étranger au cours des 12 derniers mois.

Près des trois quarts des Canadiens (73 %, soit une hausse par rapport à 69 % en 2025) abonnés à un forfait de services sans fil n'ont pas payé de frais d'itinérance à l'étranger au cours des 12 derniers mois. Les autres ont payé des frais d'itinérance au moins une fois; 20 % ont payé des frais d'itinérance à l'étranger une fois ou deux au cours de cette période et 6 % ont payé des frais entre trois et douze fois.

Diagramme 18 : Nombre de fois où des frais d'itinérance à l'étranger ont été payés au cours des 12 derniers mois



WC16. Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous payé des frais d'itinérance à l'étranger?
Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

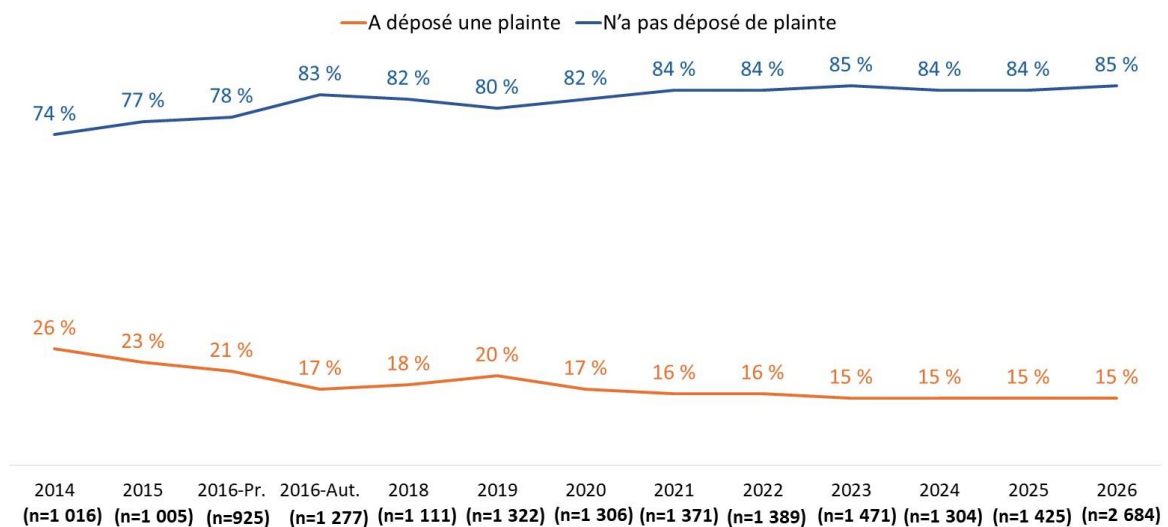
La probabilité de ne pas se voir imposer des frais d'itinérance à l'étranger augmente avec l'âge (68 % chez les répondants âgés de 18 à 34 ans et 83 % des répondants âgés de 65 ans et plus). En revanche, cette probabilité diminue alors que le revenu du ménage augmente, passant de 85 % chez les répondants dont le ménage touche un revenu inférieur à 40 000 \$ à 59 % des répondants dont le revenu annuel du ménage s'élève à 150 000 \$ ou plus.

2.7 Plaintes

Peu de Canadiens ont déposé une plainte auprès de leur fournisseur de services sans fil au cours des 12 derniers mois.

Le dépôt de plaintes au sujet des services sans fil est demeuré stable depuis 2020 et n'a pas changé depuis 2023 (15 %). Les parents (17 %), les membres de groupes racisés (19 %) et les répondants âgés de 18 à 34 ans (18 %) sont plus susceptibles de déposer une plainte comparativement aux répondants âgés de 65 ans et plus (12 %). À l'échelle régionale, les résidents du Québec (6 %) sont moins nombreux à déposer une plainte que les personnes habitant dans les territoires, en Ontario et en Colombie-Britannique (18 %).

Diagramme 19 : Plaintes concernant les services sans fil qui ont été déposées au cours des 12 derniers mois

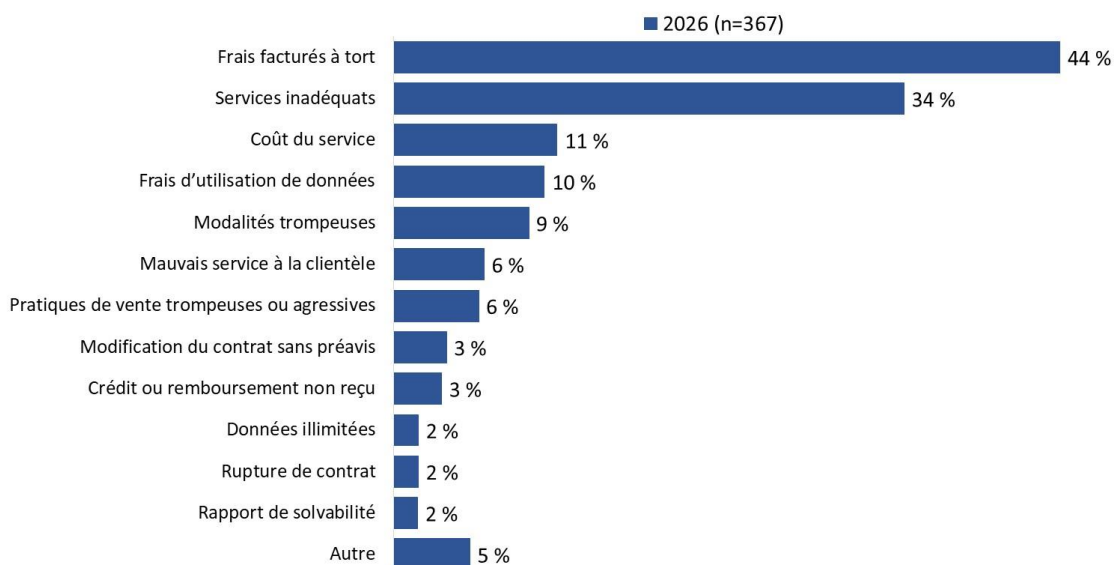


WC17. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services sans fil? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

Les plaintes découlent souvent de frais facturés à tort ou de services inadéquats.

Les deux principaux motifs des plaintes déposées auprès d'un fournisseur de services sans fil sont des frais facturés à tort (45 %) et des services inadéquats (37 %). D'autres raisons ont été mentionnées par de plus faibles proportions de répondants et elles sont énumérées dans le diagramme 20.

Diagramme 20 : Motifs des plaintes



WC18. Quel était le sujet de votre plainte? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil et ayant déposé une plainte.

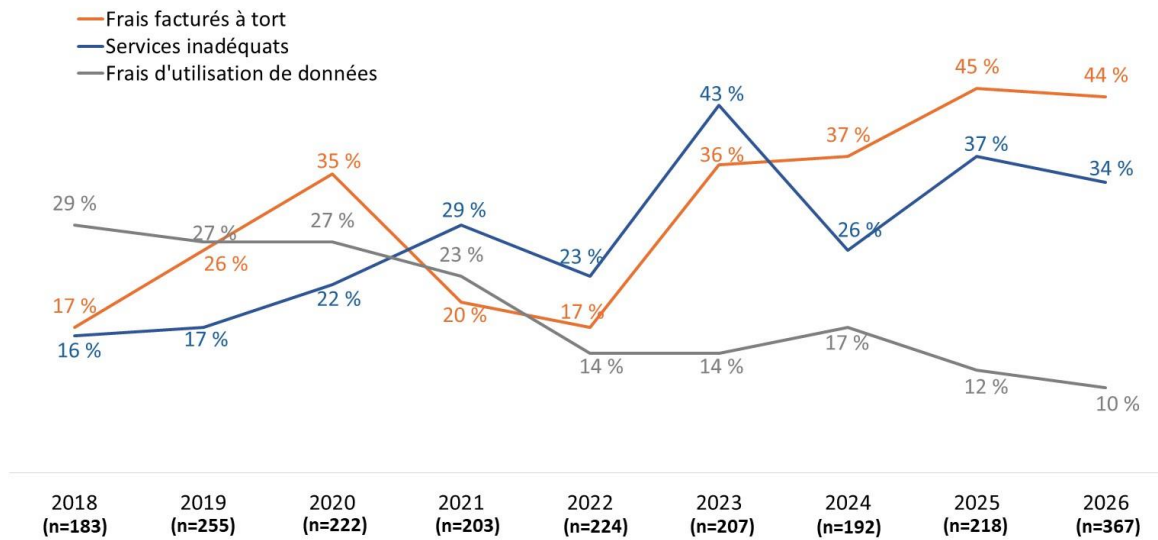
Parmi les répondants ayant déposé une plainte, ceux de la Colombie-Britannique (52 %) et de l'Ontario (47 %) sont plus susceptibles que ceux des Prairies (32 %) d'avoir déposé une plainte à cause de frais facturés à tort. Les plus jeunes répondants sont également plus susceptibles de déposer une plainte à propos de frais facturés à tort (55 % des répondants âgés de 18 à 34 ans, comparativement à 34 % des répondants âgés de 35 à 54 ans).

Au fil du temps, les principaux motifs des plaintes sont des frais facturés à tort, comme une tarification différente de celle qui était affichée ou la facturation de services non utilisés, des services inadéquats, y compris des interruptions déraisonnables, ainsi que des frais relatifs aux données, notamment la contestation de frais d'utilisation excédentaire de données.

Dans le passé, la proportion de Canadiens faisant mention des trois principaux motifs de plaintes à l'égard des fournisseurs de services sans fil a varié considérablement¹. Les résultats de cette année montrent une stabilisation potentielle; l'écart le plus important d'une année à l'autre s'élève à 3 % pour le motif des services inadéquats.

¹ Les lecteurs devraient garder en tête que ces résultats se fondent sur des échantillons de plus petite taille. Des échantillons de plus petite taille donnent des résultats plus variables et on peut le constater lorsqu'on compare les résultats au fil du temps.

Diagramme 21 : Principaux motifs des plaintes

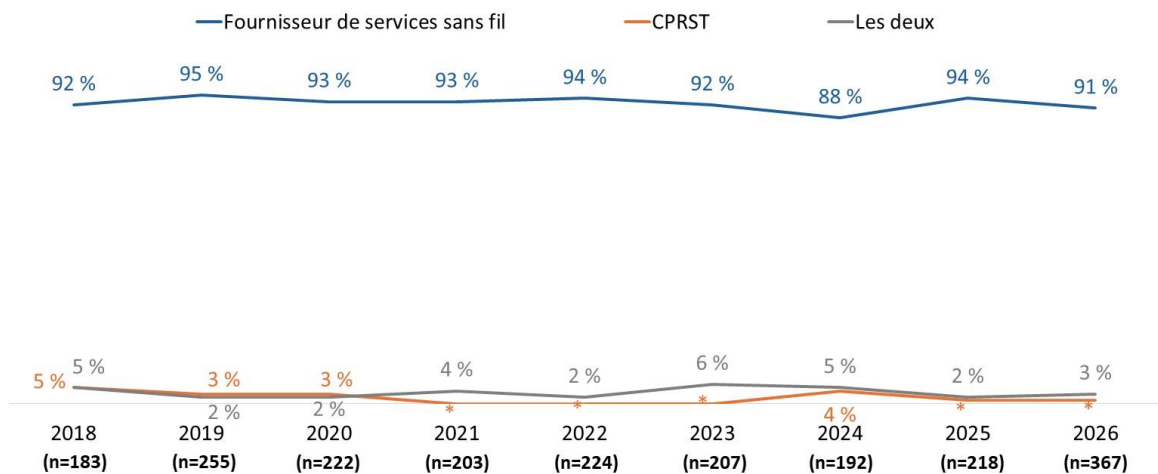


WC18. Quel était le sujet de votre plainte? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil qui ont déposé une plainte.

La plupart des répondants qui ont déposé une plainte l'ont fait directement auprès de leur fournisseur de services sans fil.

Quatre-vingt-onze pour cent des répondants qui ont déposé une plainte au sujet de leurs services sans fil l'ont fait directement auprès de leur fournisseur. Très peu de répondants ont déposé une plainte auprès de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) et pratiquement personne (1 %) n'a déposé de plainte exclusivement auprès de la CPRST. Cela suggère que les Canadiens savent que les plaintes doivent d'abord être adressées à leur fournisseur de services avant d'être transmises à la CPRST.

Diagramme 22 : Plaintes déposées auprès d'un fournisseur de services sans fil



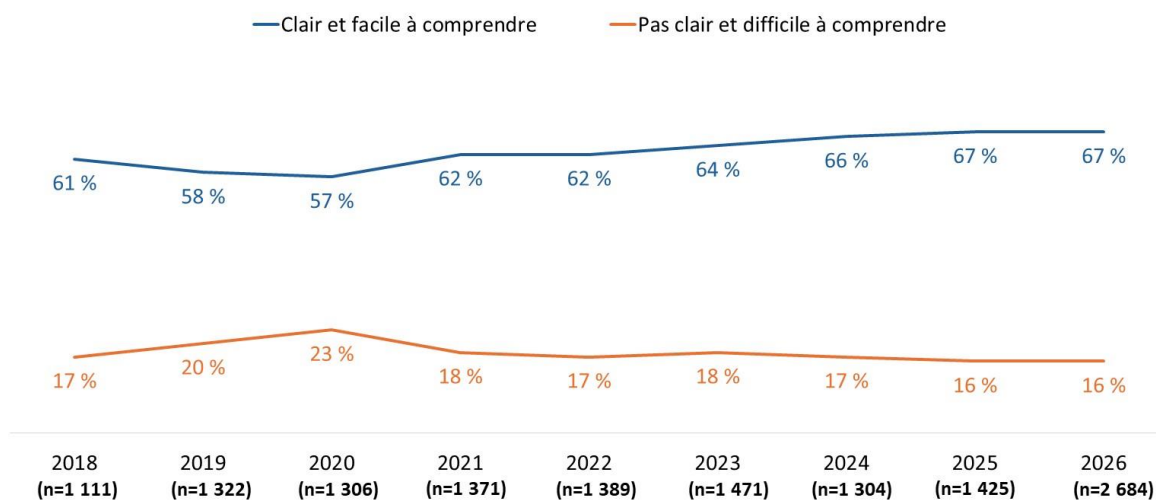
WC19. Auprès de qui avez-vous déposé votre plainte? Était-ce auprès de votre fournisseur de services, de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) ou des deux? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil et qui ont déposé une plainte. **Faible base de référence; données supprimées.

2.8 Clarté du contrat

La plupart des répondants trouvent que leur contrat de services sans fil est clair.

Tout comme l'an dernier, 67 % des Canadiens trouvent que leur contrat de services sans fil est clair et facile à comprendre, alors que 16 % disent qu'il n'est pas clair.

Diagramme 23 : Facilité à comprendre le contrat de services sans fil



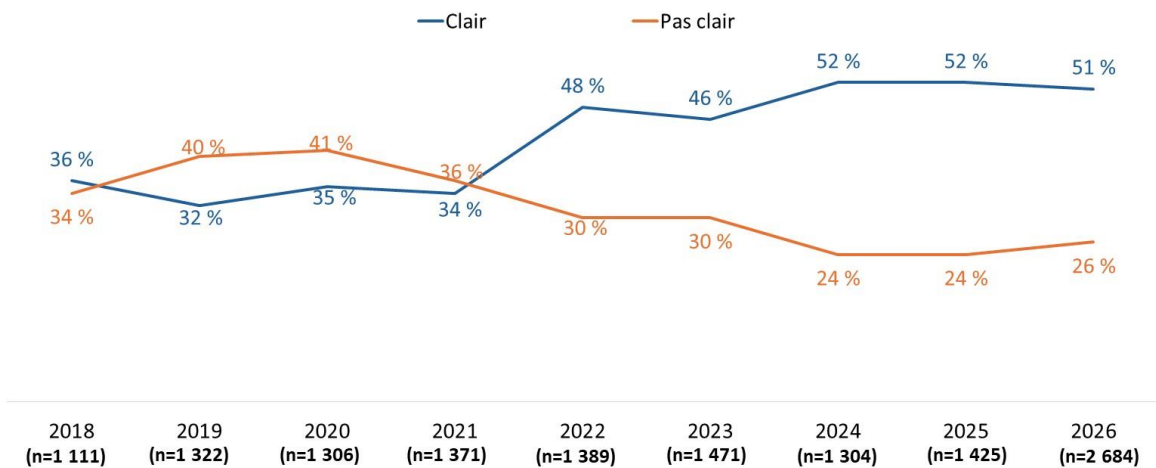
WC20. Trouvez-vous votre contrat clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle à sept points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ». Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

À l'échelle régionale, les répondants de la Colombie-Britannique (57 %) sont les moins susceptibles de trouver que leur contrat est clair et facile à comprendre.

La moitié des répondants déclarent que leur fournisseur de services a fourni une explication claire de la période d'essai pour de nouveaux contrats.

La proportion de Canadiens qui estiment que l'explication concernant la période d'essai est claire n'a pratiquement pas changé depuis 2024; 52 % disent que leur fournisseur de services leur a clairement expliqué cet aspect. En revanche, un quart des répondants (26 %) trouvaient que l'explication de la période d'essai dans le cadre de nouveaux contrats n'était pas claire.

Diagramme 24 : Facilité à comprendre l'explication concernant la période d'essai



WC21. Le Code sur les services sans fil exige des fournisseurs de services qu'ils fournissent une période d'essai pour les nouveaux contrats qui comprennent un appareil, et des explications claires sur les frais exigés si vous annulez votre contrat ou votre entente avant la fin du terme. Dans quelle mesure les explications reçues de la part de votre fournisseur de services sur ces deux aspects étaient-elles claires? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout » et 7 signifie « très clair ».

Les résidents du Québec sont plus susceptibles de trouver que leur fournisseur de services leur a clairement expliqué la période d'essai (59 %, comparativement à 48 % en Ontario, à 41 % en Colombie-Britannique et à 39 % dans les territoires), alors que les diplômés universitaires sont moins susceptibles de dire qu'ils ont reçu une explication claire (44 %, comparativement à 54 % des titulaires d'un diplôme collégial et à 58 % des répondants ayant au plus un diplôme d'études secondaires).

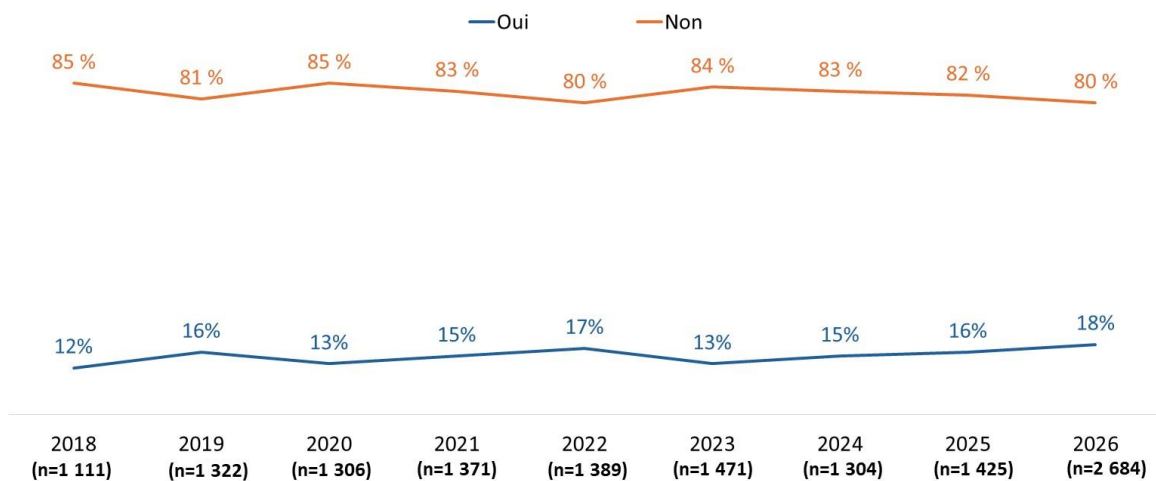
2.9 Modifications au contrat et changement de fournisseur de services

Peu de répondants ont vu des modifications être apportées à leur contrat de services sans fil sans le préavis obligatoire.

Moins de deux Canadiens sur dix (18 %) ont vu des modifications être apportées à leur forfait par leur fournisseur de services sans être expressément avisés des nouvelles modalités. Dans les dernières années, la proportion de Canadiens signalant des changements de cette nature a progressivement augmenté, passant de 13 % en 2023 à 18 % cette année.

Les groupes de Canadiens suivants étaient plus susceptibles de déclarer que des modifications avaient été apportées à leur forfait sans qu'ils ne reçoivent le préavis obligatoire : les Canadiens âgés de 35 à 54 ans (24 %), les diplômés universitaires (22 %) et les membres de groupes racisés (20 %). À l'échelle régionale, les répondants des Prairies (12 %) étaient les moins susceptibles de faire état d'une telle expérience.

Diagramme 25 : Modifications au contrat sans préavis

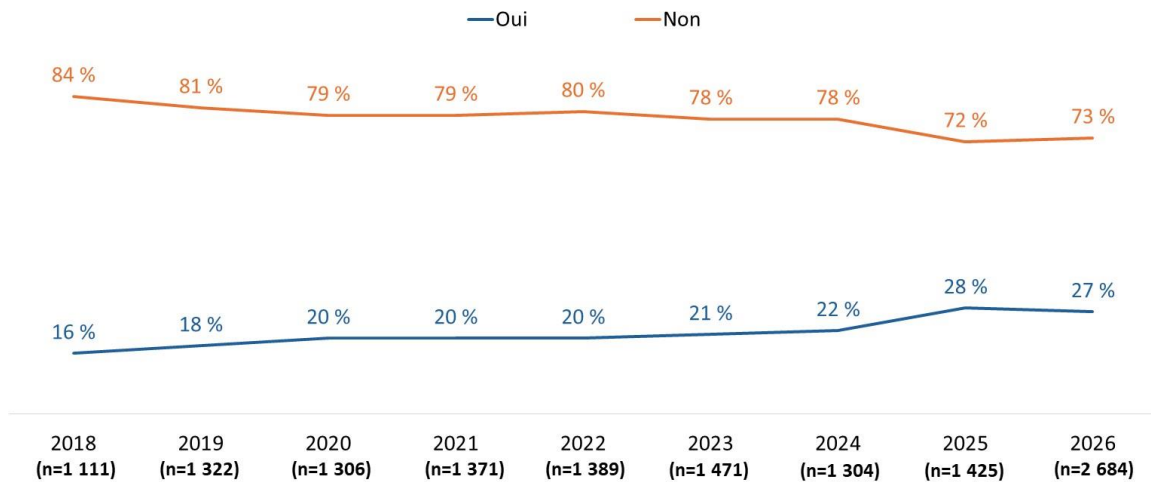


WC22. Vous êtes-vous déjà aperçu que votre fournisseur de services a modifié votre forfait sans vous aviser directement des modifications apportées aux modalités? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

La majorité des répondants font affaire avec leur fournisseur de services sans fil depuis au moins deux ans.

La plupart des Canadiens (73 %) n'ont pas changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années. Cependant, la proportion de répondants ayant effectué un tel changement a progressivement augmenté au fil du temps, passant de 16 % en 2018 à 28 % en 2025 et se situant à 27 % cette année.

Diagramme 26 : Changement de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années



WC23. Avez-vous changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années? Base de référence : répondants abonnés à un forfait de services sans fil.

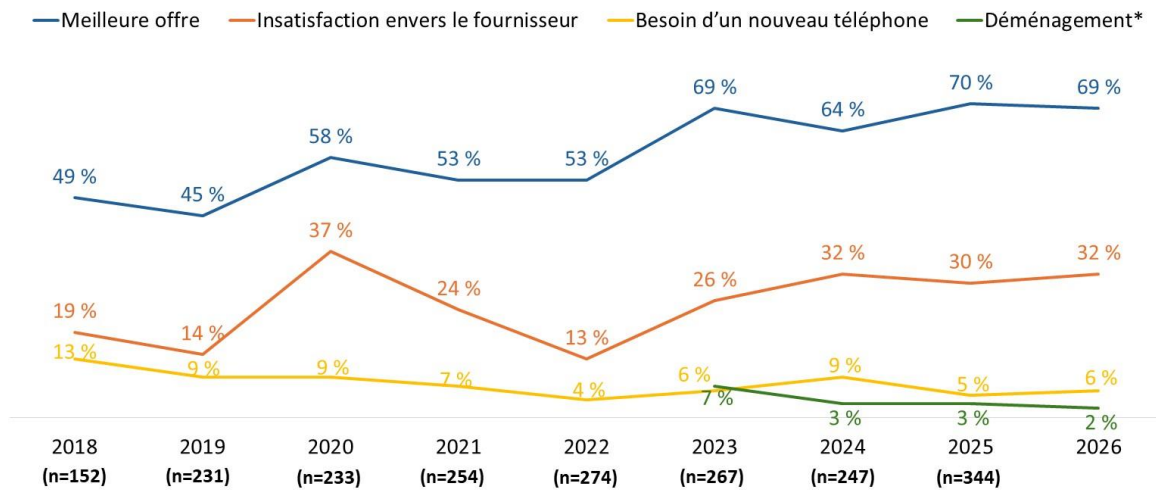
Les résidents des territoires (91 %) et les Canadiens âgés de 55 ans et plus (75 % des répondants âgés de 55 à 64 ans et 79 % des répondants âgés de 65 ans et plus) sont plus susceptibles de ne pas avoir changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années. Les diplômés universitaires (32 %), les parents (33 %) et les membres de groupes racisés (34 %) ont plus tendance à avoir changé de fournisseur.

Les Canadiens continuent de changer de fournisseur principalement en raison de meilleurs prix plutôt qu'en raison de problèmes plus généraux concernant les services.

Parmi les répondants ayant changé de fournisseur de services au cours des deux dernières années (n=621), la raison la plus fréquemment mentionnée pour expliquer le changement est l'obtention d'un meilleur prix auprès d'un autre fournisseur (69 %).

Tout comme dans les dernières années, près d'un tiers (32 %) des répondants ont changé parce qu'ils n'étaient plus satisfaits de leur fournisseur de services. Des proportions beaucoup plus faibles de répondants ont dit avoir besoin d'un nouveau téléphone ou désirer un appareil plus récent (6 %), ou ont attribué le changement à un déménagement (2 %).

Diagramme 27 : Raisons du changement de fournisseur de services sans fil

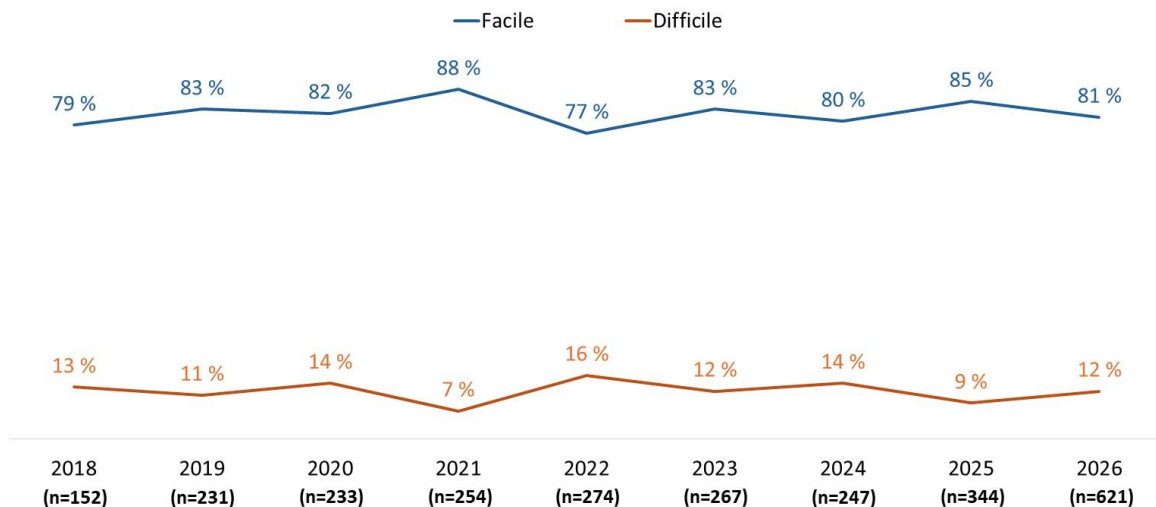


WC24. Pourquoi avez-vous changé de fournisseur de services? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants ayant changé de fournisseur de services².

La plupart des répondants ont trouvé qu'il était facile de changer de fournisseur de services sans fil.

Parmi les répondants ayant changé de fournisseur de services, 81 % ont trouvé le processus facile et près de la moitié des répondants (47 %) estiment que c'était très facile. Les diplômés universitaires (76 %) étaient moins susceptibles de dire qu'il était facile de changer de fournisseur de services. Environ un Canadien sur dix (12 %) a déclaré que le processus était difficile dans une certaine mesure et a attribué la situation principalement au fait que le fournisseur de services a rendu le processus difficile.

Diagramme 28 : Facilité de changer de fournisseur de services sans fil



² Les lecteurs devraient garder en tête que ces résultats se fondent sur des échantillons de plus petite taille. Des échantillons de plus petite taille donnent des résultats plus variables et on peut le constater lorsqu'on compare les résultats au fil du temps.

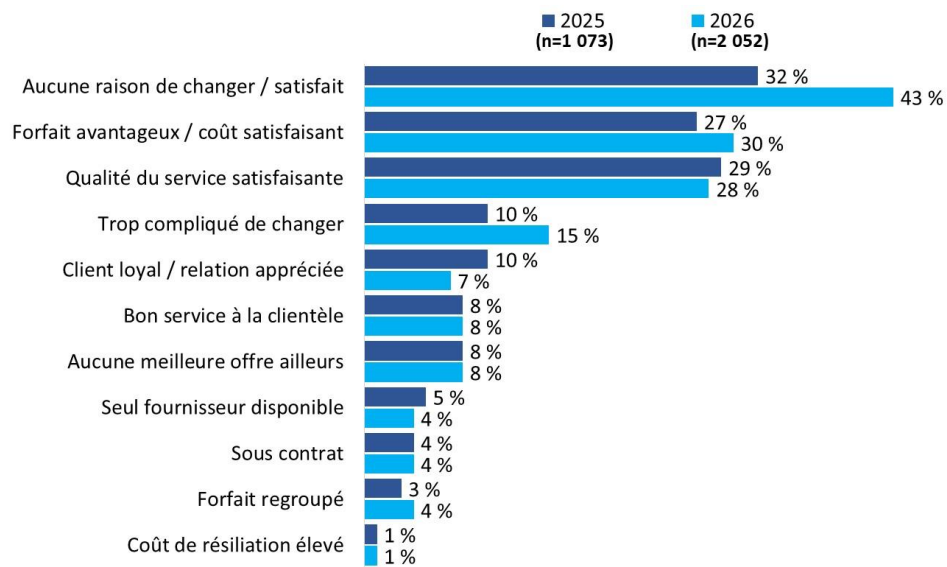
QWC25. Dans quelle mesure a-t-il été facile ou difficile de changer de fournisseur de services? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ». Base de référence : répondants ayant changé de fournisseur de services.

La satisfaction générale à l'égard des services actuels est la principale raison invoquée pour ne pas changer de fournisseur.

Les répondants n'ayant pas changé de fournisseur de services (n=2 052) avaient tendance à attribuer cela au fait de ne pas avoir de raison de le faire. Environ quatre Canadiens sur dix (43 %, soit une hausse par rapport à 32 % l'an dernier) ont dit être satisfaits de manière générale de leur fournisseur, 30 % sont satisfaits du coût et du forfait qu'ils ont en ce moment, et 28 % sont satisfaits du produit et de la qualité du service.

Notons que 15 % des répondants ont indiqué qu'ils n'avaient pas changé parce que ce serait trop compliqué de le faire. Il s'agit d'une augmentation par rapport à l'an dernier, alors que 10 % des répondants avaient fait mention de cette raison pour expliquer pourquoi ils faisaient toujours affaire avec le même fournisseur. Des proportions très faibles de répondants ont invoqué d'autres raisons, qui sont énumérées dans le diagramme 29.

Diagramme 29 : Raisons invoquées pour ne pas changer de fournisseur de services



WC27. Pourquoi avez-vous continué de faire affaire avec votre fournisseur de services actuel? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants n'ayant pas changé de fournisseur de services.

Les Canadiens âgés de 65 ans et plus (50 %), les répondants détenant au plus un diplôme d'études secondaires (49 %) et les répondants faisant partie d'un ménage à plus faible revenu (44 %) sont plus susceptibles de ne pas avoir changé de fournisseur de services parce qu'ils n'avaient pas de raison de le faire, c'est-à-dire qu'ils sont généralement satisfaits des services offerts par leur fournisseur.

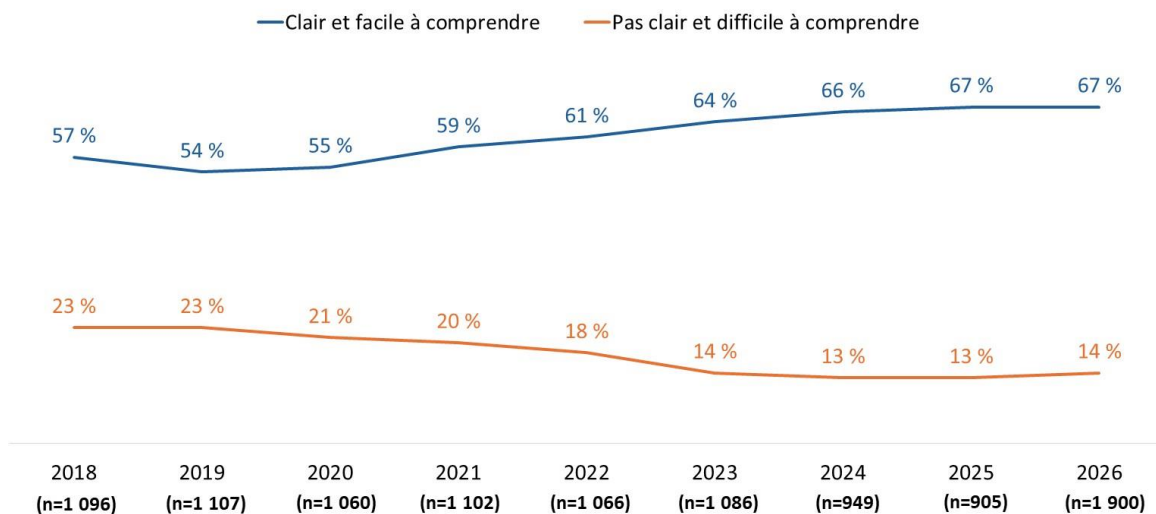
3. Code des fournisseurs de services de télévision

Cinquante-cinq pour cent des Canadiens sondés sont abonnés à un service de télévision par câble, par satellite ou par protocole Internet (IP). Les abonnements sont plus nombreux au Québec (67 %) et moins fréquents dans les territoires (26 %). La probabilité d'être abonné à un tel service augmente également avec l'âge, passant de 28 % chez les répondants âgés de 18 à 34 ans à 81 % chez ceux âgés de 65 ans et plus.

Deux tiers des répondants trouvent leur contrat de télévision clair et facile à comprendre.

Les résultats sont les mêmes que ceux de l'an dernier; deux tiers (67 %) des Canadiens abonnés à un service de télévision trouvent que leur contrat est clair et facile à comprendre.

Diagramme 30 : Clarté des contrats de services de télévision



TVSP1. Dans quelle mesure trouvez-vous que votre contrat de télévision est clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ». Base de référence : répondants ayant un contrat de services télévisuels.

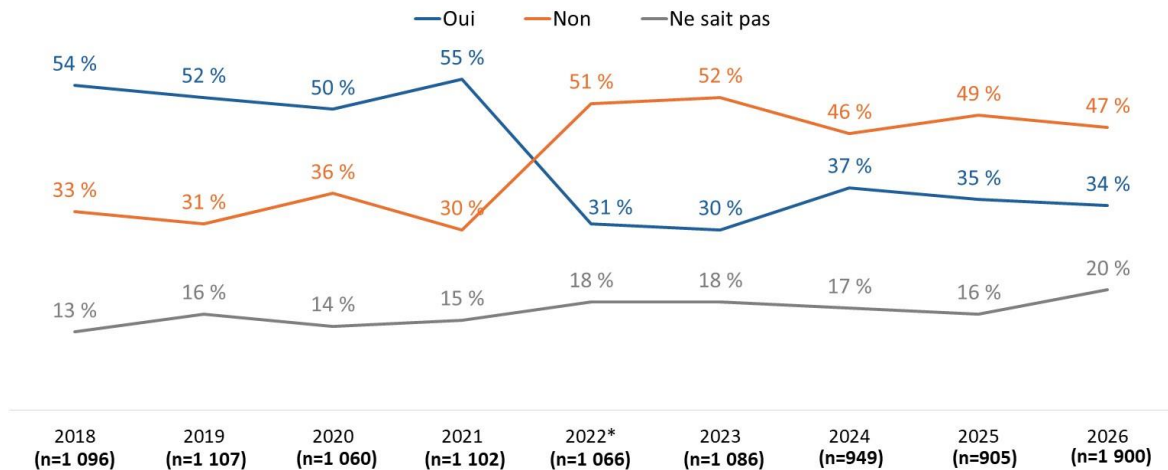
À l'échelle régionale, les résidents du Québec ont plus tendance à déclarer que leur contrat de services de télévision est clair et facile à comprendre (75 %, comparativement à 65 % en Ontario, 68 % dans les Prairies et 53 % en Colombie-Britannique). Les répondants âgés de 18 à 34 ans sont plus susceptibles de déclarer que leur contrat de services de télévision est clair et facile à comprendre (75 %, comparativement à 65 % à 69 % des Canadiens âgés de 55 ans et plus). Les diplômés universitaires (62 %) sont moins susceptibles que les titulaires d'un diplôme collégial (68 %) ou d'études secondaires (72 %) de dire que leur contrat est facile à comprendre.

La connaissance des forfaits de base des fournisseurs de services de télévision demeure faible.

Près de la moitié (47 %) des Canadiens sondés déclarent que leur fournisseur de services ne les a pas informés du forfait de base, tandis que deux sur dix (20 %) ne sont pas certains d'avoir été mis au courant. Seulement environ un tiers (34 %) des répondants disent que leur fournisseur les a informés du forfait de base. En vertu du Code des fournisseurs de services de télévision, les fournisseurs de services de télévision doivent s'assurer que les clients sont au courant de la disponibilité, du prix et du contenu de leur offre d'entrée de gamme (c.-à-d. le forfait de base).

En 2022, cette question a été modifiée pour indiquer clairement que le forfait de base ne devrait pas dépasser 25 \$ par mois, ce qui a donné lieu à une diminution considérable du nombre de Canadiens indiquant avoir été mis au courant.

Diagramme 31 : Connaissance du forfait de base



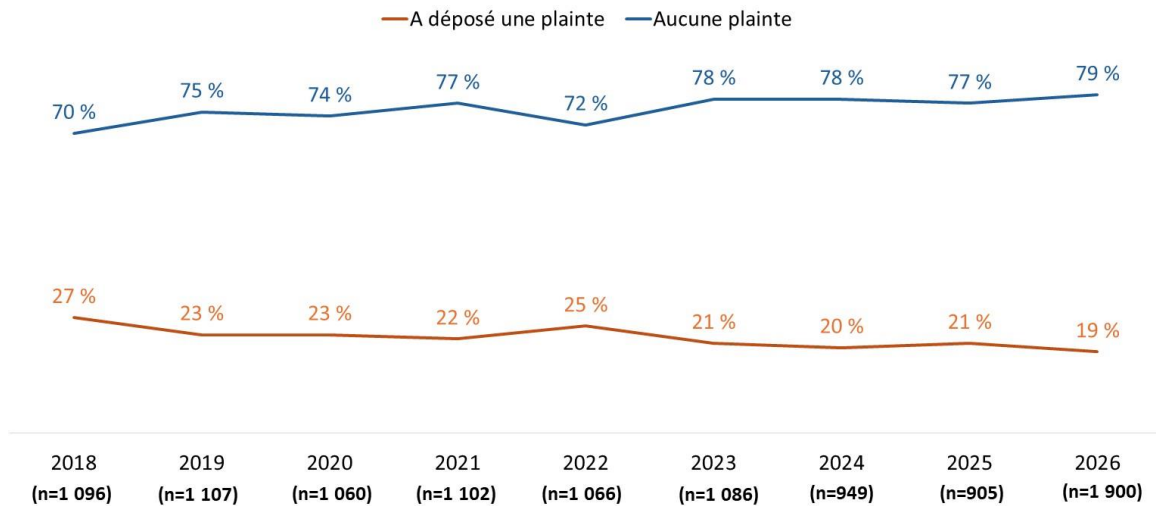
TVSP2. Le Code des fournisseurs de services de télévision exige des fournisseurs qu'ils veillent à ce que les clients connaissent la disponibilité, le prix et le contenu de l'offre de service d'entrée de gamme, qu'on appelle aussi forfait de base. Votre fournisseur de services vous a-t-il informé de son offre d'entrée de gamme, qui est au prix maximal de 25 \$ par mois ? Il peut l'avoir fait par courriel, au téléphone ou au moyen de votre facture mensuelle. *LE LIBELLÉ DE LA QUESTION A ÉTÉ MODIFIÉ en 2023. Base de référence : répondants ayant un contrat de services télévisuels.

Les répondants du Québec (47 %) sont les plus susceptibles de déclarer avoir été informés de l'offre d'entrée de gamme de leur fournisseur. En revanche, les Canadiens âgés de 18 à 34 ans sont moins nombreux à avoir été informés (28 %) comparativement aux répondants âgés de 35 ans et plus (49 %). De plus, les répondants qui connaissent les codes de protection des consommateurs (43 %) sont plus susceptibles que ceux qui ne les connaissent pas (32 %) de se souvenir d'avoir été informés du forfait de base offert par leur fournisseur.

Deux répondants sur dix ont déposé une plainte contre leur fournisseur de services de télévision; la principale raison invoquée demeure les services inadéquats.

Le nombre de plaintes concernant les services de télévision reste faible, et la tendance à plus long terme révèle une baisse, passant de 27 % il y a près d'une décennie à 19 % cette année. La probabilité de déposer une plainte est plus élevée chez les répondants âgés de 65 ans et plus (25 %) et de 55 à 64 ans (20 %). En revanche, les répondants au Québec (87 %) sont plus susceptibles de ne pas avoir déposé de plainte concernant leurs services de télévision au cours des 12 derniers mois.

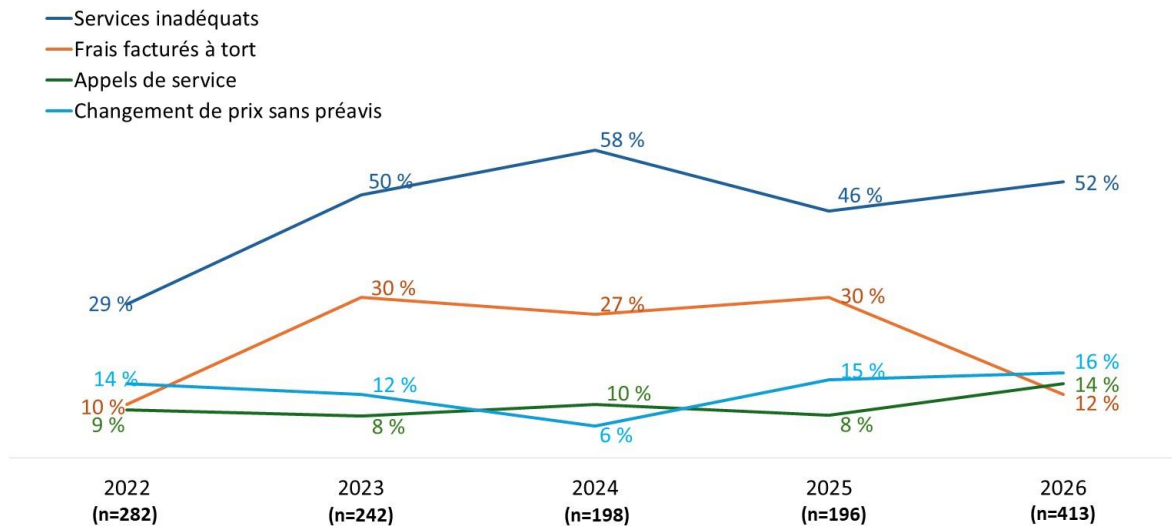
Diagramme 32 : Plaintes visant un fournisseur de services de télévision au cours des 12 derniers mois



TVSP3. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services de télévision? Base de référence : répondants ayant un contrat de services télévisuels.

Parmi les répondants ayant déposé une plainte auprès de leur fournisseur de services de télévision (n=413), 52 % se sont plaints de services inadéquats, alors que des proportions beaucoup plus faibles se sont plaints de modifications à la tarification ou au forfait de chaînes sans préavis (16 %), d'appels de service (14 %) et de frais facturés à tort (12 %, soit une baisse par rapport à 30 % en 2025)³.

Diagramme 33 : Motifs des plaintes visant les fournisseurs de services de télévision



TVSP4. Votre plainte était à quel sujet? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants ayant un contrat de services télévisuels et ayant déposé une plainte.

³ Les lecteurs devraient garder en tête que ces résultats se fondent sur des échantillons de plus petite taille. Des échantillons de plus petite taille donnent des résultats plus variables et on peut le constater lorsqu'on compare les résultats au fil du temps.

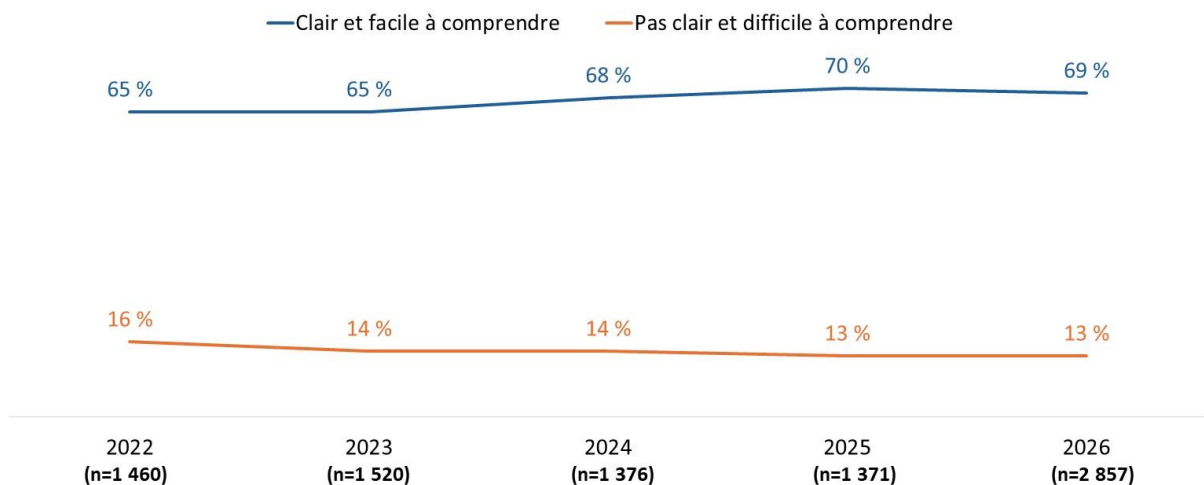
4. Code sur les services Internet

Quatre-vingt-douze pour cent des Canadiens ont déclaré que leur ménage était abonné à un service Internet résidentiel. Bien que les taux d'abonnement dans l'ensemble demeurent très élevés, les Canadiens plus âgés et ceux faisant partie de ménages à plus faible revenu sont un peu moins susceptibles de souscrire à un tel service. Plus précisément, 88 % des répondants âgés de 65 ans et plus ont déclaré avoir un service Internet résidentiel comparativement à 94 % des répondants âgés de 18 à 64 ans. De même, 83 % des ménages touchant un revenu annuel inférieur à 40 000 \$ déclarent souscrire à un service Internet résidentiel comparativement à 95 % des ménages gagnant un revenu plus élevé.

La plupart des répondants ont trouvé leur contrat de services Internet clair et facile à comprendre.

Les résultats sont les mêmes qu'en 2025. Sept Canadiens sur dix (69 %) ayant un service Internet résidentiel disent que leur contrat est clair et facile à comprendre, tandis que 13 % trouvent qu'il n'est pas clair et qu'il est difficile à comprendre.

Diagramme 34 : Facilité à comprendre le contrat de services Internet



IC1. Dans quelle mesure trouvez-vous votre contrat Internet clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle de sept points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ». Base de référence : répondants abonnés à un service Internet.

Les répondants de la Colombie-Britannique (59 %, comparativement à 69 % des répondants du Canada atlantique, 78 % des résidents du Québec, 72 % des répondants habitant dans les Prairies et 80 % des résidents des territoires) ainsi que les titulaires d'un diplôme universitaire (64 %, comparativement à 72 % des abonnés ayant un niveau de scolarité moins élevé) sont moins susceptibles de déclarer que leur contrat de services Internet est clair et facile à comprendre.

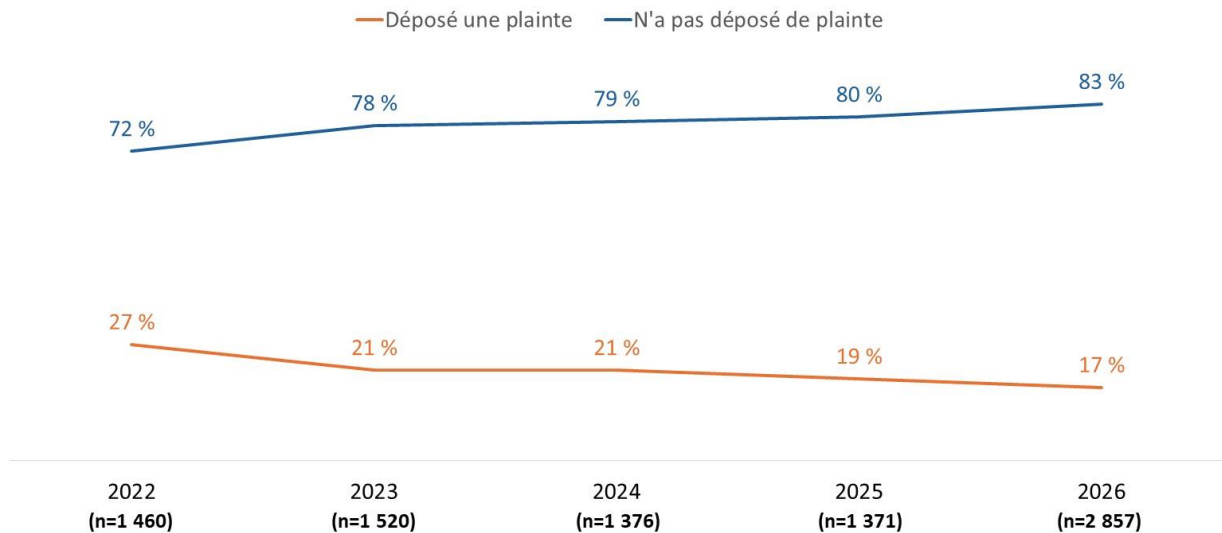
Deux Canadiens sur dix ont déposé une plainte; les services inadéquats étant le principal motif des plaintes.

À l'instar de nos observations concernant le Code sur les services sans fil et le Code des fournisseurs de services de télévision, le nombre de plaintes est relativement faible. Cette année, 17 % des répondants déclarent avoir déposé une plainte au sujet de leurs services Internet au cours des

12 derniers mois. Depuis 2022, la proportion d'abonnés qui portent plainte a diminué progressivement, passant d'un sommet de 27 % à un creux de 17 % cette année.

Tout comme c'est le cas pour le Code sur les services sans fil et le Code des fournisseurs de services de télévision, les plaintes au sujet des services Internet sont beaucoup moins fréquentes au Québec (7 %). Les parents (22 %) et les personnes membres d'un groupe racisé (21 %) sont plus enclins à formuler une plainte.

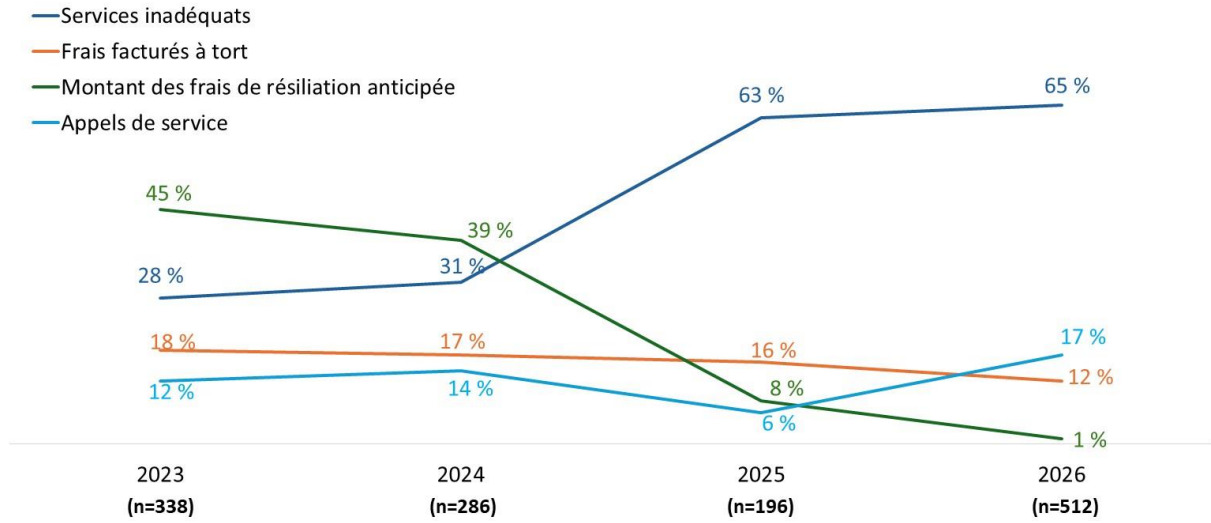
Diagramme 35 : Plaintes déposées au sujet des services Internet au cours des 12 derniers mois



IC2. Avez-vous déposé une plainte concernant vos services Internet au cours des 12 derniers mois? Base de référence : répondants abonnés à un service Internet.

Parmi les répondants ayant déposé une plainte au sujet de leurs services Internet (n=512), deux tiers des répondants ont parlé de services inadéquats, soit la raison la plus fréquemment invoquée. Le résultat est le même que celui de l'an dernier. Les plaintes concernant les appels de service ont augmenté de 11 points de pourcentage, passant de 6 % l'an dernier à 17 % cette année. En revanche, les plaintes concernant les frais de résiliation anticipée ont diminué, passant de 8 % à seulement 1 %.

Diagramme 36 : Nature de la plainte au sujet du service Internet



IC3. Quel était le motif de votre plainte? [Plusieurs réponses acceptées] Base de référence : répondants abonnés à un service Internet et ayant déposé une plainte.

5. Perception des Canadiens au sujet du CRTC

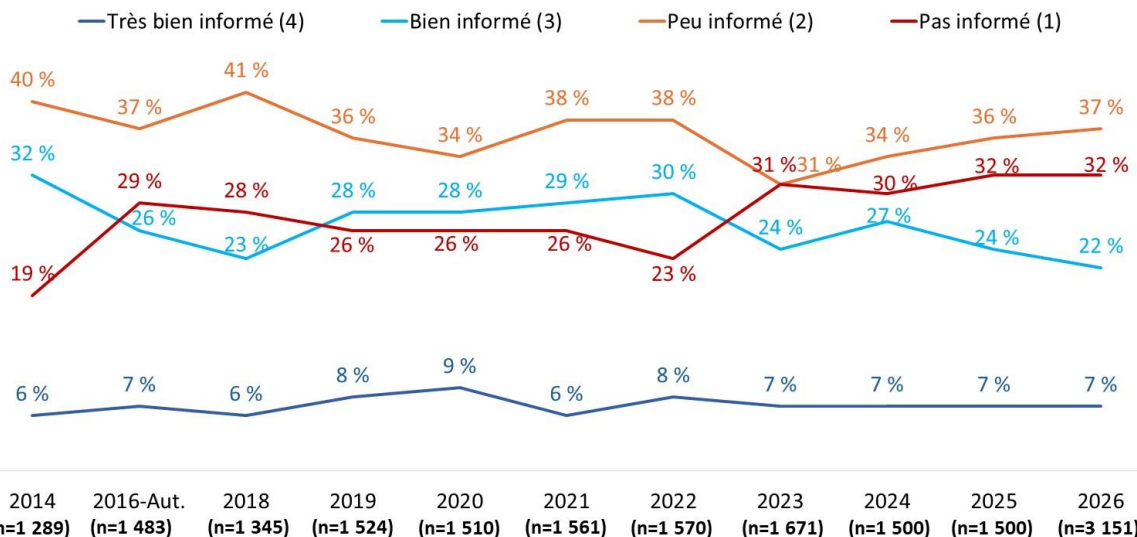
Tous les répondants ont été invités à répondre à une série de questions sur le CRTC. En guise d'introduction aux questions, les répondants ont été informés de ce qui suit :

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.

La mesure dans laquelle les Canadiens s'estiment renseignés sur le rôle et le mandat du CRTC a subi des fluctuations au fil du temps.

Environ trois Canadiens sur dix s'estiment bien informés (22 %) ou très bien informés (7 %) au sujet du mandat et du rôle du CRTC. Le résultat n'a pratiquement pas changé depuis l'an dernier. De manière plus générale, malgré de légères fluctuations d'une année à l'autre, les connaissances relatives au CRTC n'ont pas augmenté de façon importante au cours de la dernière décennie. En 2016, 33 % des répondants ont dit qu'ils étaient renseignés et 66 % se disaient mal informés. Cette année, 29 % des répondants se disent informés, tandis que 69 % affirment le contraire.

Diagramme 37 : Mesure dans laquelle les répondants sont informés au sujet du rôle et du mandat du CRTC



C1. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous informé au sujet du mandat et du rôle du CRTC? Base de référence : tous les répondants.

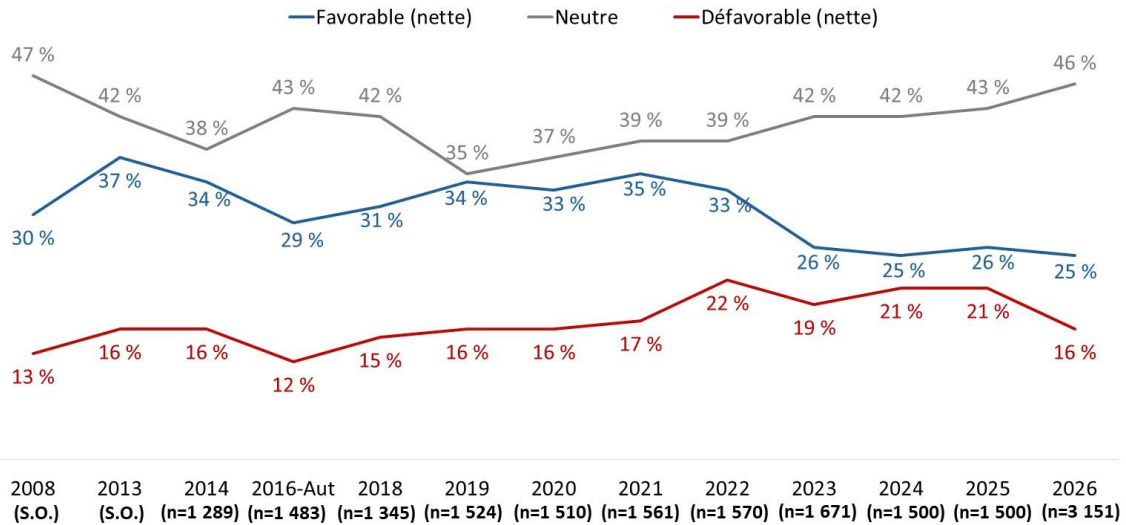
Les groupes suivants sont plus susceptibles de dire qu'ils ne sont pas informés : les répondants âgés de 18 à 34 ans (82 %), les titulaires d'un diplôme collégial (70 %) et d'études secondaires (70 %), les répondants faisant partie d'un ménage à plus faible revenu (74 %), les membres de populations racisées (71 %), les répondants qui ne connaissent pas les codes de protection des consommateurs (72 %) et les répondants ayant une perception défavorable du CRTC (64 %).

Les perceptions concernant le CRTC vont de neutres à favorables.

Tout comme dans les années précédentes, bon nombre de répondants (46 %) indiquent avoir une perception neutre du CRTC et la proportion de répondants de cet avis a progressivement augmenté

depuis 2019. En revanche, un quart des répondants (25 %) ont une perception favorable et 16 % partagent une perception défavorable.

Diagramme 38 : Perceptions concernant le CRTC



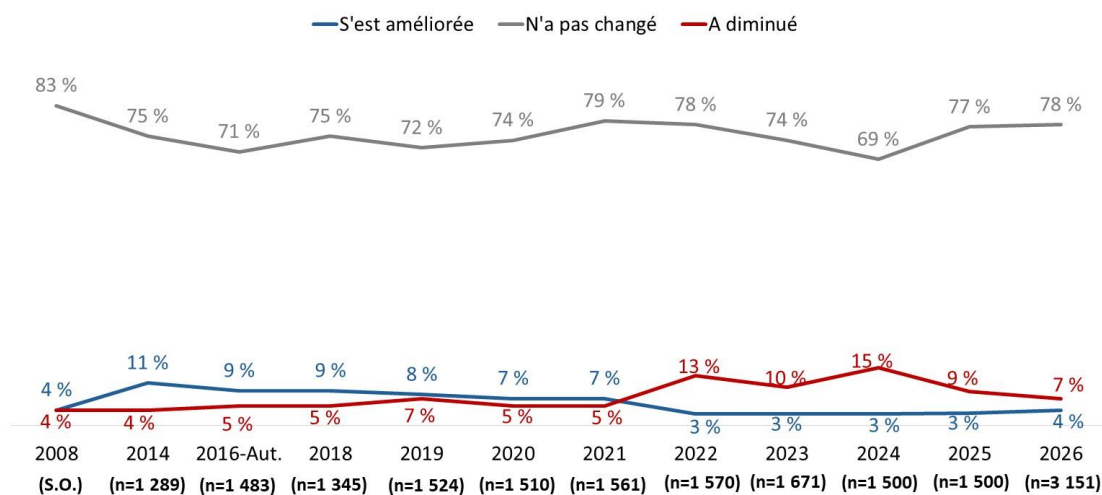
C2. Quelle est votre impression du CRTC? Est-elle...? Base de référence : tous les répondants.

Les répondants du Québec sont plus susceptibles d'avoir une perception favorable du CRTC (31 %) que ceux de la Colombie-Britannique (23 %), de l'Ontario (24 %) ou des Prairies (24 %). Les perceptions favorables augmentent également avec l'âge, passant de 18 % chez les répondants âgés de 18 à 34 ans à 34 % chez les répondants âgés de 65 ans et plus. Les diplômés universitaires (30 %), les répondants qui se souviennent des codes de protection des consommateurs (39 %) et les répondants déclarant être informés au sujet du CRTC (48 %) sont également plus susceptibles d'avoir une perception favorable.

La plupart des répondants disent que leur perception du CRTC n'a pas changé au cours de la dernière année.

Plus des trois quarts des Canadiens (78 %) disent que leur perception du CRTC n'a pas changé au cours de la dernière année. Parmi les autres, 7 % disent avoir une moins bonne perception et 4 % déclarent avoir une meilleure perception.

Diagramme 39 : Perceptions concernant le CRTC au cours de la dernière année



C3. Au cours de la dernière année, est-ce que votre opinion du CRTC [...]. Base de référence : tous les répondants.

6. Profil des répondants au sondage

Les tableaux suivants présentent les caractéristiques des répondants (en utilisant les données pondérées).

Provinces et territoires	Pourcentage
Ontario	39 %
Québec	23 %
Colombie-Britannique	14 %
Alberta	8 %
Manitoba	5 %
Saskatchewan	5 %
Nouvelle-Écosse	2 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Yukon	0,2 %
Territoires du Nord-Ouest	0,1 %
Nunavut	0,2 %

Genre	Pourcentage
Femme	51 %
Homme	48 %
Autre genre	1 %
Préfère ne pas répondre	1 %

Niveau de scolarité	Pourcentage
Moins d'un diplôme secondaire ou l'équivalent	4 %
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	21 %
Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers	6 %
Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire	22 %
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	8 %
Baccalauréat	23 %
Diplôme d'études supérieures	15 %
Préfère ne pas répondre	2 %

Revenu du ménage	Pourcentage
Moins de 20 000 \$	5 %
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	9 %
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	11 %
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	11 %
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	13 %
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	16 %
150 000 \$ et plus	20 %
Préfère ne pas répondre	17 %

Âge	Pourcentage
18 à 24 ans	8 %
25 à 34 ans	19 %
35 à 44 ans	15 %
45 à 54 ans	17 %
55 à 64 ans	12 %
65 ans et plus	29 %

Membres de populations racisées	Pourcentage
Membre d'une population racisée	30 %
Pas membre d'une population racisée	69 %
Préfère ne pas répondre	1 %

Utilisation de services	Pourcentage
% des répondants abonnés à un forfait de services sans fil	87 %
% des répondants abonnés à un forfait de services de télévision par câble, satellite ou protocole Internet	55 %
% des répondants abonnés à un service Internet résidentiel	92 %

Annexe

Spécifications techniques

Les spécifications suivantes s'appliquent à la recherche :

- Un sondage téléphonique à composition aléatoire de 15 minutes a été mené auprès d'un échantillon de 3 151 Canadiens âgés de 18 ans et plus entre le 21 novembre et le 21 décembre 2025.
- Afin de faciliter les comparaisons au fil du temps, les questions du sondage étaient identiques ou semblables à celles utilisées pour le sondage de la recherche sur l'opinion publique (ROP) concernant le Code sur les services sans fil mené en 2014.
- Le questionnaire a été programmé à l'aide d'un système d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur (ETAO) et il a fait l'objet d'un prétest avant le travail sur le terrain pour s'assurer qu'il mesurait ce qu'il devait mesurer et que les répondants comprenaient les questions.
 - Le prétest comprenait dix entrevues en anglais et dix entrevues en français. Aucune modification n'a été apportée après le prétest; par conséquent, les données du prétest ont été incluses dans l'ensemble des données du sondage final.
- Une base d'échantillonnage double chevauchante (ligne fixe et téléphone cellulaire) a été utilisée pour minimiser l'erreur de couverture, qui peut se produire lorsque tous les segments de la population cible ne sont pas inclus dans la base de sondage. La source de l'échantillon était l'échantillonneur ASDE.
 - Soixante pour cent de la base de sondage contenaient des numéros de téléphone cellulaire et les autres numéros étaient associés à des téléphones fixes.
 - Il s'agissait d'un échantillon probabiliste; par conséquent, les résultats peuvent être généralisés à l'ensemble de la population canadienne.
- La base de sondage était disproportionnée sur le plan géographique afin d'améliorer l'exactitude des résultats régionaux.
- D'après la taille de l'échantillon, les résultats globaux peuvent être considérés comme exacts, avec une marge d'erreur de $\pm 1,9\%$, 19 fois sur 20. Les marges d'erreur sont plus grandes pour les résultats relatifs aux sous-groupes de l'échantillon total.
- Le tableau suivant présente les renseignements concernant le résultat final des appels du sondage et le calcul du taux de réponse :

	Total	Ligne fixe	Cellulaire
Nombre total d'appels effectués	246 194	41 377	204 817
Unités hors du champ du sondage – Invalides (I)	121 215	16 737	104 478
Unités non résolues (UNR)	92 663	16 566	76 097
Unités visées par le champ du sondage – Unités non déclarantes (UVND)	32 316	8 074	24 242
Barrière linguistique	614	163	451
Incapable de répondre (maladie/décès)	231	123	108
Rappel (répondant non disponible)	2 398	464	1 934
Refus de répondre	28 415	7 138	21 277
Fin de l'appel par le répondant	658	186	472
Unités visées par le champ du sondage – Unités déclarantes (UD)	3 536	1 438	2 098
Entrevue achevée	3 151	1 203	1 948
Quota atteint	219	177	42
Non admissible – Industrie	124	36	88
Non admissible – Âge	27	17	10
Non admissible – Refus de fournir la région	15	5	10

- Le taux de réponse global s'élève à 3 % (6 % pour l'échantillon des téléphones fixes et 2 % pour l'échantillon des téléphones cellulaires).
 - En utilisant les données du tableau du résultat final des appels (ci-dessus), le taux de réponse est calculé comme suit : $[UD=UD/(UNR+UVND+UD)]$. Le taux de réponse représente donc le nombre d'unités déclarantes (UD) divisé par la somme des unités non résolues (UNR) plus les unités visées par le champ du sondage non déclarantes (UVND) plus les unités déclarantes (UD).
- Les données du sondage ont été pondérées par région, âge et genre en utilisant les données démographiques du Recensement de 2021 de Statistique Canada. La pondération sert à corriger l'échantillonnage régional disproportionné. Les répondants ayant refusé de fournir leur âge ou leur genre se sont vu attribuer une pondération neutre pour ne pas fausser les proportions de la pondération.
- Le tableau ci-dessous montre les proportions pondérées et non pondérées des variables utilisées aux fins de la pondération :

	Sans pondération	Avec pondération
Taille de l'échantillon total :	n=3 151	n=3 151
Région		
Canada atlantique	300	210
Québec	600	717
Ontario	800	1 215

Prairies	825	561
Colombie-Britannique	326	434
Territoires	300	14
Âge		
18 à 34 ans	434	847
35 à 54 ans	889	1 011
55 à 64 ans	544	388
65 ans et plus	1 284	905
Genre		
Homme	1 590	1 516
Femme	1 518	1 592
Autre genre ⁴	23	23

- Une analyse du taux des unités non déclarantes a été effectuée afin d'évaluer le potentiel de biais des unités non déclarantes. Les unités non déclarantes du sondage peuvent biaiser les résultats lorsqu'il y a des différences systématiques entre les répondants au sondage et les non-répondants. Comme on peut le voir dans le tableau ci-dessus, l'échantillon du sondage diffère de la population pour ce qui est de l'âge (comme c'est souvent le cas des sondages téléphoniques menés auprès de la population en général). Les Canadiens de moins de 55 ans étaient sous-représentés dans l'échantillon et les personnes de 55 ans et plus étaient surreprésentées. La pondération a été appliquée pour corriger l'écart entre l'échantillon du sondage et la population.

Toutes les étapes de cette ROP étaient conformes aux normes de l'industrie, y compris les Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages téléphoniques.

⁴ Les échantillons sont trop petits pour être inclus dans la pondération. Les cas se sont vu attribuer une valeur neutre de 1.

Questionnaire du sondage

Partie : Introduction et présélection

Hello/bonjour, je m'appelle [...]. J'appelle au nom de Phoenix SPI, un cabinet de recherche sur l'opinion publique. Nous menons un sondage pour le compte du gouvernement du Canada pour explorer des enjeux qui intéressent les Canadiennes et les Canadiens. Préférez-vous que je continue en anglais ou en français ? / Would you prefer that I continue in English or French?

Il faudra au plus 15 minutes pour répondre au sondage. Vous êtes tout à fait libre d'y participer ou non. Vos réponses demeureront confidentielles et anonymes, et les renseignements fournis seront protégés conformément aux exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, de la *Loi sur l'accès à l'information* et d'autres lois pertinentes.

Le sondage est enregistré dans le service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien.

[NOTE CONCERNANT L'ACCESSIBILITÉ : Si un mode alternatif pour participer au sondage est nécessaire, offrez cette option aux répondants.]

SI L'INTERLOCUTEUR LE DEMANDE : Le numéro d'enregistrement est le suivant : 20251009-PH011 et le lien pour accéder au système est : <https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/?lang=fr>

[ÉCHANTILLON DE RÉPONDANTS JOINTS PAR LIGNE FIXE]

A1a. J'aimerais parler à une personne de votre foyer qui a 18 ans ou plus. Est-ce que ce serait vous ?

01. Oui
02. Non [DEMANDER DE PARLER À LA PERSONNE ADMISSIBLE; RÉPÉTER L'INTRODUCTION]

A1b. Puis-je poursuivre avec le sondage?

01. Oui [PASSER À A3]
02. Non

A1c. À quel moment pourrais-je vous rappeler?

01. Prévoir la date et l'heure du rappel si possible : _____
02. Non/refuse de participer [REMERCIER LA PERSONNE/TERMINER L'ENTRETIEN]

[ÉCHANTILLON DE RÉPONDANTS JOINTS PAR CELLULAIRE]

A2a. Avez-vous 18 ans ou plus?

01. Oui
02. Non [REMERCIER LA PERSONNE/TERMINER L'ENTRETIEN]

A2b. Vous ai-je rejoint sur votre cellulaire?

- 01. Oui
- 02. Non

MESSAGE QUI MET FIN À L'APPEL : Merci d'avoir accepté de répondre au présent sondage, mais vous ne répondez pas aux critères d'admissibilité de l'enquête.

A2c. Vous trouvez-vous à un endroit où vous pouvez parler au téléphone en sécurité et répondre à mes questions?

- 01. Oui
- 02. Non [PASSER À A2e]

REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si vous pensez que le contexte peut poser un danger pour la personne (p. ex. elle conduit un véhicule), entraver sa participation (p. ex. distractions en arrière-plan) ou nuire à sa capacité de répondre ouvertement (p. ex. manque d'intimité), suggérez de reporter l'entrevue.

A2d. Est-ce un bon temps pour répondre au sondage?

- 01. Oui [PASSER À A2f]
- 02. Non

A2e. À quel moment pourrais-je vous rappeler?

- 01. Prévoir la date et l'heure du rappel si possible : _____
- 02. Non/refuse de participer [REMERCIER LA PERSONNE/TERMINER L'ENTRETIEN]

A2f. Votre ménage est-il abonné à un service téléphonique résidentiel, que l'on appelle aussi une ligne fixe?

- 01. Oui [DOUBLE UTILISATION]
- 02. Non [CODER COMME CPO]
- 03. Ne sait pas/pas de réponse

[POSER À TOUS]

A3. [AJOUTER POUR LES RÉPONDANTS JOINTS PAR CELLULAIRE : Je sais que je vous ai joint sur un cellulaire, mais...] Avez-vous votre propre téléphone cellulaire, téléphone intelligent ou autre appareil sans fil ou avez-vous uniquement un appareil fourni et payé par votre employeur?

- 01. Je possède mon propre téléphone portable, smartphone ou autre appareil sans fil
- 02. Je me dispose uniquement d'un appareil fourni et payé par mon employeur
- 03. Je n'ai ni l'un ni l'autre
- 04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse

A4. Votre ménage est-il abonné à un service de télévision par câble, par satellite ou par protocole Internet?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse

[SI L'INTERLOCUTEUR LE DEMANDE : La télévision sur protocole Internet (IPTV) est une façon différente d'obtenir la télévision conventionnelle ; elle est similaire à la télévision par câble ou par satellite. La télévision par protocole Internet est différente de Netflix ou d'autres services de diffusion en continu (la télévision par protocole Internet n'inclut pas Netflix).]

A5. Votre ménage est-il abonné à un service Internet?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse

A6. Est-ce que vous ou un membre de votre ménage ou de votre famille immédiate travaillez dans l'un des domaines suivants? [LIRE LA LISTE]

01. Étude de marché [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
02. Relations publiques, avec les médias ou la publicité [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
03. Entreprise médiatique (presse écrite, radio, télévision) [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
04. Surveillance des médias [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
05. Entreprise de télécommunications [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]
06. Aucune de ces options [CONTINUER]
07. [NE PAS LIRE] Ne sait pas/pas de réponse [REMERCIER LA PERSONNE et TERMINER L'ENTRETIEN]

A7. Quelle est l'année de votre naissance?

01. Inscrire l'année : _____
02. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

A7a. [SI A7=02] Pourriez-vous me dire à quelle catégorie d'âge vous appartenez? [LIRE; ARRÊTER LORSQUE LA PERSONNE FAIT UN CHOIX]

01. 18 à 24 ans
02. 25 à 34 ans
03. 35 à 44 ans
04. 45 à 54 ans
05. 55 à 64 ans
06. 65 ans et plus
07. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

A8. À quel genre vous identifiez-vous? [LIRE LA LISTE]

01. Femme
02. Homme
03. Un autre genre
04. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

A9. Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous? [NE PAS LIRE LA LISTE]

01. Terre-Neuve-et-Labrador
02. Île-du-Prince-Édouard
03. Nouvelle-Écosse
04. Nouveau-Brunswick
05. Québec
06. Ontario
07. Manitoba
08. Saskatchewan
09. Alberta
10. Colombie-Britannique
11. Yukon
12. Territoires du Nord-Ouest
13. Nunavut
14. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

Partie : Code sur les services sans fil

[POSER À TOUS]

I. SOUVENIR DE L'EXISTENCE DES CODES DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS

WC1. Le Code sur les services sans fil, le Code sur les services Internet et le Code des fournisseurs de services de télévision ont été créés afin de simplifier la compréhension des contrats de service et de contribuer à un marché plus dynamique. Dans quelle mesure vous souvenez-vous avoir entendu ou vu quoi que ce soit au sujet des Codes? Diriez-vous que vous vous en souvenez clairement, que vous vous en souvenez vaguement ou que vous ne vous en souvenez pas?

01. S'en souvient clairement
02. S'en souvient vaguement
03. Ne s'en souvient pas
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

INSTRUCTIONS DE PROGRAMMATION :

SI LA RÉPONSE EST « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » POUR LA QUESTION A3 ET « OUI » POUR LA QUESTION A4, PASSER À LA PARTIE SUR LE CODE DES FOURNISSEURS DE SERVICES DE TÉLÉVISION.

SI LA RÉPONSE EST « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » POUR LA QUESTION A3 ET « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » POUR LA QUESTION A4, ET « OUI » POUR LA QUESTION A5, PASSER À LA PARTIE SUR LE CODE SUR LES SERVICES INTERNET IC1.

SI LA RÉPONSE EST « NON » OU « NE SAIT PAS/AUCUNE RÉPONSE » AUX QUESTIONS A3, A4 ET A5, PASSER À LA PARTIE SUR LE CRTC.
POUR TOUS LES AUTRES RÉPONDANTS, CONTINUER.

II. TYPES DE CONTRATS DE SERVICE SANS FIL

Les prochaines questions portent sur votre contrat ou forfait de service cellulaire ou sans fil.

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si la personne répond « Je n'ai pas de forfait, je paie à la carte, à l'utilisation ou de mois en mois », répondre : « La question porte sur l'entente ou le forfait de service sans égard au fait que vous ayez ou non signé un contrat pour une période fixe ou que vous utilisez un service mensuel ou des cartes prépayées. »]

WC2. S'agit-il d'un forfait individuel ou d'un forfait familial ou partagé?

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : En cas de doute quant à la différence, préciser « payez-vous pour une seule personne (forfait individuel) ou partagez-vous un forfait payé conjointement avec votre famille (forfait familial)? »]

01. Forfait individuel [PASSER À WC4]
02. Forfait familial ou partagé
03. [NE PAS LIRE] Autre [PRÉCISER] [PASSER À WC4]
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas [PASSER À WC4]

WC3. [DEMANDER SI WC2 = 02] Combien de membres partagent votre forfait?

01. 2
02. 3
03. 4
04. 5 ou plus
05. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC4. Et s'agit-il d'un forfait mensuel, ou d'un forfait prépayé ou à la carte?

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si la personne n'est pas certaine, dire « si vous payez la facture *après* avoir utilisé votre service sans fil, il s'agit d'un forfait mensuel ou postpayé. Si vous payez *avant* d'utiliser votre service sans fil, il s'agit d'un forfait prépayé ou à la carte. »]

01. Mensuel ou postpayé (payé après)
02. Prépayé ou à la carte (payé à l'avance)
03. [NE PAS LIRE] Autre [PRÉCISER]
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

III. SERVICES COMPRIS DANS LE FORFAIT DE SERVICES SANS FIL

Je voudrais maintenant vous poser quelques questions au sujet des services offerts dans le cadre de votre forfait de services sans fil.

WC5. Lesquelles des fonctions suivantes sont comprises dans votre forfait de services sans fil? [LIRE LES ÉLÉMENTS ET CHOIX DE RÉPONSE]

- a) Minutes d'appel [REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas, dire « C'est ce qui vous permet de faire ou de recevoir des appels téléphoniques. »]
- b) Messages texte [REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas, dire « Cela peut comprendre les messages texte et les messages multimédias, comme les photos ou vidéos envoyées par texto. »]
- c) Données [REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si la personne ne comprend pas le concept des données, dire « C'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil. »]

CHOIX DE RÉPONSE

- 01. Oui
- 02. Non
- 03. Ne sait pas

IV. APPAREILS

WC6. En souscrivant à votre dernier forfait sans fil, avez-vous fourni votre propre appareil, avez-vous fait l'achat d'un nouvel appareil ou avez-vous loué l'appareil auprès de votre fournisseur de service?

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant n'est pas certain de ce qu'on entend par « fourni votre propre appareil », dire « il s'agit d'un forfait pour lequel vous possédez déjà un appareil mobile et achetez simplement un service cellulaire d'une entreprise de télécommunications sans fil. »]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant n'est pas certain de ce qu'on entend par « loué l'appareil », dire « certaines compagnies de téléphonie mobile offrent un rabais monétaire à l'avance si vous acceptez de retourner votre appareil à la fin de votre contrat. »]

- 01. Fourni votre propre appareil
- 02. Acheté un nouvel appareil du fournisseur de service sans fil
- 03. Loué un nouvel appareil du fournisseur de service sans fil
- 04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC7. [POSER SI WC6=02 OU 03] Parmi les éléments suivants, qu'avez-vous fait : [LIRE LA LISTE; ALTERNER L'ORDRE DES CHOIX DE RÉPONSE; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

- 01. Payé le plein prix à votre fournisseur de service sans fil
- 02. Obtenu une réduction sur le prix votre téléphone
- 03. Commencé un onglet de balance
- 04. Sélectionné un plan de location ou de retour d'appareil
- 05. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant n'est pas certain de comprendre le sens d'une balance, dire « lorsque vous achetez un téléphone à un prix initial réduit et que le reste du

coût est porté à votre compte, il s'agit d'une balance, qu'on appelle « tab » en anglais. Chaque mois, une partie du montant facturé sert à payer cette balance. »]

V. SERVICES DE DONNÉES

[POSER SI WC5c=01]

Je voudrais maintenant vous poser quelques questions au sujet des services de données offerts dans le cadre de votre forfait de services sans fil.

WC8. Certains forfaits de services sans fil offrent une utilisation illimitée de données, d'autres, une utilisation limitée. Lorsqu'un forfait comprend une limite de données mensuelles, vous pouvez avoir à payer des frais d'utilisation excédentaire si vous utilisez plus de données dans un mois que ce que prévoit votre forfait. Quelle est la quantité de données présentement incluse dans votre forfait? [NE PAS LIRE LA LISTE]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas le sens de données, dire « c'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil lorsque celui-ci n'est pas connecté au WiFi. »]

01. _____ Mégaoctets (Mo) – PERMETTRE LA SAISIE D'UN CHIFFRE; NE PAS PERMETTRE UN CHIFFRE DE MOINS DE 100
02. _____ Gigaoctets (Go) – PERMETTRE LA SAISIE D'UN CHIFFRE
03. Illimité
04. Aucun – pas de plan de données
05. Ne sait pas

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant indique un nombre de moins de 100 mégaoctets, prière de lui demander s'il fait référence à des mégaoctets ou des gigaoctets. S'il y a confusion, inscrire « Ne sait pas ».]

WC9. [DEMANDER SI WC8=01, 02 ou 03] Lesquelles des méthodes suivantes, s'il y a lieu, utilisez-vous pour gérer ou limiter votre utilisation de données? [LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Utilisation d'outils pour surveiller votre utilisation de données
02. Réduction de l'utilisation de données après avoir reçu un avis que vous approchez la limite
03. Utilisation du Wi-Fi dans la mesure du possible
04. Autre [PRÉCISER]
05. [NE PAS LIRE] Je ne limite pas mon utilisation de données
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC10. [POSER SI WC5c=01 et WC8≠04] Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer votre utilisation de données ou celle de votre famille chaque mois? Veuillez utiliser une échelle à sept points, 1 étant « très difficile » et 7 étant « très facile ».

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si la personne ne comprend pas le concept des données, dire « c'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil. »]

01. 1 – Très difficile
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très facile
08. [NE PAS LIRE] Je n'utilise pas mes données
09. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC11. [POSER SI WC5c=01 et WC8≠04] Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous payé des frais d'utilisation excédentaire de données? [LIRE LA LISTE]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant ne comprend pas le concept des données, dire « c'est ce qui vous permet de naviguer sur Internet, d'accéder à des applications ou de lire vos courriels sur votre appareil sans fil. »]

01. Jamais
02. 1 ou 2 fois
03. 3 à 6 fois
04. 7 à 9 fois
05. 10 à 12 fois
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

VI FACTURES-SURPRISES

WC12. Au cours de la dernière année, avez-vous reçu une facture-surprise, c'est-à-dire une facture étonnamment élevée? [LIRE LA LISTE]

01. Oui
02. Non [PASSER À WC15]
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC13. [POSER SI WC12=01] Quelle était la principale raison des frais élevés de la facture-surprise que vous avez reçue? [NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant indique les frais d'itinérance, déterminer s'il s'agit d'itinérance au Canada ou à l'étranger.]

01. Forfait familial ou partagé – Difficile de gérer l'utilisation
02. Voyages à l'étranger – Frais d'itinérance
03. Voyages au Canada – Frais d'itinérance
04. Frais d'utilisation excédentaire de données
05. Frais de dépassement des minutes d'appel
06. Frais d'interurbain

07. Frais d'utilisation excédentaire de messages texte
08. Problèmes ou erreurs de facturation
09. Frais de configuration ou de service non prévus
10. Autres frais non prévus (frais d'accès au réseau, service 911, etc.)
11. Le forfait ou contrat obtenu n'est pas celui qui a été promis
12. [NE PAS LIRE] Autre (préciser)
13. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC14. [POSER SI WC12=01] Quel était le montant des frais non prévus sur votre facture? [LIRE LA LISTE]

01. Moins de 50 \$ de plus que la facture mensuelle habituelle
02. 50 \$ à 100 \$
03. 101 \$ à 250 \$
04. 251 \$ à 500 \$
05. 501 \$ à 1 000 \$
06. Plus de 1 000 \$
07. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC15. Si vous utilisez votre forfait lorsque vous voyagez, vous pourriez devoir payer des frais d'itinérance. Dans quelle mesure est-il facile pour vous de gérer vos frais d'itinérance lorsque vous voyagez? Veuillez utiliser une échelle à sept points, dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ».

01. 1 – Très difficile
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très facile
08. [NE PAS LIRE] Je ne voyage pas avec mon téléphone
09. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC16. Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous payé des frais d'itinérance à l'étranger? [LIRE LA LISTE]

[REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant n'est pas certain de la signification de frais d'itinérance à l'étranger, dites : « Il s'agit de tout montant supplémentaire que vous avez payé à votre fournisseur de services actuel pour utiliser votre service lorsque vous voyagez à l'extérieur du pays. »]

01. Jamais
02. 1 ou 2 fois
03. 3 à 6 fois
04. 7 à 9 fois
05. 10 à 12 fois
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

VII. PLAINTES

WC17. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services sans fil?

01. Oui
02. Non [PASSER À WC19]
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas [PASSER À WC19]

WC18. [POSER SI WC17=01] Quel était le sujet de votre plainte? [LIRE LA LISTE AU BESOIN; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Renseignements trompeurs sur les modalités du contrat
02. Pratiques de ventes trompeuses ou agressives
03. Frais facturés à tort
04. Légitimité ou montant des frais de résiliation anticipée
05. Services inadéquats
06. Crédit ou remboursement non reçu
07. Frais d'utilisation de données
08. Rupture de contrat
09. Modification du contrat sans préavis
10. Politique d'annulation de 30 jours
11. Déverrouillage du téléphone
12. Rapport de solvabilité
13. Données illimitées
14. Autre [PRÉCISER]
15. Ne sait pas

REMARQUES À L'INTENTION DU SONDEUR : [LIRE AU BESOIN]

- **Renseignements trompeurs sur les modalités :** Ce type de problème englobe des différends liés au contenu d'un contrat, à l'interprétation de celui-ci, au respect des obligations contractuelles par le fournisseur ou à des malentendus concernant les particularités ou les modalités d'un contrat.
- **Pratiques de vente trompeuses ou agressives :** Dans certains cas, les vendeurs fournissent des détails sur des produits ou services sans fil qui ne vous intéressent pas ou qui s'avèrent faux, des offres promotionnelles qui changent au cours du contrat, des offres promotionnelles dont les modalités diffèrent des informations initiales fournies par le fournisseur de services ou des représentants de l'assistance technique qui essaient de vous vendre des produits ou des services lors d'une interaction ou d'un appel de service.
- **Frais facturés à tort :** Par exemple, des plaintes de consommateurs ayant accepté un tarif et à qui on demande plus que le tarif convenu, dont les services sont surfacturés en raison d'une erreur du système de facturation ou dont le tarif facturé diffère de celui annoncé au départ, ou qui reçoivent une facture pour des services payables à l'utilisation qu'ils soutiennent n'avoir pas utilisés.
- **Frais de résiliation anticipée :** Plainte au sujet du montant ou de la légitimité des frais de résiliation anticipée imposés au client à l'annulation du service.

- **Services inadéquats** : Cela peut comprendre l'installation, les services de réparation et de débranchement, ainsi que la qualité du service ou les interruptions déraisonnables de service et le transfert de service d'un fournisseur à un autre.
- **Crédit ou remboursement non reçu** : C'est relativement simple, un remboursement est normalement exigible à l'annulation du service.
- **Frais d'utilisation de données** : Toute plainte au sujet du forfait ou des services de données, y compris des différends au sujet des frais d'utilisation excédentaire de données et de la capacité des utilisateurs d'un forfait familial ou partagé de consentir à dépasser les limites d'utilisation de données.
- **Rupture de contrat** : Cela comprend les différends au sujet de la conformité aux modalités du contrat du client.
- **Modification du contrat sans préavis** : Lorsque le fournisseur de services modifie une modalité importante du contrat du client sans donner d'avis.
- **Rapport de solvabilité** : Ce problème est relatif à la cote de solvabilité ou au recouvrement de dettes d'un client. Par exemple, si des frais sont portés en trop à la facture du client par erreur et que le client ne paie pas le montant en souffrance, cela peut avoir une incidence sur sa cote de solvabilité, il pourrait aussi devoir traiter avec des agences de recouvrement pendant la résolution de la plainte.
- **Données illimitées** : Toute plainte relative à la définition perçue de données illimitées ou à la façon dont les données illimitées sont fournies.

WC19. [POSER SI WC17=01] Auprès de qui avez-vous déposé votre plainte? Était-ce auprès de votre fournisseur de services, de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) ou des deux?

01. Fournisseur de services
02. CPRST
03. Les deux
04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

VIII. CLARTÉ ET EXPLICATIONS

Je voudrais maintenant vous poser quelques questions au sujet de la clarté et de la facilité à comprendre votre contrat de service sans fil.

WC20. Trouvez-vous votre contrat clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle de sept points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

01. 1 – Pas clair du tout et difficile à comprendre
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5

06. 6
07. 7 – Très clair et facile à comprendre
08. [NE PAS LIRE] N'a pas de contrat
09. [NE PAS LIRE] N'a jamais lu le contrat
10. [NE PAS LIRE] Ne se souvient pas
11. [NE PAS LIRE] Pas de réponse/refuse de répondre

WC21. Le Code sur les services sans fil exige des fournisseurs de services qu'ils fournissent une période d'essai pour les nouveaux contrats qui comprennent un appareil et des explications claires sur les frais exigés si vous annulez votre contrat ou votre entente avant la fin du terme. Dans quelle mesure les explications reçues de la part de votre fournisseur de services sur les deux aspects étaient-elles claires? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout » et 7 signifie « très clair ».

01. 1 – Pas clair du tout
02. 2
03. 3
04. 4
05. 5
06. 6
07. 7 – Très clair
08. [NE PAS LIRE] N'a pas de contrat
09. [NE PAS LIRE] N'a jamais lu le contrat
10. [NE PAS LIRE] N'a pas eu de période d'essai
11. [NE PAS LIRE] Ne se souvient pas
12. [NE PAS LIRE] Pas de réponse/refuse de répondre

IX. MODIFICATIONS

WC22. Vous êtes-vous déjà aperçu que votre fournisseur de services a modifié votre forfait sans vous aviser directement des modifications apportées aux modalités?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

[POSER À TOUS]

WC23. Avez-vous changé de fournisseur de services sans fil au cours des deux dernières années?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

WC24. [POSER SI WC23=01] Pourquoi avez-vous changé de fournisseur de services? [NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Fin du contrat
02. Non satisfait du fournisseur de services

03. Un autre fournisseur a présenté une meilleure offre
04. Besoin de remplacer le téléphone
05. Autre [PRÉCISER]
06. Ne sait pas

WC25. [POSER SI WC23=01] Dans quelle mesure a-t-il été facile ou difficile de changer de fournisseur de services? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « très difficile » et 7 signifie « très facile ».

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

WC26. [POSER SI WC25=01, 02 OU 03] Pourquoi vous a-t-il été difficile de changer de fournisseur de services? [NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Problèmes techniques
02. Problème pour garder le numéro de téléphone
03. Coût de résiliation de contrat élevé
04. Ne pouvait obtenir le téléphone voulu
05. Autre [PRÉCISER]
06. Ne sait pas

WC27. [POSER SI WC23=02] Pourquoi avez-vous continué de faire affaire avec votre fournisseur de services actuel? [LIRE LA LISTE AU BESOIN; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Aucune raison de changer/satisfait (en général)
02. Je suis satisfait de la qualité du produit/du service (en général)
03. Je suis satisfait du coût/j'ai actuellement un forfait avantageux
04. Trop compliqué de changer/les changements exigent trop d'efforts
05. Coût de résiliation de contrat élevé
06. J'ai un contrat
07. Je reçois un bon service à la clientèle/satisfait du personnel
08. Je suis un client loyal/j'apprécie la relation
09. Je n'ai pas le choix/c'est le seul fournisseur
10. Aucune raison de changer/je ne peux pas obtenir une meilleure offre d'un autre fournisseur de services
11. J'ai un forfait regroupé avec mon fournisseur de services et ce serait compliqué de changer seulement mon service sans fil
12. Autre [PRÉCISER]
13. Ne sait pas

Partie : Code des fournisseurs de services de télévision

[POSER SI LA RÉPONSE À LA QUESTION A4 ÉTAIT OUI]

Les questions suivantes portent sur votre fournisseur de services de télévision. J'entends par là votre fournisseur de télévision par câble, satellite ou protocole Internet. Veuillez ne pas y inclure les services de lecture en continu comme Netflix.

[INSTRUCTION À L'INTENTION DU SONDEUR : Si le répondant indique qu'il n'a pas de services de télévision par câble, satellite ou protocole Internet, passer à la section suivante.]

TVSP1. Dans quelle mesure trouvez-vous que votre contrat de télévision est clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle à sept points dans laquelle 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

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

TVSP2. Le Code des fournisseurs de services de télévision exige des fournisseurs qu'ils veillent à ce que les clients connaissent la disponibilité, le prix et le contenu de l'offre de service d'entrée de gamme, qu'on appelle aussi forfait de base. Votre fournisseur de services vous a-t-il informé de son offre d'entrée de gamme, qui est au prix maximal de 25 \$ par mois? Il peut l'avoir fait par courriel, au téléphone ou au moyen de votre facture mensuelle.

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

TVSP3. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous porté plainte au sujet de vos services de télévision?

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

TVSP4. [POSER SI TVSP3=01] Votre plainte était à quel sujet ? [LIRE LA LISTE AU BESOIN ; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Renseignements trompeurs sur les modalités du contrat
02. Pratiques de ventes trompeuses ou agressives
03. Frais facturés à tort
04. Légimité ou montant des frais de résiliation anticipée

05. Services inadéquats
06. Crédit ou remboursement non reçu
07. Rupture de contrat
08. Modification du contrat sans préavis
09. Politique d'annulation de 30 jours
10. Rapport de solvabilité
11. Installation
12. Appels de service
13. Changement de prix d'une station ou d'un groupe de canaux sans vous informer à l'avance
14. Autre [PRÉCISER]
15. Ne sait pas

REMARQUE À L'INTENTION DU SONDEUR : LIRE AU BESOIN

- **Renseignements trompeurs sur les modalités du contrat** : Ce type de problème englobe des différends liés au contenu d'un contrat, à l'interprétation de celui-ci, au respect des obligations contractuelles par le fournisseur ou à des malentendus concernant les particularités ou les modalités d'un contrat.
- **Pratiques de vente trompeuses ou agressives** : Dans certains cas, les vendeurs fournissent des détails sur des produits ou services de télévision qui ne vous intéressent pas ou qui s'avèrent faux, des offres promotionnelles qui changent au cours du contrat, des offres promotionnelles dont les modalités diffèrent des informations initiales fournies par le fournisseur de services ou des représentants de l'assistance technique qui essaient de vous vendre des produits ou des services lors d'une interaction ou d'un appel de service.
- **Frais facturés à tort** : Par exemple, des plaintes de consommateurs ayant accepté un tarif et à qui on demande plus que le tarif convenu, dont les services sont surfacturés en raison d'une erreur du système de facturation ou dont le tarif facturé diffère de celui annoncé, ou qui reçoivent une facture pour des services payables à l'utilisation qu'ils soutiennent n'avoir pas utilisés.
- **Légitimité ou montant des frais de résiliation anticipée** : Plainte au sujet du montant ou de la légitimité des frais de résiliation anticipée imposés au client à l'annulation du service.
- **Services inadéquats** : Cela peut comprendre l'installation, les services de réparation et de débranchement ainsi que la qualité du service ou les interruptions déraisonnables de service et le transfert de service d'un fournisseur à un autre.
- **Crédit ou remboursement non reçu** : C'est relativement simple, un remboursement est normalement exigible à l'annulation du service.
- **Rupture de contrat** : Cela comprend les différends au sujet de la conformité aux modalités du contrat du client.
- **Modification du contrat sans préavis** : Lorsque le fournisseur de services modifie une modalité importante du contrat du client sans préavis, y compris les modifications des

options de programmation télévisuelle (p. ex. les chaînes fournies ou les augmentations de tarif).

- **Rapport de solvabilité** : Ce problème est relatif à la cote de solvabilité ou au recouvrement de dettes d'un client. Par exemple, si des frais sont portés en trop à la facture du client par erreur et que le client ne paie pas le montant en souffrance, cela peut avoir une incidence sur sa cote de solvabilité, il pourrait aussi devoir traiter avec des agences de recouvrement pendant la résolution de la plainte.
- **Installation** : Problèmes liés à l'installation des services.
- **Appel de service** : Problèmes liés à un appel de service, y compris les services de réparation, comme le retard du technicien par rapport à la plage horaire prédéterminée ou les frais liés aux appels de service.

Partie : Code sur les services Internet

[POSER SI LA RÉPONSE À LA QUESTION A5 ÉTAIT OUI]

IC1. Dans quelle mesure trouvez-vous votre contrat Internet clair et facile à comprendre? Veuillez utiliser une échelle de sept points où 1 signifie « pas clair du tout et difficile à comprendre » et 7 signifie « très clair et facile à comprendre ».

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

IC2. Avez-vous déposé une plainte concernant vos services Internet au cours des 12 derniers mois?

01. Oui
02. Non [PASSER À C1, SECTION SUR LE CRTC]
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas [PASSER À C1, SECTION SUR LE CRTC]

IC3. [POSER SI IC2=01] Quel était le motif de votre plainte? [LIRE LA LISTE AU BESOIN; ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

01. Renseignements trompeurs sur les modalités de votre contrat
02. Pratiques de vente trompeuses ou agressives
03. Frais facturés à tort
04. Légitimité ou montant des frais de résiliation anticipée

05. Services inadéquats
06. Crédit ou remboursement non reçu
07. Rupture de contrat
08. Modification du contrat sans préavis
09. Politique d'annulation de 30 jours
10. Rapport de solvabilité
11. Installation
12. Appels de service
13. Autre [PRÉCISER]
14. Ne sait pas

Partie : CRTC

[POSER À TOUS]

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.

C1. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous informé au sujet du mandat et du rôle du CRTC?
[LIRE LA LISTE]

01. Très bien informé
02. Bien informé
03. Peu informé
04. Pas informé
05. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

C2. Quelle est votre impression du CRTC? Est-elle : [LIRE LA LISTE]

[RÉPÉTER LA DÉFINITION DU CRTC, AU BESOIN : Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.]

01. Très favorable
02. Quelque peu favorable
03. Neutre
04. Quelque peu défavorable
05. Très défavorable
06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

C3. Au cours de la dernière année, est-ce que votre opinion du CRTC : [LIRE LA LISTE]

[RÉPÉTER LA DÉFINITION DU CRTC, AU BESOIN : Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, est un organisme indépendant du gouvernement chargé de réglementer les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.]

01. S'est améliorée
02. A diminué
03. N'a à peu près pas changé

04. [NE PAS LIRE] Ne sait pas

Partie : Données démographiques

Merci. Nous avons maintenant quelques questions aux fins de classement. Soyez assuré que vos réponses demeureront confidentielles.

D1. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété? [LIRE LA LISTE; ARRÊTER LORSQUE LA PERSONNE FOURNIT UNE RÉPONSE]

01. Moins qu'un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
02. Un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
03. Diplôme d'apprenti ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
04. Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire
05. Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
06. Baccalauréat
07. Diplôme d'études supérieures
08. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D2. Quelle est la première langue que vous avez apprise à la maison et que vous comprenez encore? [LIRE LA LISTE]

01. Français
02. Anglais
03. Autre (PRÉCISER)
04. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D3. En vous incluant, combien de personnes vivent habituellement dans votre ménage?

01. [NOMBRE : VALEUR MIN=1]
02. Préfère ne pas répondre

D4. [POSER SI D3 >1] Êtes-vous le parent ou le tuteur d'un enfant de moins de 18 ans vivant à la maison avec vous? [LIRE LA LISTE]

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D5. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage ? Il s'agit du revenu total combiné de toutes les personnes de votre foyer, avant impôts. [LIRE LA LISTE]

01. Moins de 20 000 \$
02. De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$
03. De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$
04. De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$

05. De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$
06. De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$
07. 150 000 \$ et plus
08. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre situation d'emploi actuelle : [LIRE LA LISTE]

01. Salarié à temps plein (35 heures ou plus par semaine)
02. Salarié à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)
03. Travailleur autonome
04. Sans emploi et en recherche d'emploi
05. Étudiant à temps plein
06. À la retraite
07. À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou au chômage mais n'est pas à la recherche d'un emploi)
08. [NE PAS LIRE] Autre situation d'emploi
09. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D7. Êtes-vous une personne autochtone, c'est-à-dire membre des Premières Nations, Métis ou Inuk (Inuit)? Les Premières Nations comprennent les Indiens inscrits et non inscrits.

01. Oui
02. Non
03. [NE PAS LIRE] Ne sait pas
04. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

D8. Quelle est votre origine ethnique ou culturelle? [NE PAS LIRE; ACCEPTER PLUSIEURS RÉPONSES]

01. Blanc
02. Asiatique du Sud (p. ex. Indien de l'Est, Pakistanais, Sri Lankais)
03. Chinois
04. Noir
05. Philippin
06. Latino-Américain
07. Arabe
08. Asiatique du Sud-Est (p. ex. Vietnamien, Cambodgien, Malaisien, Laotien)
09. Asiatique de l'Ouest (p. ex. Iranien, Afghan)
10. Coréen
11. Japonais
12. Autre
13. Préfère ne pas répondre

D9. Quels sont les trois (3) premiers caractères de votre code postal?

01. Inscrire les trois premiers caractères (XOX)
02. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

Finalement,

D10. [POSER SI A3=01 OU 04] Combien de téléphones cellulaires y a-t-il dans votre ménage, sans compter ceux qui sont payés par un employeur? [LIRE LA LISTE]

- 01. Aucun [SI A3=02 OU 03]
- 02. 1
- 03. 2
- 04. 3
- 05. 4 ou plus
- 06. [NE PAS LIRE] Ne sait pas
- 07. [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

Cela met fin aux questions que je voulais vous poser aujourd'hui. Je vous remercie du temps que vous avez consacré à cette importante étude! Les résultats pourront être consultés sur le site Web de Bibliothèque et Archives Canada [SI ON LE DEMANDE : au <https://www.bac-lac.gc.ca/>].