



# Comprendre la connaissance et la satisfaction des consommateurs à l'égard de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) 2025-2026

## Rapport final

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Nom du fournisseur : Nanos Research

Numéro de contrat : CW2415556

Valeur du contrat : 162 600,41 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution : 2025-08-25

Date de livraison : 2026-02-06

Numéro d'enregistrement : POR 016-25

Pour obtenir plus d'informations sur ce rapport, veuillez communiquer avec le CRTC à l'adresse suivante :  
[ROP-POR@crtc.gc.ca](mailto:ROP-POR@crtc.gc.ca)

This report is also available in English.



Conseil de la radiodiffusion et des  
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and  
Telecommunications Commission

## **Comprendre la connaissance et la satisfaction des consommateurs à l'égard de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) 2025-2026 : rapport final**

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) par Nanos Research

Mars 2026

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès du CRTC. Pour obtenir plus d'informations sur ce rapport, veuillez communiquer avec le CRTC à l'adresse suivante : [ROP-POR@crtc.gc.ca](mailto:ROP-POR@crtc.gc.ca)

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre des Services publics et Approvisionnement Canada, 2026.

Numéro de catalogue: BC92-131/2026F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN): ISBN 978-0-660-99021-7

Aussi disponible en anglais sous le titre *Understanding consumer awareness and satisfaction with the Commission for Complaints for Telecom-television Services (CCTS) 2025-2026: final report.*

Numéro de catalogue: BC92-131/2026E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN): ISBN 978-0-660-99020-0



## Table des matières

<b>Sommaire exécutif .....</b>	<b>2</b>
A. Contexte et objectifs .....	2
B. Méthodologie .....	3
C. Valeur du contrat .....	3
D. Déclaration de neutralité politique et coordonnée .....	3
E. Principaux résultats .....	4
<b>À propos de ce rapport .....</b>	<b>6</b>
<b>Résultats détaillés .....</b>	<b>7</b>
A. Services par abonnement.....	7
B. Résolution des plaintes relatives aux télécommunications .....	9
C. Résolution des plaintes .....	20
D. Expérience avec la CPRST .....	24
E. Connaissance et impressions de la CPRST .....	25
<b>Annexe A: Méthodologie .....</b>	<b>28</b>
<b>Annexe B: Questionnaire du sondage.....</b>	<b>35</b>



## Sommaire exécutif

### A. Contexte et objectifs

Créée en 2007 par plusieurs fournisseurs de services de télécommunication, la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) est un organisme indépendant de protection des consommateurs des services de télécommunication. Son mandat et sa structure ont été approuvés par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Le mandat de la CPRST est de résoudre les plaintes des consommateurs relatives aux services par abonnement à la téléphonie, à Internet et à la télévision et d'en faire rapport. Les fournisseurs de services de télécommunication (FST) et les fournisseurs de services de télévision (FSTV) autorisés sont tenus par le CRTC de participer aux activités de la CPRST. La CPRST est également tenue de résoudre les plaintes relatives aux codes de protection des consommateurs du CRTC,<sup>1</sup> notamment en assurant le suivi des violations aux codes et l'établissement de rapports connexes.

Un aspect essentiel de l'efficacité de la CPRST est la sensibilisation du public, car elle accroît la capacité des consommateurs à faire recours auprès de la CPRST et permet à la CPRST d'aider, autant que possible, la population canadienne. Bien que la CPRST soit la mieux placée pour déterminer les initiatives plus à même d'améliorer la sensibilisation, le CRTC s'attend à ce que la CPRST mesure continuellement l'efficacité de son plan de sensibilisation. De plus, le CRTC exige que les fournisseurs de services utilisent diverses méthodes de communication pour informer les consommateurs au sujet de la CPRST, et s'attend à ce que la CPRST évalue régulièrement la conformité des participants à l'égard de leurs obligations en matière de promotion et poursuive ses activités générales de sensibilisation, y compris la promotion sur les médias sociaux et la diffusion auprès de groupes de consommateurs. La première vague de recherche de référence a été menée en 2024.

Les objectifs précis de la recherche sont les suivants :

- Évaluer le niveau actuel de connaissance des consommateurs sur la CPRST;
- Mesurer le niveau de satisfaction à l'égard de la CPRST auprès des consommateurs qui ont utilisé ses services;
- Comprendre quels sont les autres services ou organismes de traitement des plaintes et de protection des consommateurs que la population canadienne utilise.

---

<sup>1</sup> À l'heure actuelle, la CPRST administre quatre codes de protection des consommateurs : Le Code sur les services sans fil, le Code des FSTV, le Code sur les services Internet et le Code sur les politiques de débranchement et de dépôt (pour la téléphonie résidentielle).



## B. Méthodologie

Le sondage a été mené auprès de 3093 Canadiens, âgés de 18 ans et plus, qui étaient abonnés à au moins un des services suivants : forfaits de service mobile sans fil, forfaits de service téléphonique résidentiel, forfaits de service de télévision ou forfaits de service Internet. Le sondage a été mené à travers le Canada dans chaque province et territoire.

L'échantillon du sondage téléphonique a été sélectionné par recrutement aléatoire par composition aléatoire et à base de sondage double (lignes terrestres et cellulaires) et le sondage a été donné aux répondants par des agents.

Le travail de terrain a été effectué entre le 22 octobre et le 22 décembre 2025. Les détails sur le taux de participation se trouvent à l'annexe A et le questionnaire est fourni à l'annexe B.

La marge d'erreur pour un sondage aléatoire mené auprès de 3093 personnes qui sont abonnées à un service de télécommunication est de plus ou moins 1,7 points de pourcentage, 19 sur 20.

## C. Valeur du contrat

La valeur du contrat était de 162 600,41 \$ (y compris la TVH)

**Nom du fournisseur :** Nanos Research

Numéro de contrat de SPAC : CW2415556

Date du contrat initial : 2025-08-25

Pour obtenir plus d'informations, veuillez communiquer avec le CRTC à l'adresse suivante : [ROP-POR@crtc.gc.ca](mailto:ROP-POR@crtc.gc.ca).

## D. Déclaration de neutralité politique et coordonnée

Cette attestation doit être jointe au rapport final soumis au chargé de projet.

J'atteste, en tant que représentant de Nanos Research, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications du gouvernement du Canada. Plus précisément, les livrables n'incluent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences en matière de partis politiques, la position des partis auprès de l'électorat ou les évaluations de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Nik Nanos

Scientifique en chef des données et président

Nanos Research

[nik@nanos.co](mailto:nik@nanos.co)

(613) 234-4666 poste 237



## E. Principaux résultats

### Processus de résolution des plaintes

Lorsqu'on leur a demandé spontanément à qui ils s'adresseraient pour tenter de résoudre une plainte relative à l'un de leurs fournisseurs de services de communication, une forte majorité des répondants ont déclaré qu'ils s'adresseraient à leur fournisseur de services s'ils avaient une plainte à formuler (81 %, légère baisse par rapport à 84 % en février 2025 et 2024). Conformément aux résultats de février 2025, ce sont 6 % des répondants qui ont déclaré qu'ils effectueraient une recherche en ligne pour savoir quoi faire, tandis que 4 % ont déclaré qu'ils communiqueraient avec le CRTC. Moins de 1 % des répondants ont déclaré qu'ils s'adresseraient à la CPRST.

En examinant l'expérience des répondants qui ont récemment déposé une plainte, la quasi-totalité de ceux qui ont déclaré avoir eu une plainte à formuler à l'encontre de l'un de leurs fournisseurs de services au cours des 12 derniers mois ont indiqué avoir communiqué avec leur fournisseur de services pour tenter de la résoudre (91 %, hausse par rapport à 86 % en février 2025, mais en légère baisse par rapport à 99 % en 2024), tandis que 5 % ont déclaré n'avoir pris aucune mesure (légère baisse par rapport à 9 % en février 2025, et légère hausse par rapport à moins de 1 % en 2024). **Il convient de noter que 1 % ont déclaré avoir communiqué avec la CPRST**, ce qui conforme aux résultats de février 2025 (1 %).

Un peu plus de la moitié des répondants qui ont eu une plainte à formuler et qui ont communiqué avec leur fournisseur de services ont déclaré que celui-ci a été en mesure de résoudre leur plainte (51 %, conforme par rapport à 48 % en février 2025; légère baisse par rapport à 55 % en 2024), ce qui laisse juste en dessous de la moitié des répondants avec des plaintes non résolues par leur fournisseur de services (45 %, 50 % en février 2025; 43 % en février 2024), ou incertains de la résolution de leur plainte par leur fournisseur de services (3 %).

Parmi ceux qui avaient une plainte à formuler mais qui ne l'ont pas déposée auprès de la CPRST, les raisons principales pour ne pas l'avoir fait sont qu'il n'y a pas de résolution/trop compliqué (34 %, hausse par rapport à 12 % en février 2025). Cela a été suivi par ils ont résolu le problème par eux même/le problème ne se produit pas régulièrement (14 %), qu'ils ont porté plainte mais cela n'a pas été résolu/mauvais service client (13 %) ou trop occupés/pas le temps (13 %).

### Références à la CPRST par le fournisseur de services

Une forte majorité des répondants (95 %, 97 % en février 2025 qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte et dont la plainte n'a pas été résolue par leur fournisseur ont déclaré que leur fournisseur de services **n'a pas mentionné** la CPRST comme moyen de résoudre leur plainte. Cela se compare aux 2 % qui ont indiqué que leur fournisseur a mentionné la CPRST et 2 % étaient incertains/ne se souvenaient pas. Cela est cohérent avec les résultats de février 2025 et 2024.

Plus de 9 répondants sur 10 dont la plainte n'a pas été résolue par leur fournisseur de services ont déclaré **ne pas avoir déposé** de plainte auprès de la CPRST (97 %, 95 % en février 2025, 99 % en février 2024), tandis que 2 % en ont déposé une et 1 % étaient incertains ou ne s'en souvenaient pas. Lorsqu'on leur a demandé pourquoi ils n'avaient pas déposé de plainte, les répondants ont souvent indiqué qu'ils n'étaient pas au courant ou ne connaissaient pas l'existence de la CPRST (68 %, cohérent avec 71 % en février 2025 et 64 % en février 2024), qu'ils n'en voyaient pas l'intérêt (9 %), qu'ils ne voulaient pas prendre la peine (5 %) ou qu'ils ne savaient pas trop comment faire (4 %).



## Connaissance et impressions de la CPRST

La connaissance de la CPRST demeure cohérente avec près de 2 sur 10 répondants (19 %) qui ont déclaré avoir déjà entendu parler de la CPRST (cohérent par rapport à 20 % en février 2025; 18 % en février 2024), tandis que 79 % n'en avaient pas entendu parler, et 2 % étaient incertains.

Les répondants qui ont déclaré connaître la CPRST ont le plus souvent indiqué en avoir entendu parler dans les nouvelles (37 %, cohérent par rapport à 39 % en février 2025 et 2024), par une recherche sur Internet (13 %, pareil qu'en février 2025), par la télévision (11 %, pareil qu'en février 2025), les réseaux sociaux (7 %, contre 6 % en février 2025), bouche-à-oreille (6 %, contre 3 % en février 2025) et leur prestataire de services de télécommunications (4 %, contre 5 % en février 2025).

Les impressions à l'égard de la CPRST demeurent stables, avec environ un Canadien sur quatre ayant entendu parler de la CPRST et en a une impression positive (28 % ont attribué une note de 7 à 10, cohérent par rapport à 26 % en février 2025 et à 28 % en février 2024). Moins d'un répondant sur dix en a une impression négative (8 % ont attribué une note de 0 à 3, ce qui correspond aux résultats de février 2025 et à ceux de février 2024, où 12 % des répondants avaient attribué une note négative). Il convient de noter qu'environ un tiers des répondants demeurent indécis quant à leur impression (29 %, cohérent avec les résultats de février 2025 et conformes à 32% en février 2024,).

En ce qui concerne leur impression quant à l'utilité des services de la CPRST, les répondants ont continué d'avoir une opinion plutôt positive, même si les impressions positives ont légèrement diminué de 3 points de pourcentage (35 % ont attribué une note de 7 à 10, en légère diminution par rapport à 38 % en février 2025 et 32 % en février 2024). Moins d'un répondant sur cinq a une opinion négative sur l'utilité de la CPRST (17 % ont attribué une note de 0 à 3, ce qui correspond aux 16 % enregistrés en février 2025 et aux 20 % enregistrés en février 2024). Un répondant sur quatre (25 %) était incertain quant à l'utilité des services de la CPRST à son égard, ce qui correspond aux résultats enregistrés en février 2025 et 2024.

## Type et source de plainte

Un peu moins de trois répondants sur dix (29 %) ont déclaré avoir déposé une plainte concernant leur fournisseur de services au cours des 12 derniers mois (à l'exclusion des plaintes relatives aux tarifs), ce qui est cohérent aux résultats enregistrés en février 2025 (31 %) et en 2024 (32 %). Comme en février 2025 et 2024, les plaintes concernaient le plus souvent le service Internet à domicile (46 % des répondants ayant déposé une plainte, 47 % en février 2025), suivi du service de téléphonie mobile (26 %, 29 % en février 2025) et du service de télévision (23 %, 22 % en février 2025).

En ce qui concerne la nature des plaintes, les répondants ont le plus souvent déclaré que celles-ci portaient soit sur la prestation de services, soit sur des litiges liés à la facturation, ce qui correspond aux résultats des vagues précédentes.



## À propos de ce rapport

Ce rapport débute par un sommaire exécutif des principaux résultats et des conclusions, suivi d'une analyse détaillée des résultats qualitatifs et quantitatifs. Un ensemble de données détaillé intitulé « Tableaux de données » est fourni séparément. Cet ensemble présente les résultats pour toutes les questions du sondage par segments clés tels que la région, l'âge, le genre et les principales communautés.

Les résultats quantitatifs sont exprimés en pourcentages, sauf indication contraire. La quantité de base de l'échantillon correspond à la totalité de l'échantillon n=3093, sauf indication contraire.

Les résultats détaillés sont présentés dans les sections suivantes. Les résultats d'ensemble sont présentés dans la partie principale du document et sont généralement soutenus par des graphiques ou des tableaux présentant les résultats. Les résultats relatifs à la proportion de répondants de l'échantillon qui ont répondu « Ne sais pas » ou qui n'ont pas fourni de réponse peuvent ne pas être indiqués dans les graphiques présentant les résultats dans tous les cas, surtout lorsque leur nombre n'est pas considérable (p. ex. 10 % ou moins). Les résultats nets cités dans le texte peuvent ne pas correspondre exactement aux résultats individuels qui figurent dans les graphiques en raison des arrondissements. La somme des résultats peut ne pas atteindre 100 % en raison des arrondissements ou des réponses multiples.

Les puces sous les graphiques font également référence aux différences importantes entre les sous-groupes de répondants qui appartiennent à différents groupes démographiques.

Les principales tendances démographiques d'intérêt sont décrites tout au long du rapport, dans l'ordre suivant : genre, âge, province ou territoire, revenu, identité ethnique et type de communauté.

Seules les différences démographiques importantes sont présentées.

Les détails de la méthodologie et les caractéristiques de l'échantillon se trouvent à l'annexe A. L'instrument de sondage final se trouve à l'annexe B.



## Résultats détaillés

### A. Services par abonnement

#### Type de service de communication par abonnement

Type de réponse	Service téléphonique résidentiel (n=3 085)	Service de téléphonie cellulaire (n=3 093)	Service de télévision (n=3 093)	Service Internet domestique (n=3 093)	Services groupés (n=3 034)
Oui	49,5 %	93,4 %	64,6 %	94,2 %	52,9 %
Non	49,6 %	6,6 %	33,8 %	5,6 %	43,0 %
Ne sais pas ou pas de réponse	0,9 %	0,1 %	1,6 %	0,3 %	4,2 %

Base : Tous les répondants, n=3 093 Canadiens avec un abonnement à au moins un service de télécommunication.

- F. Votre ménage est-il abonné à un service téléphonique résidentiel, que l'on appelle aussi une ligne fixe?
- G. Avez-vous votre propre téléphone cellulaire, téléphone intelligent ou autre appareil sans fil?
- H. Votre ménage est-il abonné à un service de télévision par câble, par satellite ou par protocole Internet? [SI DEMANDÉ : 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.)]
- I. Votre ménage est-il abonné à un service Internet?
- J. Votre ménage est-il abonné à des services groupés? Par exemple, il peut s'agir d'un service de téléphone fixe et d'un service Internet domestique vendus sous la forme d'un seul forfait groupé.

#### Province ou territoires

- Les répondants de la région de l'Atlantique sont plus susceptibles que l'ensemble des Canadiens de déclarer être abonnés à un service de téléphonie résidentielle (69 % contre 49 %), à un service de télévision (73 % contre 65 %) et à un forfait groupé (70 % contre 53 %).
- Les répondants du Québec sont plus susceptibles que l'ensemble des Canadiens de déclarer être abonnés à un service de télévision (74 % contre 65 %)
- Les répondants des Prairies sont moins susceptibles que l'ensemble des Canadiens de déclarer être abonnés à un service de téléphonie résidentielle (37 % contre 49 %) et à un service de télévision (54 % contre 65 %)
- Les répondants du Nord sont moins susceptibles que l'ensemble des Canadiens de déclarer être abonnés à un service de téléphonie résidentielle (34 % contre 49 %), à un service de téléphonie cellulaire (82 % contre 93 %), à un service de télévision (38 % contre 65 %), à un service Internet résidentiel (71 % contre 94 %) et à un forfait groupé (34 % contre 53 %).

#### Âge

- Les Canadiens plus âgés (48 % de ceux qui ont entre 45 et 54 ans, 64 % de ceux qui ont entre 55 et 64 ans, 80 % de ceux qui ont 65 ans et plus) sont plus susceptibles de déclarer être abonnés à un



service de téléphonie résidentielle que les Canadiens plus jeunes (29 % de ceux qui ont entre 18 et 24 ans, 21 % de ceux qui ont entre 25 et 34 ans, 32 % de ceux qui ont entre 35 et 44 ans).

- Les Canadiens plus âgés (67 % de ceux qui ont entre 45 et 54 ans, 81 % de ceux qui ont entre 55 et 64 ans, 86 % de ceux qui ont 65 ans et plus) sont plus susceptibles de déclarer être abonnés à un service de télévision que les Canadiens plus jeunes (42 % de ceux qui ont entre 18 et 24 ans, 39 % de ceux qui ont entre 25 et 34 ans, 53 % de ceux qui ont entre 35 et 44 ans).
- Les Canadiens plus âgés (61 % de ceux qui ont entre 45 et 54 ans, 62 % de ceux qui ont entre 55 et 64 ans, 72 % de ceux qui ont 65 ans et plus) sont plus susceptibles de déclarer être abonnés à un forfait de services que les Canadiens plus jeunes (23 % de ceux qui ont entre 18 et 24 ans, 30 % de ceux qui ont entre 25 et 34 ans, 50 % de ceux qui ont entre 35 et 44 ans).

## Revenu

- Les Canadiens à faible revenu (moins de 40 000 \$) sont moins susceptibles que l'ensemble des Canadiens de déclarer être abonnés à un service de téléphonie mobile (82 % contre 93 %), à un service Internet à domicile (84 % contre 94 %) et à un forfait de services (42 % contre 53 %).



## B. Résolution des plaintes relatives aux télécommunications

### Méthodes de résolution des plaintes relatives aux services de téléphonie, de télévision et Internet

Une forte majorité des répondants ayant un abonnement à un service de télécommunication ont déclaré qu'ils s'adresseraient à leur fournisseur de services s'ils avaient une plainte à formuler (81 %, en légère diminution par rapport aux 84 % enregistrés en février 2025 et 2024). Conformément aux résultats de 2024, 6 % des répondants ont déclaré qu'ils effectueraient une recherche en ligne pour savoir quoi faire, tandis que 4 % ont déclaré qu'ils communiqueraient avec le CRTC. Moins de 1 % des répondants ont déclaré qu'ils communiqueraient avec la CPRST.

Un peu moins de 3 répondants sur 10 (29 %, ce qui correspond à 31 % en février 2025 et 32 % en février 2024) ont déclaré avoir eu une plainte à formuler à l'encontre du fournisseur de services auquel il était abonné au cours des 12 derniers mois (en excluant les plaintes relatives aux prix). Les plaintes étaient le plus souvent liées au service Internet domestique (46 %, ce qui correspond à 47 % en février 2025) et elles concernaient soit la prestation de services (51%) soit des litiges de facturation pour tous les types de services (37%).

*Q1 – Si vous aviez une plainte à formuler à l'encontre de l'un de vos fournisseurs de services qui offrent des services de téléphonie mobile, de téléphonie résidentielle ou de télévision ou des services Internet, où iriez-vous pour tenter de la résoudre? [QUESTION OUVERTE]*

#### Résolution des plaintes à l'égard des fournisseurs de services

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
Type d'engagement	Total (n=1 230)	Total (n=1 188)	Total (n=2 949)
Communiquer avec le fournisseur de services	84,2 %	84,2 %	80,7 %
Effectuer une recherche en ligne de ce qu'il faut faire ou Google	6,6 %	5,9 %	5,7 %
CRTC	4,5 %	4,4 %	4,5 %
Passer à un autre fournisseur ou changer de fournisseur	1,1 %	3,6 %	2,9 %
Un membre de la famille ou un(e) ami(e)	1,3 %	2,1 %	2,2 %
Aller au magasin ou à l'endroit où je l'ai acheté	1,8 %	2,2 %	2,1 %
Rien ou je ne ferais rien	1,0 %	1,5 %	1,5 %
Organisme gouvernemental (non précisé)	0,9 %	0,4 %	1,1 %
Je n'ai pas eu de problèmes	0,5 %	0,6 %	0,7 %
Bureau de la protection du consommateur	0,9 %	0,9 %	0,6 %
Bureaux d'éthique commerciale	0,2 %	0,3 %	0,5 %
Consulter les médias ou les réseaux sociaux	0,8 %	0,6 %	0,4 %
Essayer de le résoudre par moi-même ou diagnostiquer le problème	0,4 %	0,5 %	0,4 %
Ombudsman	0,6 %	0,3 %	0,3 %
Contacteur mon député local	-	0,3 %	0,3 %
CPRST	0,3 %	0,6 %	0,2 %



Amener à un informaticien ou à un réparateur	0,4 %	0,2 %	0,1 %
Autre	1,5 %	5,9 %	5,9 %
Incertain(e)	7,3 %	6,6 %	8,1 %

Base: Tous les répondants, n=2 949.

### Province ou territoires

- Les répondants de l'Ontario (84 %) et des Prairies (85 %) étaient plus susceptibles de déclarer qu'ils s'adresseraient à leur fournisseur de services que les répondants du Québec (69 %).

### Genre

- Les femmes (84 %) étaient plus susceptibles que les hommes (77 %) de déclarer qu'elles se rendraient chez leur prestataire de services.

### Plaintes récentes relatives aux services de téléphonie, de télévision et Internet

Q2 - Au cours des 12 derniers mois, avez-vous eu une plainte à formuler à l'encontre d'un fournisseur de services auquel vous étiez abonné? Veuillez noter qu'il ne s'agit pas d'une plainte liée au coût mensuel d'un service.

#### Plainte récente relative au fournisseur de services

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
<b>A eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois</b>	<b>Total (n=1 301)</b>	<b>Total (n=1 295)</b>	<b>Total (n=3 093)</b>
Oui	31,5 %	31,3 %	28,5 %
Non	68,1 %	67,9 %	70,8 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	<1 %	<1 %	<1 %

Base: Tous les répondants, n=3 093.

### Provinces ou territoires

- Les répondants du Québec étaient moins susceptibles de déclarer avoir eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois (14 %) par rapport à l'ensemble des répondants (29 %).

### Âge

- Les Canadiens qui ont entre 45 et 54 ans (33 %) étaient plus susceptibles de déclarer avoir eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois que les Canadiens qui ont entre 18 et 24 ans (23 %).

### Revenu

- Les répondants ayant un revenu familial plus élevé (100 000 \$ ou plus) étaient plus susceptibles de déclarer avoir eu une plainte à formuler concernant leur fournisseur de services (31 %) que les répondants ayant un faible revenu (22 % de ceux dont le revenu était inférieur à 40 000 \$).



Q3 - En pensant à votre plainte la plus récente, à quel service la plainte faisait-elle référence? [SÉLECTIONNEZ  
TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

### Plainte relative aux services

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
Type de services	Total (n=406)*	Total (n=417)*	Total (n=880)*
[SI ABONNÉ] Service Internet	49,7 %	46,8 %	45,6 %
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie mobile	24,0 %	28,9 %	25,9 %
[SI ABONNÉ] Service de télévision	22,2 %	22,1 %	23,1 %
[SI ABONNÉ] Services groupés	11,1 %	9,5 %	16,4 %
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie résidentielle	10,1 %	5,2 %	9,8 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	3,0 %	2,5 %	-

Base: Répondants qui ont eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois à l'encontre de leur fournisseur de services de télécommunication auquel ils étaient abonnés, n=880.

\*Basé sur plusieurs mentions

### Province ou territoires

- Les résidents des Territoires étaient plus susceptibles de déclarer que leur plainte concernait les services de téléphonie mobile (42 %) et les services de téléphonie résidentielle (26 %) que l'ensemble des Canadiens (respectivement 26 % et 10 %).
- Les Canadiens du Québec (30 %) étaient plus susceptibles de déclarer que leur plainte concernait les services de télévision (30 %) que les résidents du Nord (14 %) ou de la région de l'Atlantique (14 %).



Q4 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES MOBILES] Quel était le ou les sujets de votre plainte relative à votre service de téléphonie mobile ? [Sélection multiple]

Q6 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDEN­TIELLE] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de téléphonie résidentielle? [Sélection multiple]

Q8 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de télévision? [Sélection multiple]

Q10 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES INTERNET] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service Internet ? [Sélection multiple]

Q12 – [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES GROU­PÉS] Quel était le sujet de votre plainte relative à vos services groupés? [Sélection multiple]

### Cause de la plainte relative aux services (Décembre 2025)

Énoncé	Service de téléphonie mobile (n=231)	Service de téléphonie résidentielle (n=100)	Service Internet (n=360)	Service de télévision (n=237)	Services groupés (n=142)
Prestation de service	50,7 %	72,4 %	72,0 %	66,0 %	48,4 %
Litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)	37,3 %	19,5 %	17,5 %	14,7 %	32,1 %
Respect des termes et engagements du contrat	10,6 %	6,3 %	5,7 %	9,1 %	11,0 %
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements	5,8 %	5,0 %	3,3 %	2,6 %	9,6 %
Le prix (général)	5,8 %	2,7 %	-	3,4 %	10,1 %
Communication (respect, manque d'information, etc.)	1,9 %	-	-	-	-
Problèmes de fraude	0,6 %	-	-	-	-
Le téléphone ne fonctionne pas ou problème de transfert du numéro de téléphone	0,4 %	-	-	-	-
Autre (Préciser)	2,0 %	0,8 %	-	1,6 %	4,8 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	0,2 %	-	7,3 %	2,1 %	-
Problèmes techniques (Coupure d'appel/dysfonctionnement Wi-Fi/fils croisés)	-	8,0 %	-	-	-
Trop de chaînes/chaînes que je ne voulais pas	-	-	-	0,6 %	-
Le fournisseur a réduit le nombre de chaînes disponibles dans le forfait	-	-	-	0,4 %	-

Base: Répondants qui ont eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois à l'encontre d'un fournisseur de services de télécommunication auquel ils étaient abonnés, n=880.

\* REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.



### Service de téléphonie mobile

Énoncé	Fév 2024 (n=94)	Fév 2025 (n=113)	Déc 2025 (n=231)
Prestation de service	41,8 %	50,7 %	50,7 %
Litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)	45,6 %	41,5 %	37,3 %
Respect des termes et engagements du contrat	7,8 %	18,4 %	10,6 %
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements	6,6 %	5,7 %	5,8 %
Coûts (en général)	2,1 %	-	5,8 %
Communication (respect, manque d'information, etc.)	1,9 %	2,1 %	1,9 %
Problèmes de fraude	3,4 %	-	0,6 %
Le téléphone ne fonctionne pas ou problème de transfert du numéro de téléphone	1,3 %	2,1 %	0,4 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	2,3 %	1,4 %	0,2 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant le service mobile auquel ils étaient abonnés, n=231.

### Service de téléphonie résidentielle

Énoncé	Fév 2024 (n=45)	Fév 2025 (n=27)*	Déc 2025 (n=100)
Prestation de service	73,5 %	-	72,4 %
Litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)	24,3 %	-	19,5 %
Coupure d'appels ou dysfonctionnement du Wi-Fi	9,2 %	-	8,0 %
Respect des termes et engagements du contrat	5,3 %	-	6,3 %
Gestion des crédits, dépôts et paiements	4,2 %	-	5,0 %
Coûts (en général)	-	-	2,7 %
Autre	-	-	0,8 %
Appels indésirables	3,9 %	-	-

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant le service de téléphonie résidentielle auquel ils étaient abonnés, n=100.

\* REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.



### Service Internet

Énoncé	Fév 2024 (n=187)	Fév 2025 (n=180)	Déc 2025 (n=360)
Prestation de service	77,8 %	76,4 %	72,0 %
Litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)	16,3 %	14,4 %	17,5 %
Respect des termes et engagements du contrat	9,3 %	6,3 %	5,7 %
Gestion des crédits, dépôts et paiements	4,0 %	3,7 %	3,3 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	4,3 %	4,5 %	7,3 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant le service Internet auquel ils étaient abonnés, n=360.

### Service de télévision

Énoncé	Fév 2024 (n=101)	Fév 2025 (n=107)	Déc 2025 (n=237)
Prestation de service	57,5 %	70,2 %	66,0 %
Litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)	23,8 %	13,5 %	14,7 %
Problèmes techniques ou matériels	15,4 %	5,4 %	14,4 %
Respect des termes et engagements du contrat	6,2 %	7,8 %	9,1 %
Trop cher ou augmentation des frais	-	2,9 %	3,4 %
Gestion des crédits, dépôts et paiements	2,7 %	-	2,6 %
Trop de chaînes ou chaînes que je ne voulais pas	1,6 %	-	0,6 %
Le fournisseur a réduit le nombre de chaînes disponibles dans le forfait	2,4 %	4,9 %	0,4 %
Problèmes avec la méthode de paiement (paiement en ligne, ne reçoit plus de factures papier)	2,3 %	-	-
Autre	-	0,5 %	1,6 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	2,2 %	1,0 %	2,1 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant le service de télévision auquel ils étaient abonnés, n=237.



### Services groupés

Énoncé	2024 (n=47)	2025 (n=45)	Déc 2025 (n=142)
Prestation de service	18,0 %	50,6 %	48,4 %
Litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même)	-	35,7 %	32,1 %
Respect des termes et engagements du contrat	75,4 %	12,4 %	11,0 %
Prix / le prix a augmenté	12,4 %	3,5 %	10,1 %
Gestion des crédits, dépôts et paiements	-	8,2 %	9,6 %
Autre	5,2 %	1,9 %	4,8 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	-	2,5 %	-

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant un forfait de services auquel ils étaient abonnés, n=142.



Q5– [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES MOBILES] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

Q7– [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDEN­TIELLE] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

Q9– [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

Q11– [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES INTERNET] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

[NE PAS LIRE]

Q13– [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES GROU­PÉS] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte?

### Fournisseur de services au moment de la plainte (Décembre 2025)

Fournisseurs – Mentions fréquentes	Service de téléphonie mobile (n=231)	Service de téléphonie résidentielle (n=100)	Service Internet (n=361)	Service de télévision (n=237)	Services groupés (n=142)
Bell	27,0 %	40,5 %	22,7 %	33,4 %	26,9 %
Rogers	20,1 %	15,9 %	28,4 %	29,7 %	32,4 %
Telus	27,6 %	21,9 %	17,3 %	11,1 %	25,0 %
Videotron	2,0 %	-	4,5 %	4,4 %	1,9 %
Chatr	0,9 %	-	-	-	-
Fido	6,0 %	-	-	-	-
Freedom Mobile	2,2 %	-	-	-	-
Koodo	3,9 %	1,7 %	-	-	-
Lucky	0,3 %	-	-	-	-
PC Mobile	1,0 %	-	-	-	-
Virgin	3,0 %	0,5 %	1,2 %	-	-
SaskTel	0,5 %	-	0,8 %	1,4 %	1,1 %
Northwestel	0,2 %	1,5 %	0,2 %	0,8 %	0,1 %
Shaw	0,1 %	1,0 %	4,7 %	4,9 %	2,6 %
Eastlink	-	0,7 %	2,7 %	1,9 %	1,9 %
MTS	-	0,7 %	-	-	-
Xplornet	-	-	0,5 %	-	-
Cogeco	-	-	2,9 %	3,4 %	4,1 %
Access	-	-	-	0,5 %	-
Citywest	-	-	-	0,5 %	-
Seaside Cable	-	-	0,7 %	-	-
Valley Fibre	-	-	0,5 %	-	-
Autre	3,0 %	-	5,1 %	1,6 %	0,3 %
Incertain(e) ou je préfère ne pas répondre	2,3 %	15,8 %	7,7 %	6,6 %	3,6 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant un service de télécommunication auquel ils étaient abonnés, n=880.

\*REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.



### Service mobile

Fournisseurs – Mentions fréquentes	Fév 2024 (n=94)	Fév 2025 (n=112)	Déc 2025 (n=231)
Telus	18,3 %	24,5 %	27,6 %
Bell	25,7 %	29,0 %	27,0 %
Rogers	25,3 %	20,2 %	20,1 %
Fido	8,2 %	7,0 %	6,0 %
Koodo	5,2 %	2,4 %	3,9 %
Virgin	3,6 %	2,6 %	3,0 %
Freedom Mobile/Wind	2,8 %	2,0 %	2,2 %
Videotron	4,4 %	0,7 %	2,0 %
PC mobile	-	-	1,0 %
Chatr	-	1,7 %	0,9 %
SaskTel	0,4 %	2,2 %	0,5 %
Autre	-	1,7 %	3,0 %
Incertain(e) ou je préfère ne pas répondre	4,7 %	2,0 %	2,3 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant le service mobile auquel ils étaient abonnés, n=231.

### Service de téléphonie résidentielle

Fournisseurs – Mentions fréquentes	2024 (n=46)	Fév 2025 (n=26)*	Déc 2025 (n=100)
Bell	38,0 %	-	40,5 %
Telus	22,4 %	-	21,9 %
Rogers	7,9 %	-	15,9 %
Koodo	-	-	1,7 %
Northwestel	2,9 %	-	1,5 %
Shaw	3,5 %	-	1,0 %
Eastlink	1,9 %	-	0,7 %
Incertain(e) ou je préfère ne pas répondre	7,5 %	-	15,8 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant le service de téléphonie résidentielle auquel ils étaient abonnés, n=100.

\* REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.



### Service Internet

Fournisseurs – Mentions fréquentes	Fév 2024 (n=187)	Fév 2025 (n=181)	Déc 2025 (n=361)
Rogers	17,8 %	24,4 %	28,4 %
Bell	29,2 %	20,9 %	22,7 %
Telus	18,3 %	19,6 %	17,3 %
Shaw	2,9 %	7,7 %	4,7 %
Videotron	3,2 %	4,7 %	4,5 %
Cogeco	5,4 %	4,1 %	2,9 %
Eastlink	2,6 %	2,9 %	2,7 %
Virgin	1,0 %	3,3 %	1,2 %
Autre	-	3,0 %	5,1 %
Incertain(e) ou je préfère ne pas répondre	4,3 %	4,4 %	7,7 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant un service Internet auquel ils étaient abonnés, n=361.

### Service de télévision

Fournisseurs – Mentions fréquentes	Fév 2024 (n=101)	Fév 2025 (n=107)	Déc 2025 (n=237)
Bell	30,4 %	20,5 %	33,4 %
Rogers	29,8 %	38,3 %	29,7 %
Telus	12,3 %	10,6 %	11,1 %
Shaw	2,6 %	9,8 %	4,9 %
Videotron	4,6 %	5,1 %	4,4 %
Cogeco	7,7 %	6,5 %	3,4 %
Eastlink	3,0 %	3,5 %	1,9 %
SaskTel	1,8 %	2,0 %	1,4 %
Autre	-	2,0 %	1,6 %
Incertain(e) ou je préfère ne pas répondre	3,5 %	1,7 %	6,6 %

Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant un service de télévision auquel ils étaient abonnés, n=237.



### Services groupés

<b>Fournisseurs – Mentions fréquentes</b>	<b>Fév 2024 (n=47)</b>	<b>Fév 2025 (n=44)</b>	<b>Déc 2025 (n=142)</b>
Rogers	27,1 %	29,4 %	32,4 %
Bell	32,2 %	25,1 %	26,9 %
Telus	18,6 %	23,4 %	25,0 %
Cogeco	4,9 %	-	4,1 %
Shaw	2,1 %	6,7 %	2,6 %
Eastlink	1,1 %	3,8 %	1,9 %
Videotron	6,0 %	-	1,9 %
SaskTel	1,7 %	2,0 %	1,1 %
Incertain(e) ou je préfère ne pas répondre	4,9 %	7,0 %	3,6 %

*Base: Répondants ayant eu une plainte à formuler au cours des 12 derniers mois concernant un forfait de services auquel ils étaient abonnés, n=142.*



## C. Résolution des plaintes

Une très forte majorité de Canadiens ayant signalé avoir eu une plainte à formuler à l'encontre du fournisseur de services auquel ils étaient abonnés au cours des 12 derniers mois ont indiqué avoir communiqué avec leur fournisseur de services pour tenter de résoudre la plainte (91 %, en augmentation par rapport à 86 % en février 2025 mais en baisse par rapport à 99 % en 2024), tandis que 5% ont déclaré n'avoir rien fait (une légère baisse par rapport à 9 % en février 2025, mais une légère augmentation par rapport à moins de 1 % des Canadiens en 2024). Les principales raisons mentionnées pour ne pas avoir pris de mesures étaient le manque de solution / trop compliqué (34 %, contre 12 % en février 2025), avoir réglé la solution par eux-mêmes / que le problème ne se produit pas régulièrement (14 %), le fait d'avoir porté plainte sans obtenir de solution / un mauvais service à la clientèle (13 %) ou le fait d'être trop occupé / de ne pas avoir le temps (13 %).

Un peu plus de la moitié des répondants ont signalé que leurs fournisseurs de services ont pu résoudre leurs plaintes (51 %, consistant avec les 48 % en février 2025 et 55 % en 2024), laissant un peu plus d'une plainte sur deux non résolue par le fournisseur (45 %) ou incertain(e) si le fournisseur a résolu la plainte (3 %).

A noter, cohérent avec 2025, plus de neuf répondants sur dix (95 %, 97 % en février 2025, 96 % in février 2024) qui ont contacté leurs fournisseurs à propos d'une plainte et dont le fournisseur n'a pas résolu la plainte signale que leur prestataire **ne les a pas dirigés** vers la CPRST comme moyen de régler une plainte non résolue.

En surcroît, plus de neuf sur dix signalent qu'ils **n'ont pas soumis** de plainte à la CPRST (97 %, similaire à 95 % en février 2025, 99 % en 2024), citant le plus souvent qu'ils n'étaient pas au courant / ne connaissaient pas la CPRST (68 %, cohérent avec 71 % en février 2025 et 63 % in février 2024).

Q14 – [SI AVAIT UNE PLAINTÉ] Qu'avez-vous fait pour tenter de résoudre la plainte ? [ALÉATOIRE][SÉLECTIONNER TOUT CE QUI APPLIQUE]

### Mesures prises pour résoudre la plainte

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
Énoncé	Total (n=407)	Total (n=418)	Total (n=897)
Contacté votre prestataire de services	99,1 %	85,8 %	90,6 %
N'a rien fait ou n'a pas agi	<1 %	9,1 %	5,4 %
Changement de fournisseur / service annulé*	-	3,0 %	2,2 %
Communiqué avec la CPRST	-	1,0 %	1,2 %
Communiquer avec le CRTC	-	0,6 %	1,0 %
Réglé le problème moi-même (réinitialisé le routeur, réinitialisé le téléphone, etc.)*	-	0,7 %	0,6 %
Demandé de l'aide à la famille / aux amis	0,8 %	<1 %	<1 %
Google / recherche Internet	<1 %	<1 %	<1 %
Autre	<1 %	2,4 %	1,5 %
Incertain(e) / je ne me souviens pas	-	0,7 %	0,6 %

\*Nouvelle catégorie dans la vague de 2025

Base: Répondants ayant eu une plainte concernant le service de télécommunication auquel ils ont souscrit au cours des 12 derniers mois, n=897.



## Province/territoire

- Les répondants du Québec (8 %) sont plus susceptibles de contacter la CPRST que les Canadiens en général (1 %) pour essayer de résoudre leurs plaintes.

### Raisons pour lesquelles aucune mesure n'a été prise pour résoudre la plainte

Q15– [SI N'A PAS DÉPOSÉ DE PLAINTE] Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte ? [QUESTION OUVERTE]

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
Énoncé	Total (n=22)*	Total (n=32)	Total (n=48)
Aucune résolution / trop compliqué	-	11,6 %	33,7 %
Je l'ai réglé moi-même/ cela n'arrive pas régulièrement	-	14,3 %	14,4 %
S'est plaint, mais le problème n'a pas été réglé / mauvais service à la clientèle	-	10,9 %	13,4 %
Trop occupé(e) / pas le temps	-	22,1 %	13,1 %
Ne savais pas quoi faire / manque d'informations	-	14,5 %	11,4 %
Le problème sera réglé	-	2,1 %	8,3 %
Incertain(e) / je ne me souviens pas	-	24,4 %	-

\*REMARQUE : Ces données ont été supprimées en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.

Base: Répondants ayant eu une plainte concernant le service de télécommunication auquel ils ont souscrit au cours des 12 derniers mois mais qui n'ont pas pris d'action pour le résoudre, n=48.

Q16 – Votre fournisseur de services a-t-il été en mesure de résoudre votre plainte à votre satisfaction ? [S'IL A CONTACTÉ LE FOURNISSEUR À Q14]

### Fournisseur de services capable de résoudre la plainte

	2024	Fév 2025	Déc 2025
Le fournisseur de services a résolu la plainte	Total (n=369)	Total (n=359)	Total (n=798)
Oui	54,9 %	48,4 %	51,1 %
Non	42,6 %	49,5 %	45,5 %
Incertain(e)/ je ne me souviens pas	2,5 %	2,1 %	3,4 %

Base: Répondants ayant contacté leur fournisseur de services à propos d'une plainte au cours des 12 derniers mois, n=798.

## Province/territoire

- Les répondants des territoires (66 %) étaient plus susceptibles de signaler que leurs prestataires de service ont pu résoudre la plainte à leurs satisfactions que les Canadiens vivant en Colombie-Britannique (43 %) ou en région atlantique (46 %).



Q17 – Votre fournisseur de services vous a-t-il renvoyé à la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)? [SI NON OU INCERTAIN(E) À Q16]

**Renvoi des plaintes par le fournisseur de services à la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)**

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
<b>Énoncé</b>	<b>Total (n=166)</b>	<b>Total (n=176)</b>	<b>Total (n=372)</b>
Oui	2,1 %	1,2 %	2,1 %
Non	96,3 %	97,1 %	95,4 %
Incertain(e)/ je ne me souviens pas	1,6 %	1,7 %	2,5 %

Base : Répondants qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte au cours des 12 derniers mois et dont la plainte n'a pas été résolue, n=372.

Q18 - [SI LE FOURNISSEUR N'À PAS RÉSOLU LA PLAINTÉ] Avez-vous déposé une plainte auprès de la CPRST?

**Déposer une plainte auprès de la CPRST**

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
<b>A déposé une plainte</b>	<b>Total (n=167)</b>	<b>Total (n=177)</b>	<b>Total (n=380)</b>
Non	98,9 %	95,0 %	96,6 %
Oui	-	2,4 %	2,0 %
Incertain(e)/ je ne me souviens pas	1,1 %	2,7 %	1,3 %

Base : Répondants qui ont communiqué avec leur fournisseur de services au sujet d'une plainte au cours des 12 derniers mois et dont la plainte n'a pas été résolue, n=380.



Q19 - [SI NON À Q18] Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte auprès de la CPRST ? [ALÉATOIRE]

### Raison pour ne pas déposer de plainte auprès de la CPRST

	2024	Fév 2025	Déc 2025
Raison	Total (n=164)	Total (n=171)	Total (n=369)
Je n'étais pas au courant ou ne connaissais pas l'existence de la CPRST	63,3 %	71,2 %	68,2 %
Je n'en voyais pas l'intérêt	11,0 %	8,7 %	8,6 %
Je ne voulais pas prendre la peine	5,9 %	6,7 %	5,4 %
Ma plainte a été résolue ou je n'ai pas eu besoin de le faire	4,3 %	1,4 %	4,1 %
Je n'étais pas certain(e) de comment le faire	6,6 %	5,0 %	3,8 %
Je pensais que mon fournisseur pourrait résoudre le problème / le fournisseur y travaille	2,2 %	0,5 %	3,0 %
Je n'y avais jamais pensé	1,0 %	-	1,8 %
J'ai plutôt changé de fournisseur	1,7 %	0,6 %	0,5 %
Ils n'ont pas aidé auparavant ou j'ai essayé dans le passé*	-	0,6 %	0,3 %
Autre	0,5 %	1,5 %	0,7 %
Incertain(e)	3,6 %	3,8 %	3,5 %

\*Nouvelle catégorie dans la vague de 2025.

Base: Répondants ayant contacté leur fournisseur de services à propos d'une plainte au cours des 12 derniers mois, dont le fournisseur n'a pas résolu la plainte et qui n'ont pas soumis de plainte à la CPRST, n=369.

### Province/territoire

- Les répondants des territoires (28 %) étaient plus susceptibles de dire que la raison pour laquelle ils n'ont pas soumis une plainte par l'intermédiaire de la CPRST était qu'ils ne savaient pas comment faire que les Canadiens en général (4 %).



## **D. Expérience avec la CPRST**

### **Modalités de dépôt d'une plainte auprès de la CPRST**

*Q20 – Comment avez-vous déposé la plainte auprès de la CPRST? [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]*

*REMARQUE : Ces données ont été omises en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.*

### **Résolution de la plainte par la CPRST**

*Q21 – Votre plainte a-t-elle été résolue? [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]*

*REMARQUE : Ces données ont été omises en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.*

### **Satisfaction à l'égard de l'expérience avec la CPRST**

*Q22 – Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à « pas du tout satisfait » et 10 à « très satisfait », dans quelle mesure avez-vous été satisfait de votre expérience avec la CPRST? [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]*

*REMARQUE : Ces données ont été omises en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.*

### **Raison du taux de satisfaction à l'égard de l'expérience avec la CPRST**

*Q23 – Pourquoi avez-vous cette opinion? [OUVERTE] [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18]*

*REMARQUE : Ces données ont été omises en raison d'une taille d'échantillon inférieure à 30.*



## E. Connaissance et impressions de la CPRST

Pres de deux répondants sur dix (19 %) signalent qu'ils ont déjà entendu parler de la CPRST, ce qui est cohérent avec les vagues précédentes (20 % en février 2025, 18% en février 2024). Ceux qui signalent avoir connaissance de la CPRST, disent le plus souvent l'avoir entendu aux nouvelles (37 %, 39 % en février 2025 et février 2024), en faisant une recherche sur Internet (13 %, 13 % en février 2025, 10 % en février 2024), ou à la télévision (11 %, 11 % en février 2025, 8 % en février 2024), tous consistent avec les résultats des deux vagues précédentes.

Les répondants qui connaissent la CPRST ont des opinions très similaires en comparaison avec 2025 et 2024, avec la majorité ayant au moins une perception neutre ou positive de la CPRST (63 %, 63 % en février 2025, 56 % en février 2024). Les impressions concernant l'utilité de la CPRST est légèrement inférieure à la vague précédente mais supérieur à celle de février 2024 avec une moyenne de 5,7 (5,9 en février 2025, 5,3 en février 2024) bien que les répondants continuent d'avoir des opinions diverses sur l'utilité perçue des services de la CPRST pour eux personnellement (35 % attribuent un score de 7 à 10 sur 10; légèrement en baisse par rapport à 38 % en février 2025, 32% en février 2024)

*Q24 - [NE PAS DEMANDER SI A ÉTÉ DÉPOSÉ UNE PLAINTE AU CPRST EN Q18] Avant aujourd'hui, avez-vous entendu parler ou pas la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) ?*

### Connaissance de la CPRST

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
<b>Connaissance</b>	<b>Total (n=1301)</b>	<b>Total (n=1292)</b>	<b>Total (n=3086)</b>
Entendu parler	18,3 %	20,1 %	19,0 %
Pas entendu parler	80,2 %	78,6 %	79,2 %
Incertain(e)	1,5 %	1,3 %	1,8 %

Base: Tous les répondants, n=3086.



Q25 – Où avez-vous entendu parler de la CPRST? [S'IL A SÉLECTIONNÉ A ENTENDU PARLER DE LA CPRST À Q24, OUI À Q18 OU CPRST À Q14]

### Où ils ont entendu parler de la CPRST

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
<b>Comment ils ont pris connaissance de la CPRST</b>	<b>Total (n=268)</b>	<b>Total (n=278)</b>	<b>Total (n=637)</b>
Les nouvelles	39,1 %	38,5 %	36,7 %
Recherche sur Internet	9,6 %	13,4 %	13,3 %
La télévision en général (par exemple, les publicités, etc.)	7,9 %	10,7 %	10,8 %
Les réseaux sociaux	5,3 %	5,9 %	6,6 %
Bouche à oreille	7,9 %	2,5 %	5,8 %
Votre fournisseur de services de télécommunications	2,2 %	4,8 %	3,6 %
Éducation, école ou formation	1,6 %	3,4 %	3,1 %
Le CRTC	2,1 %	1,3 %	2,8 %
La radio	5,2 %	4,1 %	2,7 %
Les journaux	0,6 %	0,2 %	1,5 %
Je les ai contactés dans le passé	-	-	0,3 %
Autre	2,2 %	1,4 %	1,4 %
Incertain(e)/ je ne me souviens pas	14,8 %	12,9 %	11,5 %

Base: Répondants qui ont entendu parler de la CPRST, n=637.

#### Région

- Les résidents du Québec (13 %) sont légèrement moins susceptibles que les résidents de la région atlantique (25 %) de déclarer avoir déjà entendu parler de la CPRST.

#### Âge

- Les répondants plus âgés (plus de 65 ans: 25 %; 55 à 64 ans: 25 %) étaient plus susceptibles d'avoir entendu parler de la CPRST que les répondants plus jeunes (18 à 24 ans: 7 %; 25 à 34 ans: 12 %).



Q26 – Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à une impression très négative et 10 à une impression très positive, quelle est votre impression générale de la CPRST? [S’IL A SÉLECTIONNÉ A ENTENDU PARLER DE LA CPRST À Q24, OUI À Q18 OU CPRST À Q14]

### Impression générale de la CPRST

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
<b>Impression (score de 0 à 10)</b>	<b>Total (n=268)</b>	<b>Total (n=283)</b>	<b>Total (n=637)</b>
Moyenne	5,6	5,7	5,8
Négative (0-3)	11,6 %	7,5 %	7,8 %
Neutre (4-6)	28,4 %	36,8 %	35,4 %
Positive (7-10)	28,1 %	26,4 %	27,8 %
Incertain(e) ou je ne me souviens pas	31,9 %	29,3 %	29,0 %

Base: Répondants qui ont entendu parler de la CPRST, n=637.

Q27 – Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie pas du tout utile et 10 très utile, dans quelle mesure pensez-vous que les services fournis par la CPRST vous seraient utiles?

### Impression général sur l’utilité de la CPRST

	Fév 2024	Fév 2025	Déc 2025
<b>Utilité de la CPRST (score de 0 à 10)</b>	<b>Total (n=1301)</b>	<b>Total (n=1295)</b>	<b>Total (n=3093)</b>
Moyenne	5,3	5,9	5,7
Pas utile (0-3)	20,1 %	15,9 %	16,5 %
Neutre (4-6)	22,8 %	21,7 %	23,8 %
Utile (7-10)	32,1 %	37,8 %	34,5 %
Incertain(e)/ je ne me souviens pas	25,0 %	24,5 %	25,2 %

Base: Tous les répondants, n=3093

#### Province/territoires

- Les répondants en Ontario et dans le nord étaient légèrement plus susceptibles de penser que les services de la CPRST leur seraient utiles (moyenne de 6,0 sur 10 chacun) que les répondants des Prairies (score moyen de 5,3).

#### Revenu

- Les répondants à revenu moyen (revenu du ménage allant de 40 000 \$ à moins de 100 000 \$) étaient plus susceptibles de penser que les services offerts par la CPRST seraient utiles (score moyen de 6,1 sur 10) que les répondants à revenu plus élevé (100 000 \$ ou plus) (moyenne de 5,5).



## Annexe A: Méthodologie

Nanos a mené une enquête téléphonique à composition aléatoire et à base de sondage double (lignes terrestres et cellulaires) auprès de 3,093 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus et qui étaient abonnés à au moins un des forfaits suivants entre le 22 octobre et le 22 décembre 2025: forfaits de service mobile sans fil, forfaits de service téléphonique résidentiel, forfaits de service de télévision, forfaits de service Internet ou forfait de services groupés. Les participants ont été sélectionnés au hasard par téléphone et ont répondu au sondage par l'intermédiaire d'un agent en direct. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés en fonction de l'âge et du genre à l'aide des données du dernier recensement. De plus, l'échantillon a été stratifié géographiquement pour être représentatif du Canada.

Ce projet de recherche est conforme aux modalités des Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada. Toute recherche menée est conforme aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages téléphoniques.

Tous les sondages de Nanos sont enregistrés auprès du Service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) et disposent d'un numéro du Service de vérification des recherches. Ce numéro d'enregistrement peut être utilisé pour vérifier la légitimité du projet de recherche et formuler des commentaires sur ce dernier.

Nanos Research surveille 10 % de tous les travaux sur le terrain à des fins de contrôle et d'assurance de la qualité, conformément aux normes du CRIC, de la European Society for Opinion and Market Research et de l'American Association for Public Opinion Research.

### Caractéristiques de l'échantillon

Le tableau suivant présente la composition de l'échantillon pondéré et non pondéré du sondage.

Caractéristiques démographiques	Non pondérée	Pondérée
Âge	n=3093	n=3034
18-24	203	305
25-34	286	501
35-44	410	499
45-54	446	475
55-64	531	533
65 et plus	1217	721
Genre	n=3093	n=3034
Homme	1677	1463
Femme	1382	1537
Préfère ne pas répondre	34	34
Éducation	n=3093	n=3034
Diplôme d'études secondaires, l'équivalent ou moins	618	539
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme collégial ou professionnel, CÉGEP ou autre certificat ou diplôme non universitaire	1015	994



<b>Caractéristiques démographiques</b>	<b>Non pondérée</b>	<b>Pondérée</b>
Certificat ou diplôme universitaire de premier cycle ou d'études supérieures	1400	1448
Refus ou pas de réponse	60	54
<b>Revenu total du ménage</b>	<b>n=3093</b>	<b>n=3034</b>
Faible revenu (moins de 40 000 \$)	414	369
Revenu moyen (de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$)	1047	973
Revenu élevé (80 000 \$ et plus)	1051	1070
Préfère ne pas répondre	581	622
<b>Région</b>	<b>n=3093</b>	<b>n=3034</b>
Colombie-Britannique	383	419
Prairies	552	533
Ontario	975	1161
Québec	632	702
Atlantique	247	201
Territoires	304	18

## Sélection

Une fois invités, les participants ont répondu à une série de questions de sélection visant à filtrer toute personne qui n'était pas admissible à participer à l'étude. Aux fins de la présente étude, les critères de sélection suivants ont été appliqués :

- Les critères de sélection normalisés de l'industrie constituent le premier ensemble de critères de sélection à avoir été appliqués. L'ensemble comprend plusieurs composantes, dont la première est l'âge. Dans le cas présent, tous les répondants ont confirmé qu'ils étaient âgés de 18 ans ou plus au moment de répondre au sondage. Tout répondant qui avait moins de 18 ans ou qui a refusé de répondre à la question n'a pas été autorisé à répondre au sondage.
- Les répondants ont également été sélectionnés en fonction de leur situation d'emploi et de la situation d'emploi des membres de leur famille immédiate et de leur ménage. Conformément aux normes de l'industrie, tout répondant qui a indiqué être employé, ou avoir des membres de leur famille employés, dans les secteurs des études de marché, de la publicité ou des médias n'était pas autorisé à participer au sondage.
- De plus, les répondants ont également été filtrés en fonction de leurs abonnements aux services de télécommunication, ce qui était requis pour qu'ils soient admissibles au sondage. Les répondants devaient être abonnés à au moins un des services suivants : service de téléphonie cellulaire, service téléphonique résidentiel (ligne fixe), service Internet domestique, service de télévision ou services groupés.



Comme il a été indiqué, les répondants qui entraient dans l'une des catégories ci-dessus ou qui ont déclaré ne pas avoir d'abonnement à des services de télécommunication ont immédiatement été exclus de la recherche ou empêchés de poursuivre et ils n'étaient plus admissibles à participer à l'étude.

### **Dates du travail de terrain**

Le travail de terrain a été mené du 22 octobre au 22 décembre 2025.

### **Marge d'erreur**

La marge d'erreur pour l'échantillon aléatoire de 3 093 Canadiens âgés de 18 ans et plus est de +/- 1,7 % 19 fois sur 20.

### **Conception du questionnaire**

Le questionnaire utilisé était le même que pour la vague de recherche de référence menée en 2025 et à la vague de référence en 2024. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a fourni à Nanos Research les sujets souhaités pour le questionnaire. Cette dernière a ensuite conçu un questionnaire et a fourni des conseils concernant les pratiques exemplaires en matière de conception des questions. Après l'approbation du questionnaire anglais, Nanos Research a traduit le questionnaire en français et le CRTC l'a ensuite examiné.

Nanos a programmé le questionnaire dans un système CATI, puis il a mis à l'essai la programmation en anglais et en français afin d'en assurer l'exactitude avant l'essai préliminaire et le déploiement. Cette procédure a fait en sorte que la logique du sondage reflète bien le questionnaire et que les données soient correctement recueillies. La version définitive du questionnaire du sondage est reproduite à l'annexe B.

### **Durée de l'entrevue**

La durée des entrevues était d'une moyenne de 8 minutes et elle variait entre 5 et 24 minutes.

### **Procédures de pondération**

Notre méthode d'échantillonnage a stratifié la population en fonction de trois variables clés, ce qui a permis la triangulation de l'approche de pondération et a produit une solide représentation géographique et démographique de l'ensemble du pays.

L'échantillon a été stratifié selon trois variables : la région/province, le sexe et l'âge. Des quotas fixes ont été attribués à chaque province, en fonction de la répartition de leur population par rapport au total national.

Afin d'assurer une représentation équilibrée dans chaque province/région, l'échantillon a ensuite été stratifié par sous-région. Cela a permis d'éviter un suréchantillonnage ou un sous-échantillonnage des zones géographiques (p. ex. la ville de Toronto) dans le total provincial.

Dans chaque province, des quotas souples de genre/sexe ont ensuite été établis afin de se rapprocher de la répartition des sexes dans la région. La collecte de données a permis une variance de +/- 5 % pour le sexe dans chaque région, ce qui empêche une surreprésentation des hommes ou des femmes. La troisième variable de stratification était par catégorie d'âge. Les catégories d'âge ont été utilisées pour regrouper les répondants et à des fins de pondération.

Chacune des catégories d'âge a été pondérée, en fonction du sexe et de la province/région, ce qui a produit un ensemble de données qui reflète fidèlement la composition démographique de la population dans son ensemble.



## Contrôles de qualité

Avant le lancement du sondage, un essai préliminaire a été réalisé en ligne auprès de 20 personnes (10 anglophones, 10 francophones). L'objectif de l'essai préliminaire était de s'assurer que le contenu du questionnaire était compréhensible et que la durée de l'entrevue correspondait à la cible, de garantir la comparabilité entre le français et l'anglais, ainsi que de veiller à ce que la logique du sondage se déroule sans heurts. L'essai préliminaire a été réalisé du 22 octobre au 26 octobre, 2025.

À la fin de l'essai préliminaire, Nanos et le CRTC ont examiné les résultats et ont déterminé qu'aucune modification n'était nécessaire. Le sondage a donc été déployé auprès de l'ensemble de l'échantillon.

Entre 10 et 15 % de toutes les entrevues menées par Nanos sont surveillées en direct par un superviseur de terrain de cette dernière sur place au centre d'appels. Les procédures de supervision suivies par Nanos pour garantir la qualité de tous les travaux sur le terrain sont les suivantes.

### Procédures avant le terrain – Téléphone

- Les projets sont dotés des employés les mieux adaptés à la nature et à l'objet du projet.
- Le gestionnaire de terrain :
  - analyse le résumé général du projet, les questionnaires, les exigences en matière d'échantillonnage, les exigences en matière de quota et toute instruction particulière;
  - communique avec le client pour clarifier toute zone d'incertitude;
  - programme méticuleusement le questionnaire dans le système CATI selon la logique du questionnaire et les exigences du projet;
  - teste minutieusement la programmation pour s'assurer que tous les scénarios possibles sont correctement programmés;
  - invite les clients à tester le questionnaire CATI sur leur ordinateur personnel par l'intermédiaire d'un lien Web sécurisé;
  - transmet la structure du fichier de données au client pour approbation avant le début des travaux sur le terrain, au besoin;
  - informe les superviseurs des caractéristiques du projet.
- Les superviseurs de terrain analysent les questionnaires, les quotas et les instructions pour se familiariser et trouver les points à clarifier du point de vue du terrain.
- Au besoin, un essai préliminaire est effectué pour évaluer le déroulement du questionnaire en termes d'ordre des questions, de script et de logique.

### Procédures de terrain – Téléphone

- Les intervieweurs reçoivent une séance d'information approfondie sur le projet, qui comprend les objectifs généraux du projet, la couverture du questionnaire, sa logique et toute instruction particulière dont ils pourraient avoir besoin.
- Grâce à des mises en situation, les intervieweurs se familiarisent avec tous les aspects du questionnaire avant de commencer les entrevues.
- Après les premières heures d'entrevues, une séance de compte rendu est organisée afin d'aborder tous les problèmes rencontrés et de répondre aux questions des intervieweurs.
- Chaque projet fait l'objet d'une supervision de terrain à temps plein; généralement, le ratio entre les intervieweurs et les superviseurs de terrain est de 10-15:1.
- Une surveillance approfondie des entrevues est assurée pendant les premiers jours sur le terrain. Par la suite, au moins 10 % des appels et des entrevues sont surveillés.



- Des rapports de surveillance sont préparés pour chaque entrevue surveillée et une rétroaction immédiate est donnée à l'intervieweur.
- La surveillance audio est effectuée conjointement avec la surveillance vidéo : le superviseur de terrain observe un écran à distance qui affiche exactement ce que l'intervieweur saisit au fur et à mesure de l'entrevue.
- Une surveillance constante, de la rétroaction et une formation continue garantissent le maintien d'une qualité de performance optimale.
- Des validations d'appels sont effectuées en plus de la surveillance des appels. Cela permet de vérifier l'exactitude des données saisies, mais aussi le professionnalisme des intervieweurs. Nanos valide au moins 10 % des réponses en rappelant une sélection aléatoire de répondants.
- Afin d'éliminer les erreurs dues à la non-réponse, Nanos effectue un minimum de 5 tentatives d'appel par échantillon pour les sondages auprès des consommateurs.
- La gestion des quotas et des échantillons est contrôlée automatiquement par le système CATI.
- Lorsqu'environ 10 % des entrevues sont terminées, la logique du questionnaire CATI est vérifiée en utilisant les résultats réels du sondage pour garantir la validité de la programmation.
- Les superviseurs de terrain vérifient quotidiennement les comptes rendus textuels pour garantir la qualité et l'exactitude des commentaires des répondants.
- Les superviseurs de terrain adjoints apportent une aide supplémentaire aux projets en ce qui concerne le suivi, la validation des appels et les contrôles de qualité des comptes rendus textuels.



## Disposition des appels

Le tableau suivant présente la disposition des appels pour le travail sur le terrain.

Disposition des appels du sondage par téléphone	
	Total
Nombre total de tentatives	332388
Hors du champ d'application – invalide	238850
NIS, entreprises, etc.	238850
Non résolu (U)	58314
Pas de réponse, répondeur, etc.	57840
Occupé	474
Non-réponse dans le champ d'application (IS)	31996
Barrière de la langue	347
Rappel	1101
Refus	30548
Terme à l'appel	0
Réponse dans le champ d'application (R)	3228
Complet	3093
Partiels	135
Taux de réponse	3,5%

### Taux de réponse

Le taux de réponse à ce sondage était de 3,5 %. Il a été calculé à l'aide de la formule du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC), qui a été approuvée par le gouvernement du Canada (taux de réponse ou taux de participation =  $R/(U + IS + R)$ ).

### Biais de non-réponse

Premièrement, il existe un risque de biais de non-réponse en raison du profil de l'échantillon de répondants. D'après notre expérience, l'enquête téléphonique à composition aléatoire utilisant une base de sondage double (lignes terrestres et cellulaires) constitue la forme de recherche optimale et la plus fiable qui nécessite le moins de pondération statistique après le travail de terrain. Du point de vue de la recherche, il est avantageux qu'il y ait moins de pondération, car les données demeurent aléatoires et dans leur forme brute, comme elles ont été partagées avec Nanos.

Il existe un risque de sous-couverture pour les personnes qui n'ont pas accès à une ligne terrestre ou cellulaire, car elles ne seront pas incluses dans l'échantillon. Nanos a géré ce biais de non-réponse en vérifiant statistiquement les données démographiques de l'échantillon des participants par rapport à la population canadienne. En cas d'écart valable, l'ensemble des données a été pondéré afin d'être cohérent avec le profil de tous les Canadiens âgés de 18 ans et plus, y compris ceux qui ont, par exemple, un statut socio-économique inférieur. La proportion estimée de Canadiens qui n'ont pas accès à un téléphone cellulaire ou à une ligne terrestre est de 1 %<sup>2</sup>.

Deuxièmement, il y a un risque de biais de non-réponse lié aux réponses en soi. Bien que le profil démographique de l'échantillon reflète la population canadienne, les participants qui n'ont pas répondu

<https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/policymonitoring/2018/cmr1.htm>



pourraient avoir des opinions différentes. Bien qu'il s'agisse d'une possibilité hypothétique, les résultats obtenus par Nanos en ce qui concerne le sentiment économique et politique, qui reflètent très précisément l'opinion et sont en étroite corrélation avec un certain nombre de mesures externes destinées à être examinées, suggèrent que la méthodologie de Nanos comporte peu de biais de non-réponse.

Il existe également un risque de biais de réponse aux appels, c'est-à-dire un biais potentiel lié au profil de la personne qui souhaite répondre au téléphone au sein d'un ménage. Ce problème concerne plus particulièrement l'échantillon de lignes terrestres où la ligne se trouve au sein d'un ménage avec plusieurs répondants adultes admissibles. Il s'agit d'une convention méthodologique qui provient des sondages en personne réalisés dans les quartiers où il y avait une tendance à ce que ce soit un homme qui réponde à la porte. La solution consistait à demander à interroger la personne présente à la maison dont l'anniversaire était le plus proche. Cette solution permet d'améliorer la représentativité et d'éviter les biais liés au profil des personnes qui répondent au téléphone.

Il convient également de noter que la réputation positive de Nanos en tant qu'organisme de recherche le plus fiable au Canada a un impact important à la fois sur les taux de réponse et, à notre avis, sur le biais de non-réponse.

Afin de minimiser la non-réponse, les éléments suivants étaient essentiels :

- Avoir une introduction claire et intéressante qui explique en détail le but de la recherche, qui identifie le CRTC comme l'organisme parrain et qui incite le répondant à participer au sondage.
- L'utilisation de notre numéro sans frais lors des appels sortants afin que les répondants puissent rappeler ultérieurement pour plus d'informations.
- Les intervieweurs ont reçu une formation complète avant le début des entrevues et il leur a été demandé de toujours se présenter de manière amicale, courtoise et professionnelle afin de susciter l'intérêt du répondant et de maximiser les chances de participation.
- Des informations sur l'entreprise, les coordonnées des gestionnaires de terrain principaux ainsi que le numéro d'enregistrement du projet ont été fournis aux répondants qui souhaitaient valider l'authenticité de la recherche.
- Les horaires d'appel ont été modifiés tout au long de la journée d'appel pour augmenter la probabilité de joindre les répondants potentiels qui travaillent par quarts ou le soir et le week-end.
- Brièveté : le sondage avait une durée raisonnable et n'excédait pas la moyenne de 8 minutes.

Le questionnaire était clair et concis. Les questions trop longues ou complexes ont été évitées, car elles auraient pu susciter de la frustration et l'abandon du sondage.



## Annexe B: Questionnaire du sondage

Hello/Bonjour, je m'appelle XXXX. Je vous appelle au nom de Nanos, une firme de recherche sur l'opinion publique. Nous réalisons un sondage pour le gouvernement du Canada afin d'explorer les questions d'intérêt pour les Canadiens.

Cette enquête devrait prendre environ 8 minutes. Votre participation est volontaire et totalement confidentielle. Vos réponses resteront anonymes et seront protégées conformément aux exigences de la *Loi sur la protection de la vie privée*, de la *Loi sur l'accès à l'information* et de toute autre législation connexe.

Ce sondage est enregistré auprès du système de validation des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien.

[REMARQUE SUR L'ACCESSIBILITÉ : Si une autre méthode pour participer au sondage est nécessaire, proposez-la aux répondants.]

Je me demandais si vous pouviez nous faire part de votre opinion et participer à notre enquête.

A. Tout d'abord, avez-vous 18 ans ou plus?

- Oui
- Non (SI LIGNE FIXE - demander s'il y a quelqu'un d'autre de 18 ans ou plus à la maison, si oui – DEMANDER À PARLER À CETTE PERSONNE; RÉPÉTER L'INTRODUCTION AU BESOIN. SI LIGNE CELLULAIRE – Remercier et terminer)

B. Est-ce que vous ou un membre de votre foyer ou de votre famille immédiate travaillez dans l'un des domaines suivants?

- Société d'études de marché [REMERCIER ET TERMINER]
- Relations publiques, relations avec les médias ou publicité [REMERCIER ET TERMINER]
- Toute entreprise de médias tels que la presse écrite, la radio, la télévision [REMERCIER ET TERMINER]
- Suivi des médias [REMERCIER ET TERMINER]
- Toute entreprise de télécommunications [REMERCIER ET TERMINER]
- Aucune de ces réponses [CONTINUER]
- [NE PAS LIRE] Je ne sais pas ou pas de réponse [REMERCIER ET TERMINER]

C. Est-ce que je vous ai joint sur votre téléphone cellulaire?

- Oui
- Non

D. Êtes-vous dans un endroit où vous pouvez parler au téléphone en toute sécurité et répondre à mes questions et est-ce le bon moment pour répondre à ce sondage?

- Oui [PASSER À F]
- Non [ALLER À E]

NOTE À L'INTERVIEWEUR : Si vous pensez que le contexte dans lequel se trouvent les répondants peut les mettre en danger (par exemple., conduire un véhicule), entraver leur participation (par exemple, distractions en arrière-plan) ou entraver leur capacité à répondre ouvertement (par exemple, manque d'intimité), suggérez-leur de reporter l'entrevue.

E. Quel serait le meilleur moment pour vous rappeler?

- Prévoir un rappel si possible (heure et jour) :
- Non ou refus [REMERCIER ET TERMINER]



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

- Oui [USAGE DOUBLE] .....1
- Non [CODER COMME « CPO »] .....2
- Ne sait pas ou pas de réponse .....77

G. Avez-vous votre propre téléphone cellulaire, téléphone intelligent ou autre appareil sans fil?

- Oui .....1
- Non .....2
- [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse .....77

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

- Oui .....1
- Non .....2
- [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse .....77

[SI DEMANDÉ : 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.)]

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

- Oui .....1
- Non .....2
- [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse .....77

I. Votre ménage est-il abonné à des services groupés? Par exemple, il peut s'agir d'un service téléphonique fixe et d'un service Internet domestique vendus sous la forme d'un seul forfait groupé.

- Yes .....1
- No .....2
- [NE PAS LIRE] Ne sait pas ou pas de réponse .....77

[NOTE – S'IL N'EST PAS ABONNÉ À UN DES SERVICE DES QUESTIONS F À J, REMERCIER ET TERMINER]

MESSAGE DE FIN D'APPEL : Merci d'avoir accepté de répondre au présent sondage. Malheureusement, vous ne répondez pas aux critères d'admissibilité du sondage.

J. Quelle est l'année de votre naissance?

- Enregistrer l'année – ENSUITE, PASSER À M:
- [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre .....99 [ALLER À L]

K. [S'IL PRÉFÈRE NE PAS RÉPONDRE] Pourriez-vous me dire à quelle catégorie d'âge vous appartenez? [LIRE; ARRÊTEZ LORSQU'UNE SÉLECTION A ÉTÉ FAITE]

- 18 à 24 .....1
- 25 à 34 .....2
- 35 à 44 .....3
- 45 à 54 .....4
- 55 à 64 .....5
- 65 ans et plus .....6
- [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre .....99

L. À quel genre vous identifiez-vous? [NE PAS LIRE] [OUVERT – À CODER EN UTILISANT LA LISTE]

- Femme .....1
- Homme .....2



Autre réponse [ENREGISTRER PAR L'INTERVIEWEUR] .....	3
[NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre.....	77

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

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

Notre étude porte aujourd'hui sur votre expérience en matière de services de télécommunication.

1. Si vous aviez une plainte à formuler à l'encontre de l'un de vos fournisseurs de services qui offrent des services de téléphonie mobile, de téléphonie résidentielle ou de télévision ou des services Internet, où iriez-vous pour tenter de la résoudre? [QUESTION OUVERTE]  
Mention 1 :  
Mention 2 :
2. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous eu une plainte à formuler à l'encontre du fournisseur de services auquel vous étiez abonné? Veuillez noter qu'il ne s'agit pas d'une plainte liée au coût mensuel d'un service.  
Oui..... 1 [ALLER À Q3]  
Non..... 2 [PASSER À Q24]  
Incertain(e) ou je ne me souviens pas..... 77 [NE PAS LIRE] [PASSER À Q24]
3. [SI OUI À Q2] En pensant à votre plainte la plus récente, à quel service la plainte faisait-elle référence? [SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE]  
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie mobile..... 1  
[SI ABONNÉ] Service de téléphonie résidentielle..... 2  
[SI ABONNÉ] Service de télévision ..... 3 || [SI ABONNÉ] Service Internet..... | 4 |
| [SI ABONNÉ] Services groupés ..... | 5 |
| Incertain(e) ou je ne me souviens pas [PASSER À Q14] ..... | 6 |
4. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES MOBILES] Quel était le ou les sujets de votre plainte relative à votre service de téléphonie mobile ? [Sélection multiple]  
Respect des termes et engagements du contrat ..... 1 || Litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même) ..... | 2 |
| Prestation de service..... | 3 |
| Gestion des crédits, des dépôts et des paiements..... | 4 |
| Autre (Veuillez préciser)..... | 20 |
| Incertain(e) ou je ne me souviens pas..... | 77 [NE PAS LIRE] |
5. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES MOBILES À Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]



Bell.....	1
Eastlink .....	2
Rogers.....	3
Telus .....	4
Videotron .....	5
Chatr.....	6
Fido.....	7
Fizz.....	8
Freedom Mobile.....	9
Koodo .....	10
Lucky.....	11
PC Mobile .....	12
Virgin .....	13
Autre (Enregistrer) .....	20
Incertain(e) ou préfère ne pas répondre	99

6. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDEN­TIELLE à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de téléphonie résiden­tielle? [Sélection multiple]

Respect des termes et engagements du contrat .....	1
Les litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même) .....	2
Prestation de service.....	3
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements.....	4
Autre (Veuillez préciser).....	20
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....	77 [NE PAS LIRE]

7. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉPHONIE RÉSIDEN­TIELLE à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]

Bell.....	1
Cogeco .....	2
Eastlink .....	3
Rogers.....	4
Telus .....	5
Videotron .....	6
Fido.....	7
Virgin .....	8
Autre (Enregistrer) .....	20
Incertain(e) ou préfère ne pas répondre	99

8. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service de télévision ? [Sélection multiple]

Respect des termes et engagements du contrat .....	1
Les litiges ou erreurs de facturation (à l'exclusion du coût du service lui-même) .....	2
Prestation de service.....	3
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements.....	4
Autre (Veuillez préciser).....	20
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....	77 [NE PAS LIRE]

9. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES DE TÉLÉVISION à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]

Bell.....	1
Cogeco .....	2
Eastlink .....	3
Rogers.....	4
Telus .....	5



Videotron .....	6
Fido.....	7
Virgin .....	8
Autre (Enregistrer) .....	20
Incertain(e) ou préfère ne pas répondre	99

10. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES INTERNET à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à votre service internet?

11. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES INTERNET à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte ? [NE PAS LIRE]

Bell.....	1
Cogeco .....	2
Eastlink .....	3
Rogers.....	4
Telus .....	5
Videotron .....	6
Fido.....	7
Fizz.....	8
Freedom Mobile.....	9
Virgin .....	10
Autre (Enregistrer) .....	20
Incertain(e) ou préfère ne pas répondre	99

12. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES GROUPÉS à Q3] Quel était le sujet de votre plainte relative à vos services groupés? [Sélection multiple]

Respect des termes et engagements du contrat .....	1
Respect des termes et engagements du contrat .....	2
Prestation de service.....	3
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements.....	4
Gestion des crédits, des dépôts et des paiements.....	20
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....	77 [NE PAS LIRE]

13. [SI LA PLAINTÉ TRAITE DES SERVICES GROUPÉS à Q3] Qui était votre fournisseur au moment de la plainte? [NE PAS LIRE]

Bell.....	1
Cogeco .....	2
Eastlink .....	3
Rogers.....	4
Telus .....	5
Videotron .....	6
Fido.....	7
Fizz.....	8
Freedom Mobile.....	9
Virgin .....	10
Autre (Enregistrer) .....	20
Incertain(e) ou préfère ne pas répondre	99

14. [S'IL AVAIT UNE PLAINTÉ] Qu'avez-vous fait pour tenter de résoudre la plainte ? [ALÉATOIRE][SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE]

Communiquer avec votre fournisseur de services.....	1 [PASSER À Q16]
Communiquer avec le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) 2 [SI SEULEMENT CECI EST SÉLECTIONNÉ, PASSER À Q24]	



- Communiquer avec la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) 3 [SI SEULEMENT CECI EST SÉLECTIONNÉ, PASSER À Q18]
- Autre (Veuillez préciser)..... 4 [SI SEULEMENT CECI EST SÉLECTIONNÉ, PASSER À Q24]
- N'a rien fait ou n'a pas agi..... 5 [EXCLUSIVE][ALLER À Q15, ENSUITE PASSER À Q24]
- Incertain(e) ou je ne me souviens pas..... 77 [NE PAS LIRE][PASSER À Q24]

**[SI AUCUNE ACTION N'A ÉTÉ PRISE OU SI LE FOURNISSEUR DE SERVICES OU LA CPRST N'A PAS ÉTÉ SÉLECTIONNÉ(E) – PASSER À Q24]**

15. [S'IL N'A PAS DÉPOSÉ DE PLAINTÉ] Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte ? [OUVERTE]
16. [S'IL A COMMUNIQUÉ AVEC LE FOURNISSEUR] Votre fournisseur de services a-t-il été en mesure de résoudre votre plainte à votre satisfaction?
- Oui ..... 1 [PASSER À Q24]
- Non ..... 2 [ALLER À Q17]
- Incertain(e) ou je ne me souviens pas..... 77 [ALLER À Q17]
17. [SI NON OU INCERTAIN(E) À Q16] Votre fournisseur de services vous a-t-il renvoyé à la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)?
- Oui ..... 1
- Non ..... 2
- Incertain(e) ou je ne me souviens pas..... 77

[LIRE SEULEMENT SI DEMANDÉ] : La Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) est un organisme indépendant qui traite les plaintes concernant la plupart des services de télécommunication fournis aux particuliers et aux petites entreprises, y compris les services de téléphonie résidentielle, les services sans fil, les services Internet et les voix par protocole Internet (VoIP). La CPRST traite également les plaintes concernant les services de télévision fournis aux particuliers, y compris les fournisseurs de télévision par câble, par protocole Internet et par satellite.

18. Avez-vous déposé une plainte auprès de la CPRST?
- Oui ..... 1 [PASSER À Q20, POSER Q20-23, ENSUITE PASSER À Q25]
- Non ..... 2 [ALLER À Q19, ENSUITE PASSER À Q24]
- Incertain(e) ou je ne me souviens pas..... 77 [PASSER À Q24]
19. [SI NON À Q18] Pourquoi n'avez-vous pas déposé de plainte auprès de la CPRST? [ALÉATOIRE]
- Je n'étais pas certain(e) de comment le faire ..... 1
- Je n'en voyais pas l'intérêt ..... 2
- Je ne voulais pas prendre la peine ..... 3
- Ma plainte a été résolue ou je n'ai pas eu besoin de le faire ..... 4
- Je n'étais pas au courant ou ne connaissais pas l'existence de la CPRST ..... 5
- Autre (Veuillez préciser) ..... 20
- Incertain(e) ..... 77
20. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Comment avez-vous déposé la plainte auprès de la CPRST?
- Formulaire de dépôt de plainte en ligne ..... 1
- Téléphone ..... 2
- Courriel..... 3
- Courrier ..... 4
- Télécopieur..... 5



Téléscripteur .....	6
Autre (Veuillez préciser).....	20
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....	77

21. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Votre plainte a-t-elle été résolue?	
Oui, la plainte a été résolue .....	1
Non, la procédure de plainte est toujours en cours.....	2
Non, la plainte n'a pas été résolue.....	3
Non, la CPRST n'a pas accepté la plainte.....	4
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....	77

22. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à « pas du tout satisfait » et 10 à « très satisfait », dans quelle mesure avez-vous été satisfait de votre expérience avec la CPRST? \_\_\_\_\_

23. [S'IL A SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14 OU OUI À Q18] Pourquoi avez-vous cette opinion? [OUVERTE]

[NE PAS LIRE SI L'EXPLICATION A DÉJÀ ÉTÉ LUE PLUS TÔT DANS LE SONDAGE] Comme vous le savez peut-être, la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) est un organisme indépendant qui traite les plaintes concernant la plupart des services de télécommunication fournis aux particuliers et aux petites entreprises, y compris les services de téléphonie résidentielle, les services sans fil, les services Internet et les voix par protocole Internet (VoIP). La CPRST traite également les plaintes concernant les services de télévision fournis aux particuliers, y compris les fournisseurs de télévision par câble, par protocole Internet et par satellite.

24. [NE PAS DEMANDER S'IL A ÉTÉ DÉPOSÉ UNE PLAINTÉ À LA CPRST À Q18] Avant aujourd'hui, avez-vous entendu parler de la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST)?	
Entendu .....	1 [ALLER À Q25]
Pas entendu.....	2 [PASSER À Q27]
Incertain(e) .....	77 [PASSER À Q27]

25. [S'IL A SÉLECTIONNÉ A ENTENDU PARLÉ DE LA CPRST À Q24 OU OUI À Q17] Où avez-vous entendu parler de la CPRST?	
Recherche sur Internet.....	1
Nouvelles.....	2
Réseaux sociaux .....	3
Bouche à oreille.....	4
Votre fournisseur de services de télécommunication .....	5
CRTC .....	6
Autre (Veuillez préciser).....	20
Incertain(e) ou je ne me souviens pas.....	77

26. [DEMANDER SI A ENTENDU PARLER À Q24 OU OUI À Q18 OU SÉLECTIONNÉ CPRST À Q14] Sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à une impression très négative et 10 à une impression très positive, quelle est votre impression générale de la CPRST? \_\_\_\_\_

27. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie pas du tout utile et 10 très utile, dans quelle mesure pensez-vous que les services fournis par la CPRST vous seraient utiles?

Nos dernières questions nous aideront à regrouper vos réponses.

28. Quelle ou quelles sources consultez-vous généralement pour obtenir des informations (veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent) [ALÉATOIRE]	
Réseaux sociaux .....	1
Télévision .....	2
Journaux .....	3



- Radio ..... 4
- Bouche à oreille ..... 5
- Autre (Veuillez préciser \_\_\_\_ ) .....6
- Aucune ..... 7

29. Veuillez classer les trois applications de réseaux sociaux que vous utilisez le plus fréquemment (trois au maximum) [ALÉATOIRE]

	Rank
Facebook .....	_____
Twitter ou X .....	_____
YouTube .....	_____
WhatsApp .....	_____
Reddit .....	_____
Instagram .....	_____
Snapchat .....	_____
LinkedIn .....	_____
Telegram .....	_____
TikTok .....	_____
Une autre application de réseaux sociaux .....	_____
Aucune, je n'utilise pas les réseaux sociaux.....	_____

30. 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? [LIRE; ARRÊTER LORSQU'UNE SÉLECTION A ÉTÉ FAITE]

- Moins de \$20,000.....1
- \$20,000 à moins de \$40,000 .....2
- \$40,000 à moins de \$60,000 .....3
- \$60,000 à moins de \$80,000 .....4
- \$80,000 à moins de \$100,000 .....5
- \$100,000 à moins de \$120,000 .....6
- \$120,000 à moins de \$150,000 .....7
- \$150,000 et plus.....8
- Préfère ne pas répondre .....99 [NE PAS LIRE]

31. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint? [LIRE; ARRÊTER LORSQU'UNE SÉLECTION A ÉTÉ FAITE]

- École secondaire .....1
- Diplôme d'études secondaires .....2
- CÉGEP, collège ou université.....3
- Diplôme du CÉGEP ou d'un collège .....4
- Diplôme universitaire .....5
- Diplôme d'études supérieures .....6
- Refus ou pas de réponse .....99 [NE PAS LIRE]

32. À des fins de vérification seulement, veuillez m'indiquer les trois premiers caractères de votre code postal: \_\_\_\_

33. [PAR OBSERVATION SEULEMENT, NE PAS DEMANDER] Langue de l'entrevue: \_\_\_\_

**Merci beaucoup d'avoir pris le temps de répondre.**