



Sondage « Comparez-vous »

Rapport
Janvier 2014



SAINE
MARKETING

1600 Boulevard René-Lévesque Ouest, 18^e étage, Montréal QC H3H 1P9
Téléphone: 514.931-8233 Télécopieur: 514.937.6530
www.sainemarketing.com

Table des matières

Contexte et objectifs	3
Méthodologie	4
Faits saillants	6
Analyse des résultats	
1. Notoriété et lecture des offensives de communication	9
2. Taux de questionnaires complétés et raisons associées	12
3. Évaluation du rapport des résultats obtenus	20
4. Notoriété et intérêt à l'égard du service Comparez-vous	24
5. Profil sociodémographique des répondants	29

Contexte et objectifs

- Hydro-Québec a mandaté Saine Marketing afin de réaliser une étude pour évaluer les offensives de communication du service « Comparez-vous ».
- Les objectifs spécifiques de l'étude étaient les suivants :
 - Notoriété et lecture des envois par courriel, des cartes et questionnaires postaux;
 - Taux de questionnaires complétés;
 - Raisons de ne pas avoir complété le questionnaire;
 - Notoriété du service;
 - Satisfaction à l'égard des résultats obtenus;
 - Probabilité de remplir le questionnaire;
 - Intérêt à l'égard du service;
 - Source d'information privilégiée.

Faits saillants

	Le questionnaire (n=1000)	La carte postale (n=1002)	Le courriel (n=1000)
Disent avoir reçu la communication	78%	36%	28%
Ont lu la communication (en totalité + en partie)	-	26%	17%
Ont complété le questionnaire	36%	4%	4%
Ont complété le questionnaire par Internet	3%	2%	4%
Probabilité d'adhérer (très et assez) au service de ceux qui connaissent le service	0%	1%	4%
Intérêt à en savoir davantage sur le service en ligne chez ceux qui ne connaissent pas le service	9%	34%	32%

- La curiosité constitue la principale motivation d'avoir adhéré au service.
- Les principaux freins sont les suivants:
 - Questionnaire: pertinence perçue (26%)
oubli (17%)
 - Carte postale: difficulté d'accès au questionnaire en ligne (49%)
 - Courriel: manque d'intérêt (38%)

Faits saillants (suite)

- Le questionnaire est sans contredit l'offensive qui a le mieux fonctionné. Le format semble avoir davantage contribué à piquer la curiosité.

Par ailleurs, parmi les gens ayant reçu la carte postale mais qui ne connaissent pas le service, nous observons un certain intérêt.

ANALYSE DES RÉSULTATS

1. Notoriété et lecture des offensives de communication

1.1 Réception et lecture des offensives de communication

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...			
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)	
Base: Total	n=1000 %	n=1002 %	n=1000 %	<ul style="list-style-type: none"> • 55 ans et plus: 39% • Revenu annuel total de 40K-79K: 44%
Disent avoir reçu l'offensive de communication du service Comparez-vous	78 +	36 + e	28	<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires: 30% • Scolarité collégiale: 36%
Ont lu la carte postale / le courriel...	Participants: 71%			<ul style="list-style-type: none"> • Participants: 56% • Propriétaires: 7% • 55 ans et plus: 9% • Scolarité universitaire: 8% • Revenu annuel total de 80K et plus: 8%
En totalité		10	6	
En partie		16	11	
Ne l'ont pas lu		10	10	
Ne sait pas		64	73 +	

Q1. Hydro-Québec vous a envoyé récemment (offensive de communication) vous invitant à adhérer au **Service Comparez-vous** (en complétant un questionnaire en ligne). Ce service vous permet de comparer votre consommation d'électricité à celle de ménages semblables au vôtre. Vous souvenez-vous avoir reçu ce questionnaire / cette carte postale / ce courriel?

Q2a. Avez-vous lu cette carte postale / ce courriel?

- Le pourcentage de ceux qui se souviennent avoir reçu le questionnaire par la poste (78%) est significativement plus élevé que ceux ayant reçu la carte postale (36%) ou le courriel (28%).

1.2 Raisons de ne pas avoir lu la carte postale ou le courriel

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...	
	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: N'ont pas lu la carte postale / le courriel	n=91 %	n=98 %
Raisons de ne pas avoir lu la carte postale / le courriel		
Je n'avais pas le temps	30	38
Je ne suis pas intéressé(e) par le service	27	25
Ça ne s'applique pas à moi / ça ne vaudrait pas la peine / je ne pourrais pas économiser davantage	17 +	6
Je l'ai oublié / je l'ai perdu / je n'y ai pas pensé / je ne m'en suis pas occupé	8	7
Je n'ai pas une bonne vue / c'est trop difficile à lire pour moi	2	2
J'ai déjà rempli un questionnaire semblable par le passé	1	4
Je ne suis pas assez familier avec Internet / les ordinateurs	1	2
Le questionnaire ne m'a pas été envoyé dans la bonne langue	0	2
J'étais incapable de l'ouvrir / le lien ne fonctionnait pas	0	2
Autres	2	6
Ne sait pas	11	6

Q2b. Y a-t-il une raison particulière pour laquelle vous n'avez pas lu cette carte postale / ce courriel?

- Le manque de temps et le manque d'intérêt envers le service sont les raisons les plus citées pour justifier la non-lecture de la carte postale ou du courriel.
- Il est intéressant de noter que ceux qui se sentent moins interpellés (17%) sont autant propriétaires que locataires.

2. Taux de questionnaires complétés et raisons associées

2.1 Taux de réponse au questionnaire papier envoyé par la poste

	Clients à qui a été envoyé le questionnaire (q)	
Base: Disent avoir reçu le questionnaire par la poste	n=800 %	<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires: 50% • 55 ans et plus: 55% • Revenu annuel total < 40K: 51%
Ont complété le questionnaire papier	46	<ul style="list-style-type: none"> • Participants: 60% • Scolarité universitaire: 56% • Revenu annuel total de 80K et plus: 55%
Savaient que le questionnaire était disponible sur Internet	47	
Base: N'ont pas complété le questionnaire papier, mais savent qu'il est disponible sur Internet	n=154 %	
Ont complété le questionnaire sur Internet	18	<ul style="list-style-type: none"> • Hommes: 25%

- Projeté sur le total de la population, le taux de complétion est de 36%, pourcentage relativement plus élevé que celui observé dans la base de données Hydro-Québec avant le sondage (24%).

Q2. Avez-vous complété ce questionnaire papier?

Q3. Saviez-vous que le questionnaire du service Comparez-vous était aussi disponible sur Internet à l'adresse www.hydroquebec.com/comparez-vous?

Q4. Avez-vous complété le questionnaire du service Comparez-vous sur Internet?

2.2 Taux de réponse à la carte postale

	Clients à qui a été envoyée la carte postale (c)
Base: Ont lu la carte postale	n=382 %
Ont visité l'adresse Internet indiquée sur la carte postale donnant accès au questionnaire	14
Base: Ont visité l'adresse Internet indiquée sur la carte postale	n=199 %
Ont complété le questionnaire sur Internet	43

- Participants: 98%
- Hommes: 17%

- Revenu annuel total de 80K et plus: 55%
- Femmes: 54%

- Le taux de complétion est de 4% lorsque projeté sur la population totale. Les données d'Hydro-Québec avant sondage montraient un taux de 1%.

Q3. Êtes-vous allé à l'adresse Internet indiquée sur la carte postale www.hydroquebec.com/comparez-vous vous donnant accès au questionnaire du **service Comparez-vous**?

Q4. Avez-vous complété le questionnaire du **service Comparez-vous** en ligne?

2.3 Taux de réponse au courriel

	Clients à qui a été envoyé le courriel (e)
Base: Ont lu le courriel	n=265 %
Ont complété le questionnaire sur Internet	24
Base: Ont complété le questionnaire sur Internet	n=141 %
En allant directement dans votre Espace client sur le site Internet d'Hydro-Québec	28
En cliquant sur le bouton vert dans le courriel	24
En utilisant l'hyperlien dans le texte	14
Ne sait pas	34

• Participants: 85%

- Le taux de complétion s'élève à 4% lorsque projeté sur la population totale. Ce pourcentage est le même que celui observé dans la base de données d'Hydro-Québec avant sondage.

Q3. Avez-vous complété le questionnaire du **service Comparez-vous** en ligne?

Q4. Quel moyen avez-vous utilisé pour avoir accès au questionnaire du service Comparez-vous? Était-ce...

2.4 Taux de réponse au questionnaire sur Internet

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Total	n=1000 %	n=1002 %	n=1000 %
Ont complété le questionnaire sur Internet	3	2	4

• Hommes: 4%

• Scolarité
universitaire: 6%

- Peu importe l'offensive, le taux de complétion par Internet se situe entre 2% et 4%.

Q4(Q3)-Courriel. Avez-vous complété le questionnaire du **service Comparez-vous** en ligne?

2.5 Raisons pour avoir complété le questionnaire papier plutôt que le questionnaire sur Internet

	Clients à qui a été envoyé le questionnaire
Base: Disent avoir complété le questionnaire papier et savent qu'il est aussi disponible sur Internet	n=235 %
Pas d'accès Internet / méconnaissance de l'Internet / non fonctionnel	57
Je n'ai pas accès à Internet	31
Je ne suis pas assez familier(ère) avec Internet	25
Ma connexion Internet / mon ordinateur ne fonctionne pas bien en ce moment	3
Préférence pour le papier / plus rapide à compléter	21
Je préfère faire ces choses-là sur papier	15
C'était plus rapide de le faire sur papier	8
J'avais déjà reçu le questionnaire papier / avant de savoir que le questionnaire était également disponible sur Internet	5
Problème technique avec le questionnaire en ligne	4
J'ai essayé de compléter le questionnaire par Internet, mais ça n'a pas fonctionné	2
Il fallait avoir un mot de passe pour accéder au questionnaire par Internet	2
L'enveloppe était préaffranchie / je n'avais pas besoin de payer pour l'envoyer par la poste	1
Le questionnaire papier me permettait de corriger des erreurs / d'ajouter des informations manquantes	1
C'était plus simple pour moi d'en conserver une copie en y répondant sur papier	1
Aucune raison en particulier / je n'y ai pas pensé	15
Autres	2
Ne sait pas	3

Q8. Pourquoi avez-vous utilisé le questionnaire papier plutôt que le questionnaire en ligne?

2.6 Raisons de ne pas avoir complété le questionnaire

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: N'ont pas complété le questionnaire	n=352 %	n=24* %	n=124 %
Je n'avais pas le temps	42	19 -	57 +
Ça ne s'applique pas à moi / ça ne vaudrait pas la peine / je ne pourrais pas économiser davantage	26 +	7	10
Je l'ai oublié / je l'ai perdu / je n'y ai pas pensé / je ne m'en suis pas occupé	17 +	0	1
Je n'étais pas intéressé(e)	16	19	38 +
J'ai déjà rempli un questionnaire semblable par le passé	6	0 -	7
Ce n'est pas ma résidence principale	3 +	0	0
Il y a des questions que je ne comprenais pas / je ne m'y connais pas	3	6	1
J'ai des problèmes de santé	2	0	1
J'ai l'intention de le faire éventuellement	2	0	1
Il n'y avait pas de concours / pas de prix / pas d'incitatif	1	0	0
Je n'avais pas envie de rendre service à Hydro-Québec / suite à de mauvaises expériences	1	0	0
Difficulté avec le questionnaire Internet	2	49 +	6
Je n'ai pas réussi à accéder au questionnaire par Internet / l'accès au questionnaire était compliqué	1	37 +	6 +
C'était trop compliqué de le faire par Internet / trop compliqué pour moi	1	0	0
Je n'ai pas su où cliquer sur le courriel	0	0	1
Je n'ai pas trouvé le questionnaire	0	19 +	1
Autres	1	12	3
Ne sait pas	2 +	0	1

Q5(Q5a). Pour quelle(s) raison(s), parmi les suivantes, n'avez-vous pas complété le questionnaire? (maximum 2 mentions)

* Interpréter prudemment, n très petit

2.7 Motivations d'utiliser le service Comparez-vous

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Ont complété le questionnaire du service Comparez-vous	n=448 %	n=175 %	n=141 %
Par curiosité (ou pour voir où je me situe par rapport aux autres)	56 -	76	76
Pour économiser de l'argent	11	13	12
Pour économiser de l'énergie	8	12	12
Pour connaître ma consommation / voir mon historique de consommation	4	19 +	5
Je paie cher / plus cher qu'avant et je voulais savoir pourquoi	4	2	0 -
Pour recevoir des conseils sur la façon d'économiser de l'énergie	3	12 +	2
Je savais que je consommais trop d'énergie , mais je ne savais pas où / je ne savais pas quels appareils en étaient la cause	2	1	5 +^c
J'ai fait des changements et je voulais en connaître les effets sur ma consommation d'énergie	2	1	2
Par souci environnemental	1	1	4
Pour confirmer ce que je savais déjà	1	1	1
J'avais déjà rempli ce questionnaire auparavant et j'avais apprécié l'expérience	1	1	1
Je voulais comparer ma consommation à l'an dernier / aux années passées	1	1	0
Je croyais que c'était obligatoire / qu'on allait me pénaliser si je ne le faisais pas	1	0	0
C'était simple / court / ça ne demandait pas trop d'effort de remplir le questionnaire	1 +	0	0
Aucune raison en particulier / j'ai reçu le questionnaire, alors j'y ai répondu	15 +	1	0
Autre	2	1	5 +^p
Ne sait pas	7 +	1	3

Q7. Qu'est-ce qui vous a motivé à utiliser le **service Comparez-vous**? (Plusieurs mentions)

3. Évaluation du rapport des résultats obtenus

3.1 Réception du rapport des résultats et niveau de satisfaction à l'égard de ces résultats

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Ont complété le questionnaire du service Comparez-vous	n=448 %	n=175 %	n=141 %
Ont reçu le rapport des résultats après avoir utilisé le service Comparez-vous	56 -	93 +	79
Base: Ont reçu le rapport des résultats après avoir utilisé le service Comparez-vous	n=289 %	n=148 %	n=121 %
Niveau de satisfaction à l'égard des résultats obtenus			
Tout à fait satisfait(e)	48	46	50
Plutôt satisfait(e)	39	48 + e	36
Plutôt insatisfait(e)	5	4	11 + c
Tout a fait insatisfait(e)	3	2	3
Ne sait pas	6 +	1	1

• Participants: 92%
• 55 ans et plus: 60%

• 18-34 ans: 100%

- Le niveau de satisfaction à l'égard des résultats est plutôt bon, si l'on considère qu'environ la moitié des participants se disent très satisfaits.

Q8b(Q7b). Avez-vous reçu le rapport des résultats après avoir utilisé le **service Comparez-vous**?

Q9(Q8). Êtes-vous satisfait(e) des résultats obtenus après avoir utilisé le **service Comparez-vous**?

3.2 Raisons de satisfaction à l'égard des résultats obtenus

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Ont reçu le rapport des résultats et sont tout à fait ou plutôt satisfait	n=249 %	n=125 %	n=100 %
Je suis satisfait(e) de voir que je me positionne bien / mieux que la moyenne	28	31	39
Ça confirme ce que je pensais de ma consommation	15	33 +	17
Ils nous donnent des moyens de réduire notre consommation d'énergie	13	11	13
J'ai obtenu des réponses à mes questions / ça m'a apporté des explications	9 + ^c	4	5
Je n'ai pas de problème / tout va bien	9 + ^c	2	5
C'était intéressant de voir comment on se comparait aux autres foyers	8	14	14
C'est intéressant de constater où je consomme de l'énergie	8 + ^c	3	9
C'était clair et bien fait	7	4	12
J'ai constaté que je consommais beaucoup d'énergie	3 + ^c	0	4
Hydro-Québec nous a répondu rapidement	2	1	0
C'était court / ça ne m'a pas demandé trop de temps	0	10 +	2

Q10(Q9). Pourquoi dites-vous que vous êtes satisfait(e) (ou insatisfait(e))?

3.3 Raisons d'insatisfaction à l'égard des résultats obtenus

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Ont reçu le rapport des résultats après avoir utilisé le service Comparez-vous	n=23* %	n=21* %	n=19* %
Ils me disent que je consomme trop alors que selon moi, ce n'est pas le cas	51 +	10	5
Ça ne me permet pas de comparer ma consommation avec celle d'habitations / de foyers similaires	32	19	42
Les résultats ne sont pas représentatifs, ne sont pas crédibles	30	33	21
Il n'y a pas assez d'explications des résultats	13	10	0
Je consomme plus que je pensais / plus que la moyenne	9	14	0
Les résultats ne tiennent pas compte de la surface de la maison (pieds carrés, mètres carrés)	4	5	11
Je ne comprenais pas certaines questions / le questionnaire aurait pu être plus précis / je ne suis pas certain d'y avoir répondu correctement	4	0	5
Les trucs et conseils pour diminuer ma consommation d'énergie sont insuffisants / ne fonctionnent pas / ne règlent pas les problèmes	0	14	5
Je sais maintenant pourquoi ça me coûte cher	0	0	11
J'ai commis une erreur en répondant au questionnaire	0	10	0
Autres	4	5	0

Q10(Q9). Pourquoi dites-vous que vous êtes satisfait(e) (ou insatisfait(e))?

* Interpréter prudemment, n très petit

4. Notoriété et intérêt à l'égard du service Comparez-vous

4.1 Niveau de connaissance et probabilité d'adhérer au service Comparez-vous

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Ne se souviennent pas avoir reçu le questionnaire par la poste / la carte postale / le courriel	n=1000 %	n=1002 %	n=1000 %
Connaissaient déjà le service Comparez-vous (en ligne)	1	5 + q	11 +
Probabilité d'adhérer au service Comparez-vous en remplissant le questionnaire en ligne		<ul style="list-style-type: none"> • Scolarité universitaire: 3% • 18-34 ans: 3% 	
Très probable	0	1 + q	1 +
Plutôt probable	0	1	3 +
Plutôt improbable	0	1 + q	2
Très improbable	1	2 + q	3
Ne sait pas	99 +	95	91

• Revenu annuel total de 80K et plus: 7%

■ Seul le courriel présente un potentiel de complétion futur relativement intéressant.

• Scolarité universitaire: 3%

• 18-34 ans: 2%

• Scolarité collégiale: 4%
• Femmes: 4%

• 55 ans et plus: 5%
• Non-participants: 3%

• Non-participants: 2%

Q11(Q10). Avant qu'on vous appelle aujourd'hui, connaissiez-vous le **service Comparez-vous** d'Hydro-Québec (en ligne)? (la carte postale et le courriel)

Q12(Q11). Est-il probable que vous adhérez prochainement au **service Comparez-vous** d'Hydro-Québec en remplissant le questionnaire en ligne?

* Interpréter prudemment, n très petit

4.2 Raisons de vouloir adhérer ou non au service Comparez-vous en ligne

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Se sont prononcés sur la probabilité d'adhérer ou non au service Comparez-vous en complétant le questionnaire en ligne	n=10* %	n=43 %	n=86 %
Raisons de vouloir adhérer au service Comparez-vous			
C'est important de surveiller / connaître ma consommation d'énergie	11	6	14
Pour comparer ma consommation avec celle des autres foyers	11	8	13
C'est important pour ajuster / diminuer ma consommation d'énergie	0	3	5 + ^q
Raisons de ne pas vouloir adhérer au service Comparez-vous			
Ça ne sert à rien / ça ne changera rien	15	32	23
Je suis locataire / je n'ai pas le choix du système de chauffage	15	3	3
Ça ne me permet pas de comparer ma consommation avec celle des autres foyers	11	3	4
Je n'ai pas le temps de remplir un questionnaire	0 -	11	14
Je fais déjà ce qu'il faut / je fais attention à ma consommation d'énergie	0	30 +	13 + ^q
Je n'ai pas accès à Internet	0	5	1
Autres	45 +	14	4
J'ai déjà rempli un questionnaire semblable dans le passé	11	11	17
Ne sait pas	0	3	11 +

Q13(Q12). Pourquoi dites-vous cela?

* Interpréter prudemment, n très petit

4.3 Intérêt à l'égard du service et moyens de communication privilégiés

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Ne connaissent pas le service Comparez-vous (en ligne)	n=1000 %	n=1002 %	n=1000 %
Ont de l'intérêt à en connaître davantage sur le service Comparez-vous en ligne	9 -	34	32
Base: Ont de l'intérêt à en connaître davantage sur le service Comparez-vous en ligne	n=76 %	n=284 %	n=281 %
Moyens de communication privilégiés pour recevoir de l'information			
Par courriel	57 +	40	25
Avec la facture	55 + ^c	32	55
Par téléphone	7	3	2
Par la poste (envoi du questionnaire)	4	49 +	36
Par alerte sur cellulaire	3	1	1
Par Internet	0	0	2 +
Autre	1	0	0
Ne sait pas	0	1	2 + ^q

- 35-54 ans: 40%
- Femmes: 38%

- Femmes: 37%

- L'intérêt à en savoir plus sur le service Comparez-vous est substantiel surtout chez ceux ayant reçu la carte postale et le courriel.

Q14(Q13). Seriez-vous intéressé à en connaître davantage sur le **service Comparez-vous** d'Hydro-Québec en ligne?

Q15(Q14). Par quel(s) moyen(s) préféreriez-vous qu'Hydro-Québec vous informe davantage sur le **service Comparez-vous**?
(maximum 2 mentions)

4.4 Incitatifs suggérés pour compléter le questionnaire

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: N'ont pas complété le questionnaire	n=352 %	n=24* %	n=124 %
Si Hydro-Québec me donne un rabais sur ma facture	7	0 -	5
Je le ferai éventuellement, si Hydro-Québec me l'envoie à nouveau	4	12	6
Pouvoir comparer ma consommation avec celle d'habitations/ de foyers similaires	3	25 +	4
S'il y avait un concours / un prix / un incitatif	3	0 -	4
Pouvoir répondre par Internet / maintenant que je sais qu'il est possible de le faire par Internet, je le ferai / probablement	3 + ^c	0	0
Pouvoir connaître ma consommation / mon historique de consommation	2	6	3
Avoir des conseils pour économiser de l'énergie	2	0 -	7 +
Je le ferais seulement si c'était obligatoire / si on m'imposait une pénalité pour ne pas avoir rempli le questionnaire	1	0	0
Modifications au questionnaire			
- J'ai besoin d'aide pour le compléter / il y a des choses que je ne comprends pas	1 +	0	0
- Que ce soit plus simple / plus clair	0	0	5 +
- Que ce soit plus court	0	0	3
Autres commentaires			
- Il faudrait d'abord que je trouve le temps pour le faire	17 + ^c	6	16
- Ça ne sert à rien / ça ne donnera rien / ça ne changera rien	11	1 -	12
- Je vais le compléter / éventuellement	10 + ^c	0	5
- Le fait qu'on m'ait appelé pour le sondage m'y a fait penser	3 + ^c	0	1
- Autres	2	25 +	4
- Rien / je n'ai pas l'intention de remplir ce questionnaire	21	13	15
Ne sait pas	22	25	22

Q6. Qu'est-ce que pourrait vous inciter à compléter ce questionnaire?

* Interpréter prudemment, n très petit

5. Profil sociodémographique des répondants

5.1 Profil sociodémographique des répondants

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Total	n=1000 %	n=1002 %	n=1000 %
Sexe			
Homme	57	59	59
Femme	43	41	41
Âge			
18-24 ans	4 +	2	1
25-34 ans	11 -	8	16 +
35-44 ans	12 -	15	18 +
45-54 ans	19	22	26 +
55-64 ans	22	24	21
65 ans et plus	32 +	28 + ^e	15
Préfère ne pas répondre	1	1	2 +
Scolarité			
Primaire	11	10	4 -
Secondaire	37	31	27 -
Cégep/collège	21	25	29 +
Université premier cycle	16	19	23 +
Université deuxième et troisième cycle	11	11	11
Préfère ne pas répondre	4	4	7 +

5.1 Profil sociodémographique des répondants (suite)

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Total	n=1000 %	n=1002 %	n=1000 %
Nombre de personnes âgées de 18 ans et plus dans le foyer			
Une	29 +	22	23
Deux	57	61 + e	56
Trois	9	11	11
Quatre	3	4	4
Cinq et plus	1	1	2
Préfère ne pas répondre	1	1	4 +
Moyenne :	1,9	2,0	2,0
Nombre d'enfants âgés de moins de 18 ans dans le foyer			
Aucun	76	75	64 -
Un	9	9	13 +
Deux	10	11	15 +
Trois	4	3	4
Quatre et plus	1	1	1
Préfère ne pas répondre	0	1	4 +

5.1 Profil sociodémographique des répondants (suite)

	CLIENTS À QUI A ÉTÉ ENVOYÉ...		
	Le questionnaire (q)	La carte postale (c)	Le courriel (e)
Base: Total	n=1000 %	n=1002 %	n=1000 %
Revenu annuel du foyer			
Moins de 20 000 \$	8	9	6
20 000 \$ à 39 999 \$	22 +	18	15
40 000 \$ à 59 999 \$	18	17	17
60 000 \$ à 79 999 \$	12	11	13
80 000 \$ à 99 999 \$	7	10 +^q	8
100 000 \$ et plus	10	12	19 +
Préfère ne pas répondre	24	24	23
Moyenne (000 \$):	56,8 -	60,7	68,3 +
Propriétaire ou locataire de la résidence			
Propriétaire	75	79 +	75
Locataire	25	21 -	25