



HYDRO-QUÉBEC

Rapport de sondage



Présenté à :

Madame Louise Côté
Conseillère Analyse et Recherche

Étude portant sur le bulletin d'information HydroContact

Février 2012



TABLE DES MATIÈRES

1. CONTEXTE ET OBJECTIFS	3
2. MÉTHODOLOGIE	5
3. RÉSULTATS	14
3.1. Sondage auprès des clients qui reçoivent le bulletin d'information HydroContact en version papier	15
3.2. Sondage auprès des clients qui reçoivent le bulletin d'information HydroContact en version Web	28
3.3. Profils des participants	45



1. CONTEXTE ET OBJECTIFS

Depuis quelques années, Hydro-Québec évalue par le biais de sondages la notoriété et l'appréciation d'un bulletin d'information destiné à la clientèle résidentielle (HydroContact). Ce bulletin est distribué d'une part avec la facture dans le cas où les clients la reçoivent par la poste et d'autre part, est disponible sur le site Internet d'Hydro-Québec pour les personnes qui sont abonnées à la Facture Internet.

C'est dans ce contexte qu'Hydro-Québec a sollicité Segma Recherche pour la réalisation d'une étude visant à réaliser un sondage sur le suivi de la notoriété et du taux de lecture de ce bulletin destiné à la clientèle résidentielle d'Hydro-Québec.



En plus de mesurer la notoriété du bulletin pour ses versions papier et électronique, l'étude répondait aussi aux objectifs suivants :

- x Mesurer les habitudes de lecture du bulletin (version papier et électronique);
- x Mesurer le niveau d'intérêt à l'égard de l'information contenue dans le bulletin (version papier et électronique);
- x Mesurer le degré d'appréciation à l'égard du bulletin (version papier et électronique);
- x Définir le profil des lecteurs pour les deux types de support.



3. RÉSULTATS



Section 3.1

Sondage auprès des clients qui reçoivent le bulletin d'information HydroContact en version papier



FAITS SAILLANTS :

- x Le bulletin HydroContact jouit d'un taux de notoriété totale (spontanée et assistée) élevé (77 % téléphone, 81 % Web). La notoriété spontanée (sans aide) est de 53 % pour le sondage téléphonique et de 56 % pour le web;
- x Un peu plus d'une personne sur deux qui connaît HydroContact dit l'avoir déjà consulté (55 % téléphone, 50 % web). Tant les répondants au sondage téléphonique que web qui lisent HydroContact, disent le lire surtout en partie (76 % téléphone, 84 % Web). Finalement, les lecteurs ont consulté trois copies en moyenne au cours des douze derniers mois;
- x Les sujets qui sont traités dans HydroContact et dont les consommateurs disent se souvenir dans une plus forte proportion sont : les fluocompactes, le thermostat électronique et le diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER;
- x Parmi les sujets qui suscitent le plus d'intérêt parmi les lecteurs d'HydroContact, ce sont surtout les conseils pour économiser de l'énergie ou de l'argent qui retiennent l'attention;
- x Parmi un certain nombre de thèmes qui ont été présentés aux lecteurs comme pouvant faire l'objet d'articles futurs, ceux-ci se montrent particulièrement intéressés par l'information sur les nouvelles technologies dans le domaine de l'énergie;

x x x x x





- x Parmi les lecteurs du bulletin, une majorité s'entend pour dire qu'il le trouve très ou assez utile, et ce, principalement pour l'information qu'on y trouve et pour la qualité des conseils;
- x L'appréciation globale du bulletin HydroContact est plutôt moyenne parmi les répondants au sondage téléphonique (note de 6,8 sur dix). D'autre part, elle est un peu plus élevée auprès des répondants du panel web (note de 7,2 sur dix);
- x De façon générale, les lecteurs semblent apprécier la présentation visuelle du bulletin. En effet, la majorité des éléments mesurés obtiennent une note supérieure à 7,2 sur une échelle en dix points;
- x Finalement, les éléments qui sont les plus appréciés par les lecteurs sur le plan du contenu sont liés au fait qu'HydroContact incite les gens à mieux consommer l'énergie (économie) et à une utilisation sécuritaire de l'électricité.



Notoriété du bulletin HydroContact

Notoriété spontanée
(Q A1)

Notoriété totale
(Q A1 + Q A2 + Q A2A)

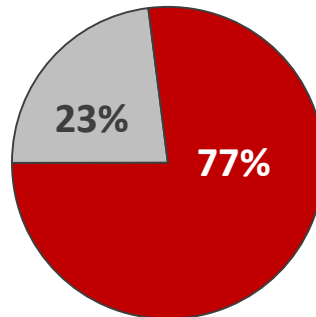
Notoriété du nom
(sans aide ou support)
(Q A3A + Q A3B)

Téléphonique

53 %



Ne connaît
pas



Connait

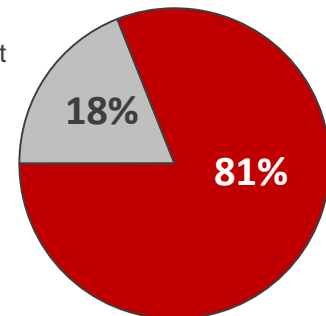
4 %

Panel Web

56 %



Ne connaît
pas



Connait

8 %



Taux de lecture du bulletin HydroContact (parmi les personnes qui connaissent le bulletin)

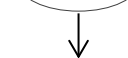
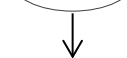
Téléphonique

Panel Web

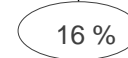
Taux de lecture¹
(Q B1 + Q B2)



- En totalité



- En partie



Nb de copies consultées (Q B5)

3,3 copies

3,4 copies

Nb de lecteurs par copies (Q B4)

1,5 lecteurs

1,4 lecteurs

Principaux sujets dont

on se souvient

spontanément :

(Q B8)

•Conseil - économie énergie

48 %

•Conseils - économie énergie

38 %

•Thermostats électroniques

16 %

•Thermostats électroniques

12 %

•Service récupération Recyc-Frigo

11 %

•Conseil - économie d'argent

9 %

•Ampoules fluocompactes

10 %

•Sécurité

7 %

Principaux motifs évoqués

pour ne pas lire le bulletin:

(Q B3)

•Manque d'intérêt

43 %

•Manque d'intérêt

43 %

•Manque de temps

34 %

•Manque de temps

40 %

•Manque de confiance
envers l'information

4 %

¹ Le taux de lecture représente le nombre de lecteurs parmi les répondants qui connaissent le bulletin HydroContact, alors que le taux net représente les lecteurs sur l'ensemble des répondants aux sondages.



Notoriété de l'information parue dans HydroContact (parmi les lecteurs)

	Téléphonique	Panel Web
Fluocompactes	83 %	82 %
Thermostats électroniques	80 %	85 %
Diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER	80 %	82 %
Service Comparez-vous	71 %	68 %
Fenêtres / portes-fenêtres ENERGY STAR®	70 %	60 %
Service récupération Recyc-Frigo	69 %	68 %
Facture Internet	62 %	71 %
Efficacité énergétique	61 %	73 %
Minuteries (piscine, éclairage, etc.)	61 %	55 %
Déménagement	59 %	79 %
Compteurs de nouvelle génération	48 %	48 %
Téléviseurs ENERGY STAR®	30 %	26 %
Chauffe-eau à 3 éléments	25 %	21 %
Page personnelle Hydro-Québec	21 %	32 %

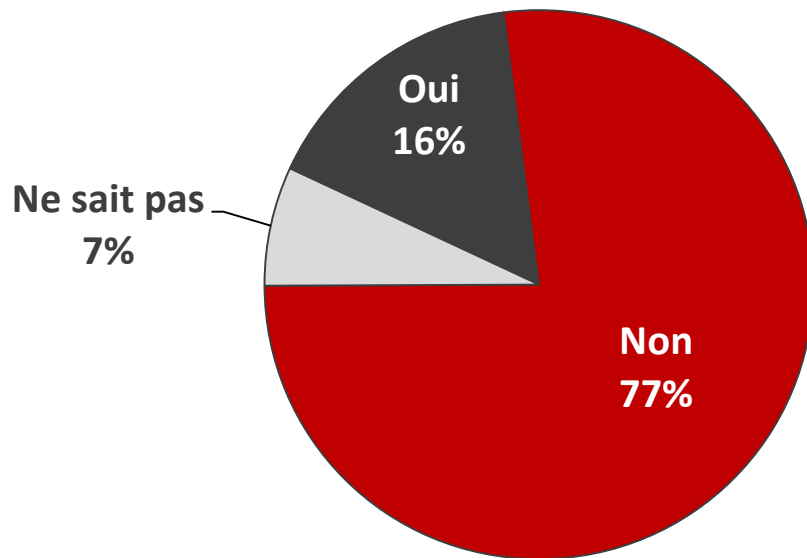
(Q B9a.....Q B9n)

x x x x x

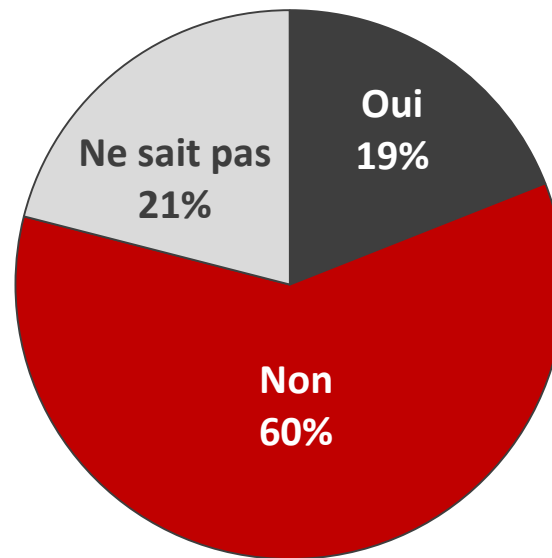


Intention d'adhérer à la Facture Internet (12 prochains mois)

Téléphonique



Panel Web



(Q B10)



Sujets qui suscitent le plus d'intérêt (parmi les lecteurs)

Téléphonique (spontané) ¹		Panel Web (non spontané) ²	
Conseils pour économiser de l'énergie	50 %	Conseils pour économiser de l'énergie	66 %
Conseils pour économiser de l'argent	13 %	Conseils pour économiser de l'argent	55 %
Ne peut identifier un sujet en particulier	26 %	L'efficacité énergétique	34 %
		Diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER	32 %
		Compteurs de nouvelle génération	17 %

(Q B11a, b, c)

Sujets qui suscitent le moins d'intérêt (parmi les lecteurs)

Téléphonique (spontané) ¹		Panel Web (non spontané) ²	
Ne peut identifier un sujet en particulier	64 %	Minuteries (piscine, éclairage)	28 %
		Déménagement	26 %
		Facture Internet	22 %
		Chauffe-eau à trois éléments	22 %
		Téléviseurs ENERGY STAR®	16 %

(Q B12a, b, c)

¹ Les répondants au sondage téléphonique n'avaient accès à aucun choix de réponse.

² Les répondants du panel avaient accès à une liste de choix.



Intérêt à l'égard de thèmes à aborder dans HydroContact (parmi les lecteurs)

Intérêt à avoir de l'information sur :	Téléphonique (proportion de très/assez intéressés)	Panel Web (proportion de très/assez intéressés)
Les nouvelles technologies dans le domaine de l'énergie	79 %	83 %
Hydro-Québec en général	66 %	62 %
Les différentes sources de production d'électricité (ex. : hydroélectricité, énergie éolienne, etc.)	71 %	78 %
Les grandes orientations d'Hydro-Québec (ex. : développement durable, innovation technologique, etc.)	64 %	66 %
Les compteurs de nouvelle génération	71 %	64 %
Comprendre la facture que vous recevez d'Hydro-Québec	74 %	77 %
Les grands projets d'Hydro-Québec	69 %	66 %
L'électrification des transports (individuels ou collectifs)	54 %	68 %

(Q B13A1.....Q B13A8) et (Q B13b)

x x x x x

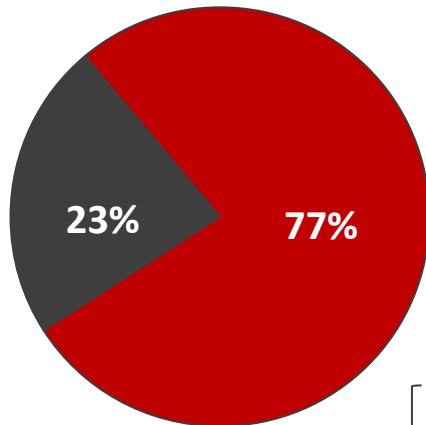


Utilité perçue du bulletin HydroContact (parmi les lecteurs)

Téléphonique

Pas utile

Peu	20 %
Pas du tout	3 %



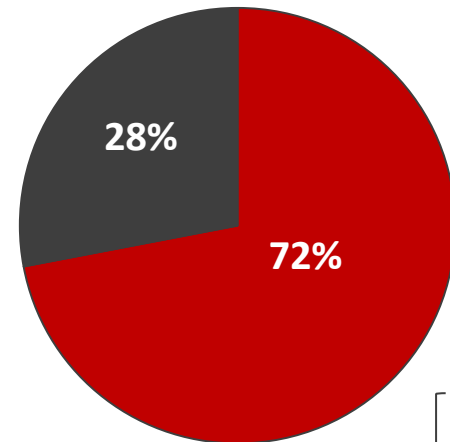
Utile

Très	19 %
Assez	58 %

Panel Web

Pas utile

Peu	24 %
Pas du tout	4 %



Utile

Très	13 %
Assez	59 %



Utilité perçue du bulletin HydroContact (parmi les lecteurs)

Téléphonique

Raisons			
Utile		Pas utile	
Informations intéressantes	43 %	Ne le lis pas ou peu	18 %
Bons conseils pour économie de l'énergie	40 %	Peu d'informations intéressantes	15 %
Bons renseignements	24 %	Peu de sujets importants	10 %

Panel Web

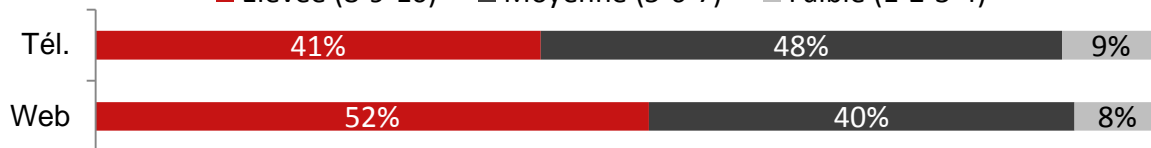
Raisons			
Utile		Pas utile	
Qualité informations (trucs, conseils)	27 %	Ne le lis pas	12 %
Quantité / diversité de l'information	6 %	Conseils pour réduire consommation pas suffisante	8 %
Aspect pratique de l'information	6 %	Programmes/services proposés non disponibles	7 %
Informations sur les nouveautés	14 %	Aucune en particulier	40 %
Aucune en particulier	17 %		

(Q C2) et (Q C3)



Appréciation globale du bulletin HydroContact

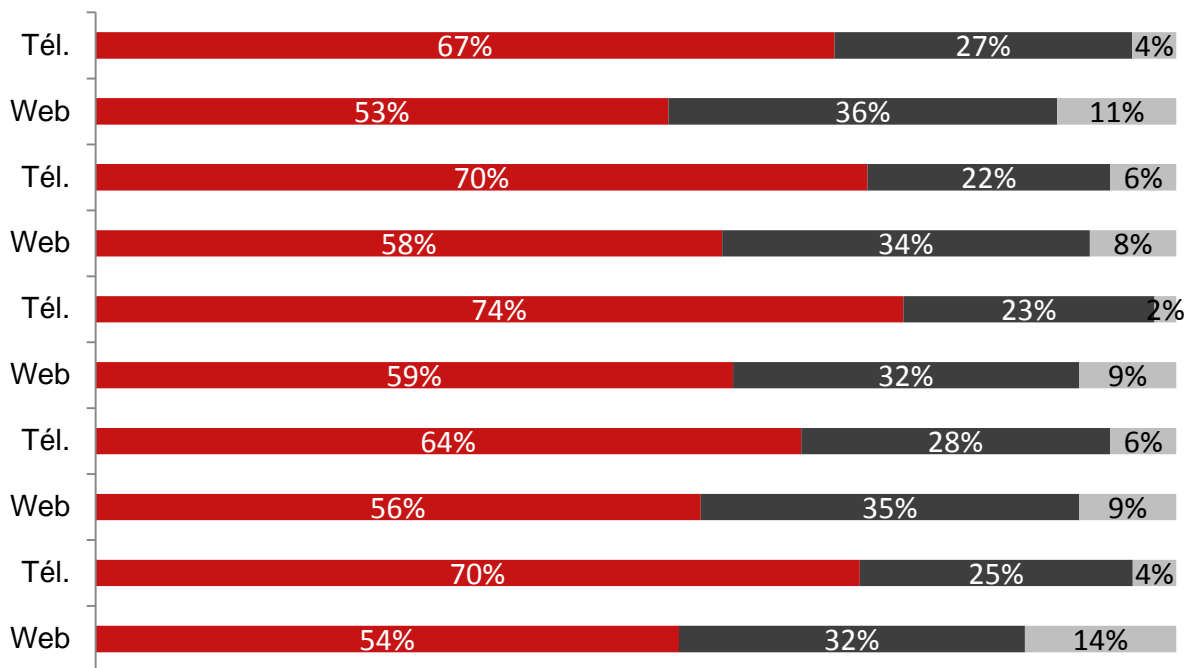
■ Élevée (8-9-10) ■ Moyenne (5-6-7) ■ Faible (1-2-3-4)



Moyenne	
Téléphonique	Panel Web
6,8	7,2

Appréciation de la présentation du bulletin HydroContact

■ Élevée (8-9-10) ■ Moyenne (5-6-7) ■ Faible (1-2-3-4)



Moyenne	
Téléphonique	Panel Web
7,9	7,3
8	7,5
8,1	7,6
7,7	7,4
8	7,2

(Q D1) (Q D2a.....Q D2e)



Appréciation du contenu de l'information du bulletin HydroContact (parmi les lecteurs)

	Téléphonique					Panel Web				
	Accord		Désaccord		NSP	Accord		Désaccord		NSP
	Tout à fait	Plutôt	Tout à fait	Plutôt		Tout à fait	Plutôt	Tout à fait	Plutôt	
HydroContact répond à mes besoins en information dans le domaine de l'électricité.	35 %	53 %	8 %	3 %	1 %	20 %	61 %	10 %	4 %	5 %
Le bulletin HydroContact m'incite à acheter des produits économiseurs d'énergie (ex. : thermostats électroniques, ampoules fluorescentes compactes, minuteries pour filtre de piscine ou pour l'éclairage).	40 %	46 %	11 %	3 %	--	22 %	49 %	18 %	8 %	3 %
Le bulletin HydroContact m'incite à adhérer aux services offerts par Hydro-Québec (ex : facture et paiement par Internet, Diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER, le service Comparez-vous).	17 %	49 %	23 %	8 %	3 %	16 %	41 %	26 %	13 %	5 %
Je suis les conseils présentés dans le bulletin HydroContact.	21 %	65 %	8 %	4 %	2 %	13 %	62 %	17 %	4 %	5 %
HydroContact m'incite à mieux consommer l'électricité (ex. : comment économiser l'énergie).	44 %	46 %	6 %	3 %	1 %	25 %	59 %	7 %	5 %	4 %
HydroContact m'incite à une utilisation sécuritaire de l'électricité.	43 %	47 %	5 %	3 %	1 %	29 %	52 %	12 %	4 %	3 %
Quand je vois un concours à l'intérieur d'HydroContact, cela m'incite davantage à lire l'article.	13 %	29 %	33 %	24 %	1 %	18 %	31 %	29 %	17 %	5 %
Quand je vois une adresse Internet à la fin d'un article, je suis plus porté(e) à aller visiter la page Internet pour avoir plus d'information sur le sujet.	13 %	26 %	29 %	23 %	10 %	13 %	33 %	34 %	16 %	5 %

(Q E1a.....Q E1H)

x x x x x



Section 3.2

Sondage auprès des clients qui sont inscrits à la Facture Internet



FAITS SAILLANTS :

- x La majorité des répondants qui ont participé au sondage sont inscrits à la Facture Internet depuis plus de 2 ans (58 %). Par ailleurs, le taux de satisfaction moyen à l'égard de la Facture Internet est élevé, avec une note de 8,9 sur une échelle en 10 points;
- x La notoriété totale (spontanée et assistée) du bulletin HydroContact est élevée (76 %) parmi les clients inscrits à la Facture Internet d'Hydro-Québec. Un peu moins de la moitié des participants au sondage (45 %) disent spontanément connaître le bulletin HydroContact;
- x Parmi les personnes qui connaissent le bulletin HydroContact, six personnes sur dix disent l'avoir déjà lu ou consulté soit en version papier ou électronique;
- x Le taux de lecture de la version électronique du bulletin HydroContact est de 35 % (dont 87 % le lisent en partie seulement) parmi les personnes qui le connaissent et qui sont inscrits à la Facture Internet (27% sur l'ensemble des répondants). Ces lecteurs ont consulté 2,5 copies en moyenne au cours des douze derniers mois;



- x Parmi les sujets traités dans HydroContact et dont les participants disent se souvenir dans une plus forte proportion on retrouve : le diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER (94 %), les thermostats électroniques (78 %), la Facture Internet (75 %) et le service de récupération Recyc-Frigo (73 %);
- x Un peu plus d'un non-lecteur sur deux (56 %) dit être intéressé par un bulletin d'information qui vise à renseigner les clients sur les produits et services d'Hydro-Québec ainsi que sur l'utilisation judicieuse et sécuritaire de l'électricité. L'information sur l'efficacité énergétique et les compteurs de nouvelle génération sont les thèmes pour lesquels ces personnes se montrent le plus intéressées. Finalement, la réception d'un courriel avec un lien direct au bulletin est le mode d'accès privilégié par plus d'une personne sur deux intéressée par un tel bulletin;
- x Parmi les lecteurs du bulletin en version électronique, les sujets qui suscitent le plus leur intérêt sont : les conseils pour économiser l'énergie (71 %) ou de l'argent (45 %) et dans une moindre mesure le diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER (34 %) et l'information sur l'efficacité énergétique (34 %);



- x Parmi un certain nombre de thèmes qui ont été présentés aux lecteurs comme pouvant faire l'objet d'articles futurs, ceux-ci se montrent surtout intéressés par l'information portant sur l'efficacité énergétique et les nouvelles technologies dans le domaine de l'énergie;
- x Une majorité de lecteurs de la version électronique du bulletin HydroContact le trouve très ou assez utile, et ce, principalement pour : l'utilité de l'information en regard de la situation personnelle et pour les conseils pour économiser l'énergie;
- x L'appréciation globale du bulletin HydroContact en version électronique est positive parmi les lecteurs (note de 7,9 sur dix);
- x De façon générale, la présentation visuelle du bulletin HydroContact est appréciée par les lecteurs de la version électronique. Tous les éléments mesurés obtiennent des notes supérieures à 8,0 sur une échelle en dix points;
- x Au plan du contenu, les éléments les plus appréciés par les lecteurs sont liés au fait qu'HydroContact répond à leurs besoins au plan de l'information, les incite à mieux consommer l'électricité et à se prévaloir des services offerts par Hydro-Québec;

x x x x x

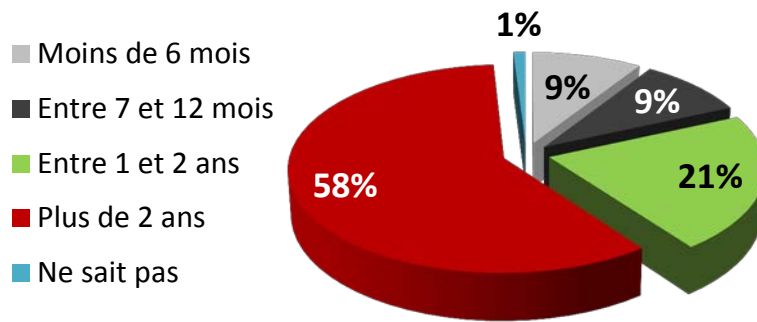


- x Pour terminer, la majorité des lecteurs mentionnent qu'il est facile d'accéder au bulletin via le site Web d'Hydro-Québec ou à partir de leur page personnelle. Par ailleurs, peu de personnes savent s'ils peuvent accéder au bulletin par leur cellulaire et peu de lecteurs ont enregistré le bulletin dans leurs favoris. La facilité de navigation entre les articles et l'accès aux archives du bulletin sont aussi des éléments appréciés des lecteurs.



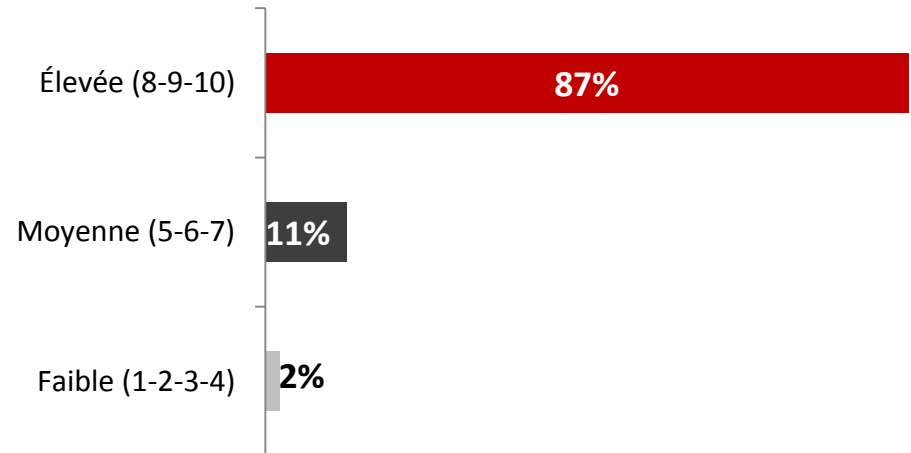
Inscription à la Facture Internet

Historique d'inscription



Moyenne : 2,2 ans

Satisfaction à l'égard de la Facture Internet



Taux de satisfaction moyen : 8,9

(Q C2) et (Q C3)

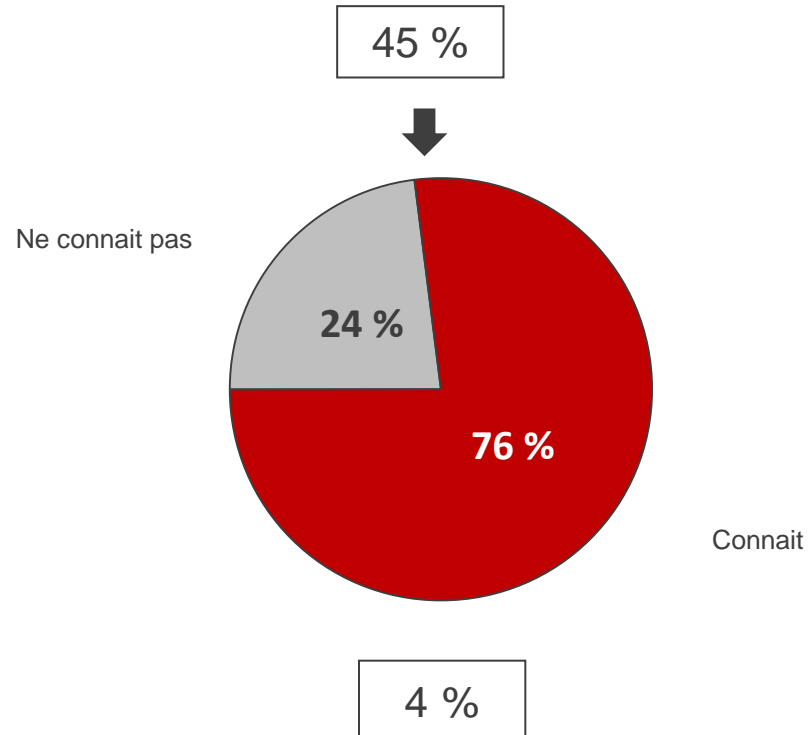


Notoriété du bulletin HydroContact (parmi les clients de la Facture Internet)

Notoriété spontanée
(Q A1)

Notoriété totale
(Q A1 + Q A2 + Q A2A)

Notoriété du nom
(sans aide ou support)
(Q A3A + Q A3B)





Taux de lecture du bulletin HydroContact (parmi les personnes qui connaissent le bulletin)

Clients Facture Internet

Taux de lecture¹ (version papier (23,2%), électronique (27,1%) les deux (8,9%)) = 60 %



Net 46 %

(Q B1)

Taux de lecture¹ (version électronique)

(Q B1A + Q B2)

35 %



Net 27 %

13 %

- En totalité

87 %

- En partie

Nb de copies consultées (Q B5)

2,5 copies

Nb de lecteurs par copies (Q B4)

1,3 lecteurs

Principaux sujets dont on se souvient spontanément :

(Q B6)

•Conseil — économie énergie 41 %

•Service récupération Recyc-Frigo 6 %

•Compteurs intelligents 4 %

•Thermostats électroniques 3 %

Principaux motifs évoqués pour ne pas lire le bulletin:

(Q B3)

•Manque de temps 45 %

•Manque d'intérêt 26 %

•N'aime pas lire à l'écran 14 %

•Ne sait pas où trouver l'information 12 %

¹ Le taux de lecture représente le nombre de lecteurs parmi les répondants qui connaissent le bulletin HydroContact, alors que le taux net représente les lecteurs sur l'ensemble des répondants aux sondages.





Notoriété de l'information parue dans HydroContact (parmi les lecteurs)

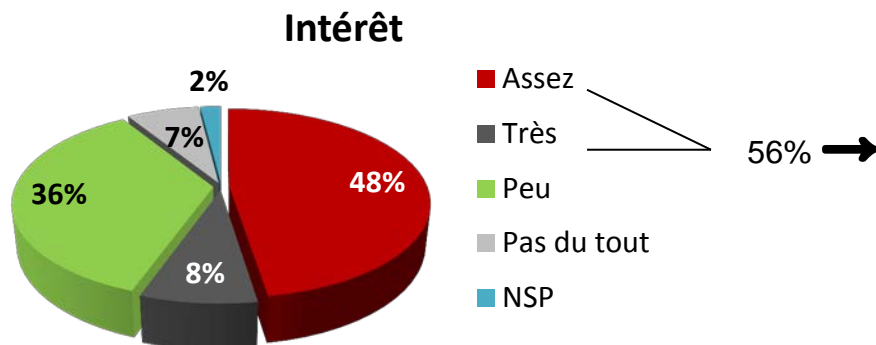
	Clients Facture Internet
Diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER	94 %
Thermostats électroniques	78 %
Facture Internet	75 %
Service récupération Recyc-Frigo	73 %
Efficacité énergétique	70 %
Déménagement	66 %
Page personnelle Hydro-Québec	64 %
Fluocompactes	63 %
Minuteries (piscine, éclairage, etc.)	52 %
Fenêtres/portes-fenêtres ENERGY STAR®	47 %
Service Comparez-vous	42 %
Compteurs de nouvelle génération	41 %
Téléviseurs ENERGY STAR®	26 %
Chauffe-eau à 3 éléments	20 %

(Q B9a.....Q B9n)

x x x x x



Intérêt à l'égard d'un bulletin d'information (parmi les non-lecteurs)



(Q B3a)

Modes d'accès privilégié pour accéder à un tel bulletin (QB3d)

Courriel avec lien vers le bulletin	56 %
Bouton sur la facture	25 %
Bouton sur la page personnelle	11 %

Sujets d'intérêt (parmi les répondants intéressés) (QB3b1 – QB3b9)

Information sur les nouvelles technologies – domaine de l'énergie	80 %	Information pour comprendre la Facture d'Hydro-Québec	76 %
Information sur Hydro-Québec en général	61 %	Information sur les grands projets d'Hydro-Québec	65 %
Information sur les différentes sources de production d'électricité	74 %	Information sur l'électrification des transports individuels ou collectifs	63 %
Information sur les grandes orientations d'Hydro-Québec	66 %	Information sur l'efficacité énergétique	93 %
Information sur les compteurs de nouvelle génération	85 %		



Sujets qui suscitent le plus d'intérêt (parmi les lecteurs)

Clients Facture Internet (non spontanée)¹

Conseils pour économiser de l'énergie	71 %
Conseils pour économiser de l'argent	45 %
Diagnostic résidentiel MIEUX CONSOMMER	34 %
L'efficacité énergétique	34 %
Facture Internet	29 %
Compteurs de nouvelle génération	17 %

(Q B11a, b, c)

Sujets qui suscitent le moins d'intérêt (parmi les lecteurs)

Clients Facture Internet (non spontanée)¹

Déménagement	46 %
Minuterie (piscine, éclairage)	40 %
Téléviseurs ENERGY STAR®	31 %
Chaque-eau à trois éléments	26 %
Fluocompact	23 %
Recyc-Frigo	23 %

(Q B12a, b, c)

¹ Les répondants du panel avaient accès à une liste de choix.



Intérêt à l'égard de thèmes à aborder dans HydroContact (parmi les lecteurs)

Intérêt à avoir de l'information sur :	Clients Facture Internet (proportion de très/assez intéressés)
Les nouvelles technologies dans le domaine de l'énergie	87 %
Hydro-Québec en général	62 %
Les différentes sources de production d'électricité (ex. : hydroélectricité, énergie éolienne, etc.)	74 %
Les grandes orientations d'Hydro-Québec (ex. : développement durable, innovation technologique, etc.)	65 %
Les compteurs de nouvelle génération	73 %
Comprendre la facture que vous recevez d'Hydro-Québec	60 %
Les grands projets d'Hydro-Québec	66 %
L'électrification des transports (individuels ou collectifs)	61 %
L'efficacité énergétique	90 %

(Q B13A1.....Q B13A9) et (Q B13b)

x x x x x

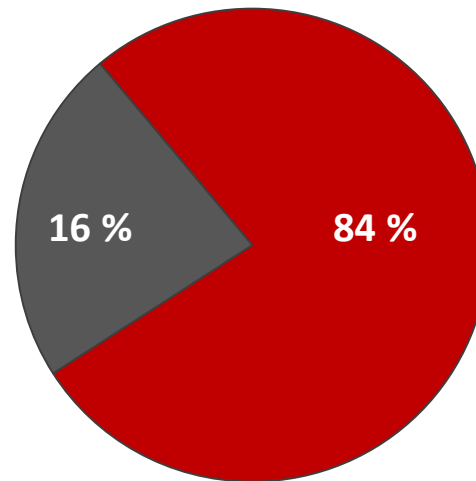


Utilité perçue du bulletin HydroContact (parmi les lecteurs)

Clients Facture Internet

Pas utile

Peu	15 %
Pas du tout	1 %



Utile

Très	15 %
Assez	69 %

(Q C1)



Utilité perçue du bulletin HydroContact (parmi les lecteurs)

Clients Facture Internet

Raisons			
Utile		Pas utile	
Informations utiles pour ma situation	53 %	Ne le lis pas	14 %
Conseil pour économiser de l'énergie	28%	Informations non pertinentes	19 %
Informations sur les réalisations d'Hydro-Québec	8 %	Reçoit l'information par d'autres moyens	15 %
		Aucune en particulier	28 %

(Q C2) et (Q C3)

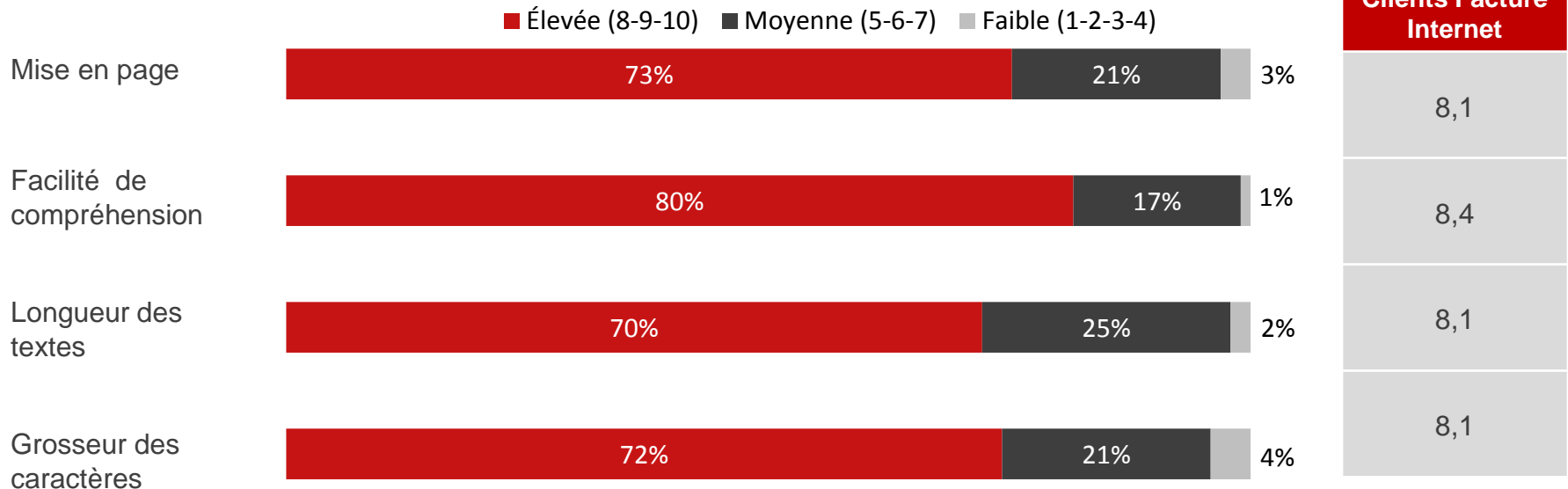
x x x x x



Appréciation globale du bulletin HydroContact (parmi les Clients Facture Internet)



Appréciation de la présentation du bulletin HydroContact (parmi les Clients Facture Internet)



(Q D1) (Q D2a.....Q D2e)

x x x x x



Appréciation du contenu de l'information du bulletin HydroContact (parmi les lecteurs)

	Clients Facture Internet				
	Accord		Désaccord		NSP
	Tout à fait	Plutôt	Tout à fait	Plutôt	
HydroContact répond à mes besoins en information dans le domaine de l'électricité.	31 %	62 %	1 %	3 %	3 %
Le bulletin HydroContact m'incite à acheter des produits économiseurs d'énergie (ex. : thermostats électroniques, ampoules fluorescentes compactes, minuteries pour filtre de piscine ou pour l'éclairage).	27 %	55 %	3 %	11 %	4 %
Le bulletin HydroContact m'incite à me prévaloir des services offerts par Hydro-Québec (ex : paiement par Internet, le mode de versements réseaux, le service Comparez-vous).	39 %	49 %	2 %	7 %	3 %
Je suis les conseils présentés dans le bulletin HydroContact.	15 %	69 %	1 %	10 %	5 %
HydroContact m'incite à mieux consommer l'électricité (ex. : comment économiser l'énergie).	34 %	56 %	1 %	6 %	3 %
HydroContact m'incite à une utilisation sécuritaire de l'électricité.	34 %	50 %	2 %	9 %	5 %
Quand je vois un concours à l'intérieur d'HydroContact, cela m'incite davantage à lire l'article.	17 %	37 %	10 %	31 %	5 %
Quand je vois une adresse Internet à la fin d'un article, je suis plus porté(e) à aller visiter la page Internet pour avoir plus d'information sur le sujet.	18 %	46 %	6 %	24 %	6 %

(Q E1a.....Q E1H)

x x x x x



Appréciation de la navigation (parmi les lecteurs)

	Clients Facture Internet				
	Accord		Désaccord		NSP
	Tout à fait	Plutôt	Tout à fait	Plutôt	
Le bulletin HydroContact est facile à trouver sur le site Web d'Hydro-Québec	40 %	48 %	—	2 %	10 %
Le bulletin est facile d'accès à partir de ma page personnelle HydroContact	47 %	43 %	1 %	3 %	7 %
Le bulletin est facilement accessible à partir de mon cellulaire	4 %	6 %	4 %	6 %	80 %
J'enregistre le bulletin HydroContact dans mes favoris	6 %	13 %	52 %	19 %	10 %
Il est facile de naviguer d'un article à l'autre dans un même numéro du bulletin HydroContact	18 %	58 %	1 %	4 %	19 %
Il est intéressant de pouvoir consulter les archives du bulletin HydroContact (numéros précédents)	19 %	41 %	3 %	8 %	29 %

(Q E1a.....Q E1H)

x x x x x



Section 3.3

Profils des participants