



Office
de la protection
du consommateur
Québec 



CONSEIL QUÉBÉCOIS DU
COMMERCE DE DÉTAIL

Leger
MARKETING

Étude sur l'indication et l'exactitude des prix

Février 2013

Projet 14797_001A

Table des matières

Contexte et objectifs de l'étude.....	4
Méthodologie.....	8
Échantillon.....	10
Faits saillants.....	13
 <i>Résultats détaillés de la recherche</i>	
1. Satisfaction à l'égard de l'affichage des prix en magasin au cours des quatre derniers jours	21
1.1 Facilité à trouver le prix des produits en magasin.....	24
1.2 Indication du prix des produits en magasin.....	26
1.3 Facilité à associer les prix avec les bons produits.....	28
 2. Vérification de prix au cours des quatre derniers jours.....	30
2.1 Utilisation des bornes de vérification de prix et raisons de non-utilisation.....	31
2.2 Facilité à trouver une borne de vérification de prix.....	33
2.3 Facilité à utiliser la borne de vérification de prix.....	34
2.4 Facilité à vérifier les erreurs de prix à la caisse.....	36
2.5 Facilité à lire le prix des produits scannés à la caisse.....	39
2.6 Facilité à associer les produits achetés avec leur prix sur le reçu de caisse.....	41
2.7 Impression d'une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché.....	43
2.8 Demande de correction d'une erreur de prix.....	45
2.9 Correction du prix par le détaillant.....	46
2.10 Satisfaction à l'égard de la façon dont le commerçant a traité la demande de correction de prix.....	47

Table des matières

Résultats détaillés de la recherche - suite

3. Satisfaction à l'égard de l'affichage des prix en général.....	48
3.1 Facilité à associer les étiquettes-tablette avec les bons produits.....	49
3.2 Comparaison des prix des produits semblables grâce aux étiquettes-tablette.....	51
3.3 Lisibilité des étiquettes-tablette de prix.....	53
3.4 Compréhension des étiquettes présentant le prix par unité de poids ou de volume.....	55
3.5 Satisfaction à l'égard de l'utilité de bornes de vérification de prix dans les magasins.....	57
3.6 Satisfaction à l'égard du nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins.....	59
3.7 Fréquence d'utilisation des bornes de vérification de prix et raisons.....	61
3.8 Vérification des erreurs à la caisse.....	63
3.9 Facilité à lire le prix des produits scannés à la caisse.....	65
 4. Compréhension de la politique d'exactitude des prix.....	 67
4.1 Connaissance de la politique d'exactitude des prix.....	68
4.2 Demande de correction d'une erreur de prix.....	73
4.3 Satisfaction à l'égard de la manière dont les commerçants traitent les demandes de correction de prix.....	75
 Profil des répondants.....	 77

CONTEXTE ET OBJECTIFS





CONTEXTE ET OBJECTIFS

Historique du mandat

- Durant les années 1990, l'usage des lecteurs optiques permettant de lire le prix des articles à partir des codes à barres s'est largement répandu chez les détaillants du Québec. L'introduction à grande échelle de cette innovation technologique a complètement modifié le paysage du commerce de détail, et ce, tant pour les commerçants que pour les consommateurs.
- Pour les détaillants, l'utilisation des codes à barres pour gérer les stocks et les prix a introduit des changements structurels dans la gestion de leurs entreprises. Pour les consommateurs, l'utilisation à large échelle des lecteurs optiques a modifié, en contexte de sélection de produits et lors du passage à la caisse, la façon dont l'information sur les prix leur est rendue disponible.
- Le droit du consommateur à l'information concernant le prix des articles lors de la sélection du produit et lors du passage à la caisse est assuré par des dispositions législatives et réglementaires au Québec. En effet, selon la Loi sur la protection du consommateur (LPC), un commerçant doit indiquer le prix sur chaque bien offert en vente dans son établissement ou, dans le cas d'un bien emballé, sur son emballage, sous réserve de ce qui est prévu par règlement. La LPC est sous la responsabilité de l'Office.
- Jusqu'au tournant des années 2000, le Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur (RPC) ne permettait pas une utilisation à large échelle de la lecture optique des prix sans étiquetage à l'unité. À la suite de discussions entre les détaillants, les associations de consommateurs et l'Office, le règlement d'application de la LPC a été modifié afin d'exempter les commerçants qui utilisent des lecteurs optiques de leur obligation d'étiqueter chacun des biens en vente, sous certaines conditions.



CONTEXTE ET OBJECTIFS

Historique du mandat – suite

- Lors de l'introduction au RPC de l'exemption pour un commerçant d'étiqueter les prix à l'unité, il a été convenu de procéder à la réalisation, après quelques années, d'un sondage permettant de mesurer la satisfaction des consommateurs à l'égard des exigences de l'article 91.4 du règlement pour les commerçants qui se prévalent de l'exemption prévue à cet article et notamment celle relative à l'indication des prix.
- Cette exigence est prévue dans l'Engagement volontaire (2000) auxquels ont souscrit des commerçants représentés aujourd'hui par le Conseil québécois de commerce de détail (CQCD). L'Engagement volontaire (2000) prévoyait la réalisation de quatre études afin de vérifier le taux d'exactitude des prix, en plus de la réalisation d'un sondage pour mesurer la satisfaction des consommateurs.
- Le sondage faisant l'objet de ce rapport était la dernière obligation prévue à l'engagement volontaire, les quatre précédentes études ayant été réalisées en 2002, 2004, 2006 et 2008. Comparativement aux études antérieures qui mesuraient le taux d'exactitude des prix de façon précise et basées sur des faits, ce sondage mesure les perceptions des répondants quant à leur expérience de magasinage récente et de façon générale, notamment au niveau de leur niveau de satisfaction envers les étiquettes-tablette et les bornes de vérification.



CONTEXTE ET OBJECTIFS

Objectifs

- Léger Marketing a été mandatée par l'Office de la protection du consommateur (OPC) afin d'effectuer une étude sur la satisfaction des consommateurs Québécois à l'égard des dispositions réglementaires encadrant l'affichage des prix en magasin ainsi que la marche à suivre en cas d'erreur de prix constatée à la caisse.
- Le sondage de satisfaction ne visait que les commerces qui se prévalent de l'exemption de l'obligation de l'indication du prix sur chaque bien qu'ils offrent. Cette exemption est encadrée par des dispositions réglementaires, lesquelles faisaient l'objet du sondage.
- L'étude visait à recueillir des éléments relatifs à la fois à une expérience précise d'achat et à des expériences générales d'achat.
- Plus spécifiquement :
 - Le sondage doit mesurer le respect des dispositions réglementaires par le commerçant, tel que perçu par le consommateur.
 - Le sondage doit également mesurer la satisfaction des consommateurs à l'égard des dispositions réglementaires.
 - Puisque plusieurs dispositions réglementaires visent à outiller le consommateur pour qu'il soit en mesure d'effectuer des choix éclairés (caractéristiques du bien, prix), le sondage doit mesurer la capacité du consommateur à effectuer certaines opérations, par exemple comparer les prix de produits de même catégorie.
 - Pour certaines dispositions (lecteur optique et politique d'exactitude des prix), le sondage doit également mesurer le niveau d'utilisation des consommateurs.



ÉCHANTILLON

ÉCHANTILLON

- L'échantillon devait être composé d'un minimum de 2000 répondants dont un minimum de 300 répondants pour chacun des secteurs. Le tableau ci-dessous présente les quotas qui ont été fixés et le nombre d'entrevues complétées.

Secteur	Bannières	Nombre d'entrevues complétées
Alimentation	Costco	82
	IGA	105
	IGA Extra	84
	Métro	98
	Métro Plus	76
	Super C	101
	Maxi et Maxi & Cie	102
	Loblaws	69
	Provigo	80
SOUS-TOTAL SECTEUR « ALIMENTATION »		797
Pharmacie	Pharmacie Jean Coutu	113
	Pharmaprix	105
	Uniprix	106
SOUS-TOTAL SECTEUR « PHARMACIE »		324
Quincaillerie	Unimat	59
	Canadian Tire	107
	Réno-Dépôt	84
	Rona (autres)	82
	Rona L'entrepôt	106
SOUS-TOTAL SECTEUR « QUINCAILLERIE »		438
Autre	Future Shop	54
	Zellers	115
	Bureau en gros	106
	Walmart	116
	Toys « R » Us	50
SOUS-TOTAL SECTEUR « AUTRE »		441

Échantillon total
n=2000

Quota minimum de 300

Quota minimum de 300

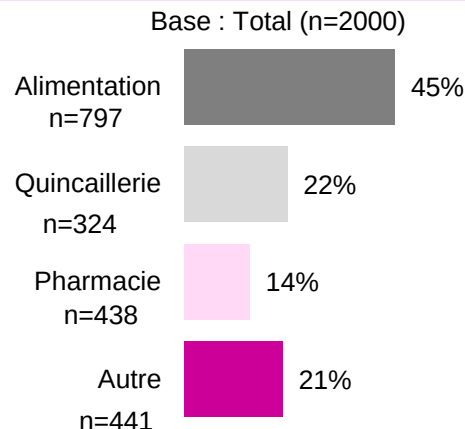
Quota minimum de 300

Quota minimum de 300

ÉCHANTILLON

- Parmi les 2000 répondants, 797 répondants, soit 45% de l'échantillon, ont évalué leur achat dans le secteur de l'alimentation au cours des 4 derniers jours, 22% (438 répondants) ont évalué leur achat dans une quincaillerie, 14% (324 répondants) à la pharmacie et 21% (441 répondants) ailleurs.
- Plus de la moitié des répondants (54%) ont acheté 4 articles et moins au cours de leur dernière visite.

Proportion des répondants ayant évalué les secteurs suivants:



Nombre d'articles achetés au cours de la plus récente visite

Pour les prochaines questions, je vous demanderais de penser à votre plus récente visite chez... , soit celle ayant eu lieu au cours des quatre derniers jours. Il est important que vous vous référerez uniquement à cette visite précise chez ...

QBB. Tout d'abord, lors de votre plus récente visite chez , approximativement combien d'articles avez-vous acheté?

Base : tous les répondants	Total	Alimentation	Pharmacie	Quincaillerie	Autre
n=	2000	797	324	438	441
4 articles et moins	54%	26%	78%	83%	72%
De 5 à 10 articles	23%	30%	20%	11%	19%
Plus de 10 articles	23%	43%	2%	5%	8%

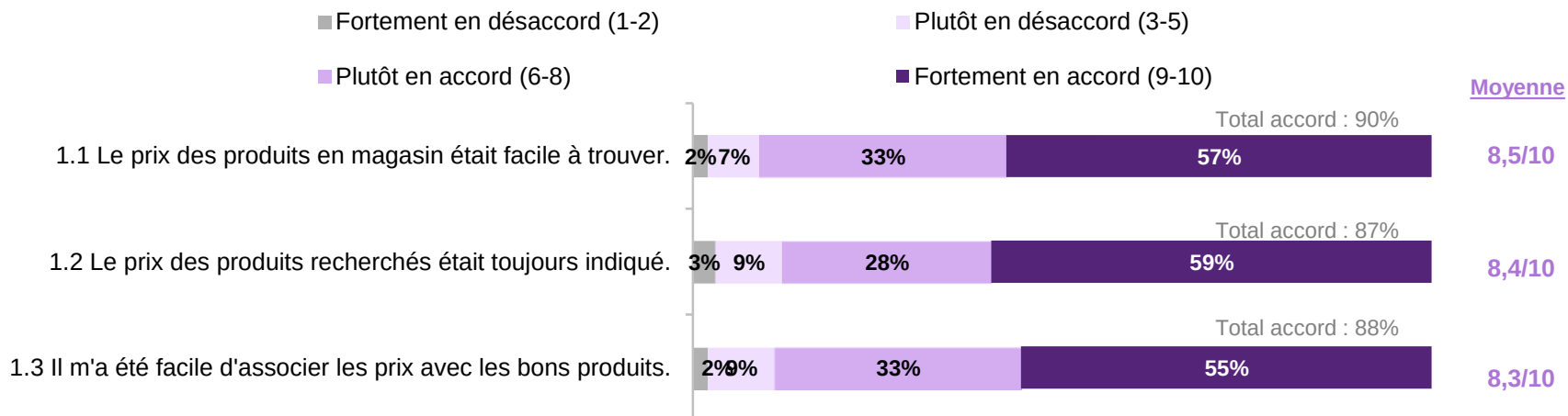




FAITS SAILLANTS

Section #1 Satisfaction à l'égard de l'affichage des prix en magasin au cours des quatre derniers jours

- Parmi les acheteurs interrogés, la grande majorité affirme n'avoir eu aucun problème quant à l'affichage des prix en magasin:
 - En effet, 90% des acheteurs affirment que le prix des produits en magasin était facile à trouver;
 - 87% affirment que le prix des produits recherchés était toujours indiqué;
 - Et 88% affirment qu'il était facile d'associer les prix avec les bons produits.

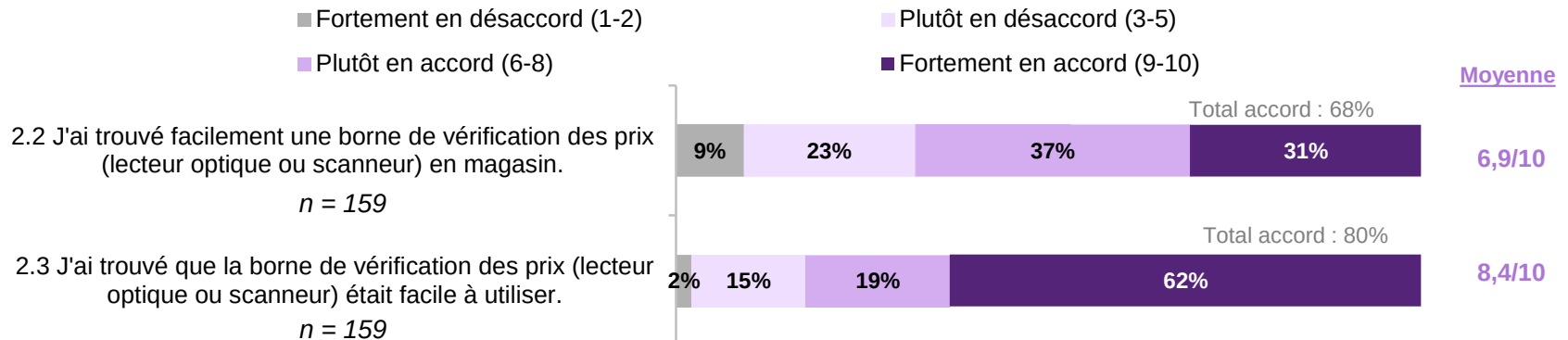
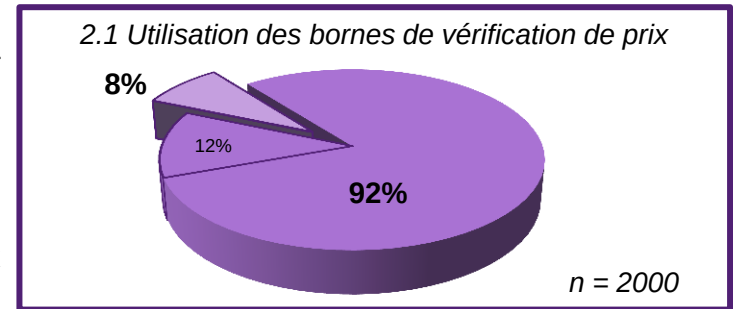




FAITS SAILLANTS

Section #2 Vérification des prix au cours des quatre derniers jours

- Au total, 8% des répondants ont mentionné avoir utilisé une borne de vérification de prix pour vérifier le prix d'un produit. Ce taux passe à 16% dans le secteur des autres magasins.
- Parmi les 92% d'acheteurs qui n'ont pas utilisé de borne de vérification de prix, 74% ont mentionné spontanément ne pas avoir eu besoin de vérifier le prix des articles en magasin et 13% (soit 12% de l'ensemble des répondants présenté dans le graphique à droite) ont mentionné avoir voulu vérifier le prix des produits, mais il n'avait pas de borne de vérification de prix dans ce magasin.
- Parmi les 12% d'acheteurs qui ont utilisé une borne de vérification de prix, 68% ont trouvé facilement une borne en magasin et 81% ont trouvé que la borne était facile à utiliser.

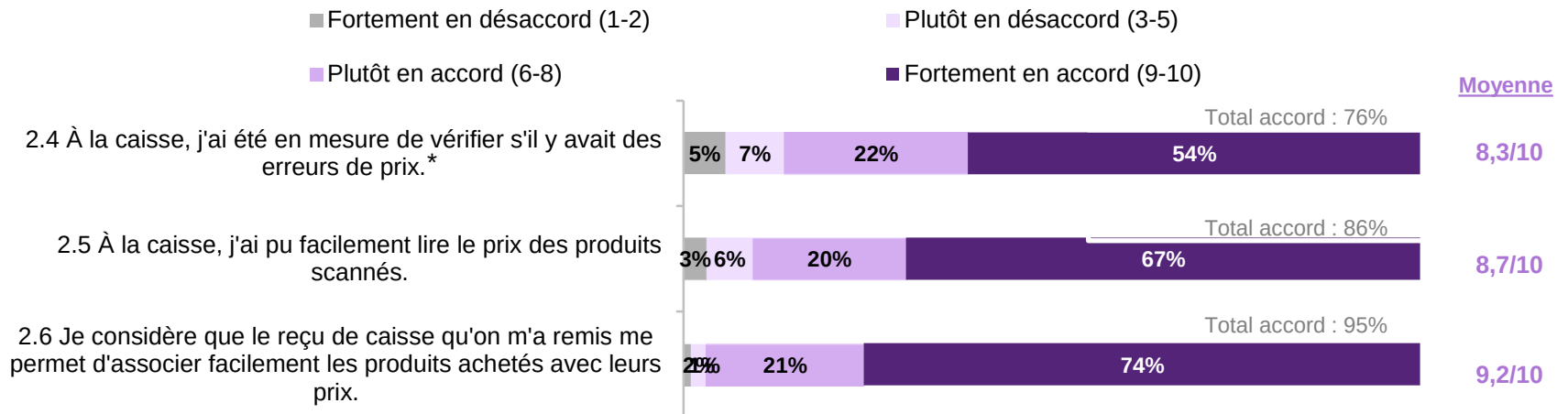




FAITS SAILLANTS

Section #2 Vérification des prix au cours des quatre derniers jours - suite

- Parmi les acheteurs interrogés, la grande majorité affirme n'avoir eu aucun problème à vérifier s'il y avait des erreurs de prix à la caisse :
 - En effet, 76% des acheteurs affirment avoir été en mesure de vérifier s'il y avait des erreurs de prix*;
 - 87% affirment avoir pu lire facilement le prix des produits scannés;
 - Et 95% considèrent que le reçu de caisse leur a permis d'associer facilement les produits achetés avec leur prix.



- Parmi les acheteurs ayant mentionné avoir eu de la difficulté à vérifier s'il avait des erreurs de prix à la caisse (227 répondants), les principales raisons énumérées sont le fait de ne pas bien voir l'écran de la caisse (21%), le fait que les articles soient passés trop rapidement (15%) et le fait que les acheteurs soient occupés à faire autre chose (ex : emballer) à la caisse (10%).

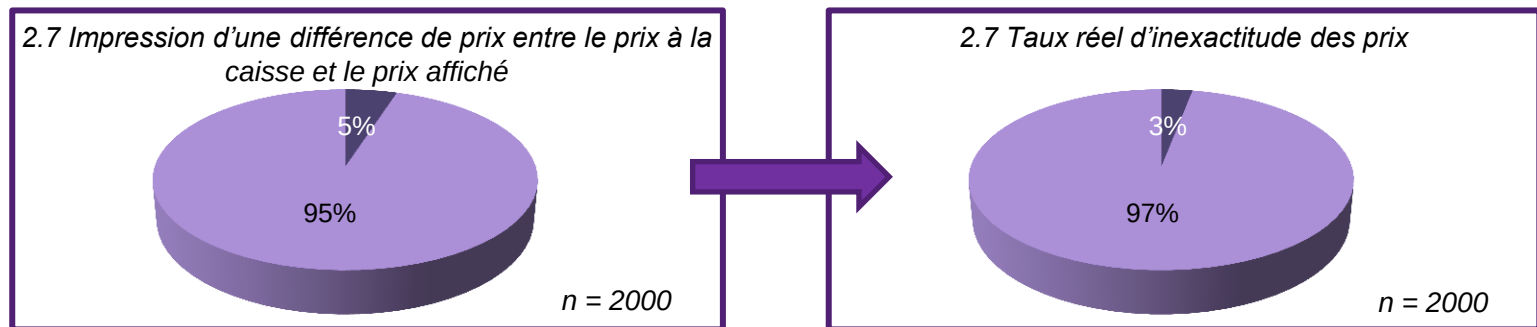
* Il est à noter que pour cette question, 11% des répondants ont mentionné que l'énoncé ne s'applique pas à leur situation d'achat et cette proportion augmente à 13% parmi les répondants ayant acheté moins de 5 articles.



FAITS SAILLANTS

Section #2 Vérification des prix au cours des quatre derniers jours - suite

- Au total, 5% des acheteurs ont cru voir une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché sur les tablettes ou ailleurs.
- Parmi les répondants qui ont cru voir une différence de prix (101 répondants), 56% ont affirmé qu'il y avait réellement une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché sur les tablettes ou ailleurs. Le taux réel d'inexactitude des prix est donc de 3%.



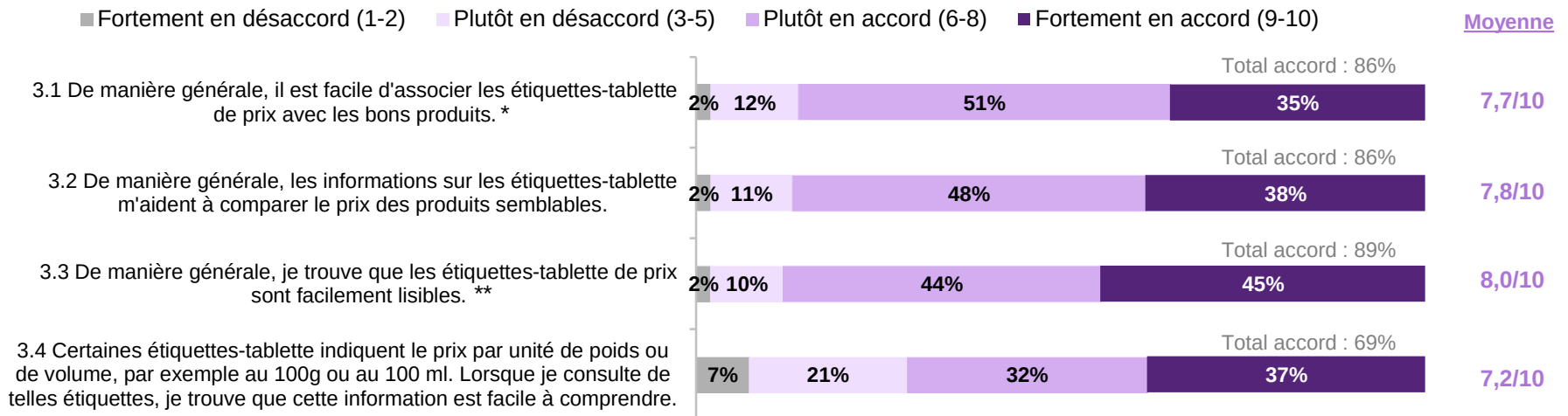
- Parmi les acheteurs pour qui il y avait réellement une différence de prix (59 répondants), les deux tiers (67%) ont demandé à ce que l'erreur de prix soit corrigée. (section 2.8)
- Parmi ceux-ci, le détaillant a corrigé l'erreur de prix dans 9 cas sur 10 (91%). 75% des répondants qui ont fait corriger l'erreur de prix se disent satisfaits de la façon dont le commerçant a traité la demande de correction de prix. (sections 2.9 et 2.10)



FAITS SAILLANTS

Section #3 Satisfaction à l'égard de l'affichage des prix en général

- De façon général, la majorité des acheteurs interrogés affirme que les étiquettes-tablette sont conformes à leurs attentes:
 - En effet, 86% des acheteurs affirment qu'il est facile d'associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits;
 - 86% affirment que les informations sur les étiquettes-tablette les aident à comparer le prix des produits semblables;
 - 89% affirment que les étiquettes-tablette de prix sont facilement lisibles;
 - Et 69% affirment qu'il est facile de comprendre les informations sur les étiquettes-tablette ayant une mesure de prix par unité de volume ou de poids.



* Parmi les 14% d'acheteurs affirmant qu'il n'est pas facile d'associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits (288 répondants), 68% mentionnent qu'il est difficile de savoir quel article correspond à l'étiquette et de savoir avec certitude si l'article n'a pas été déplacé.

** Parmi les 11% de répondants affirmant que les étiquettes-tablette de prix ne sont pas facilement lisibles (250 répondants), un peu plus de la moitié (53%) disent que les caractères sur les étiquettes sont écrits trop petits.



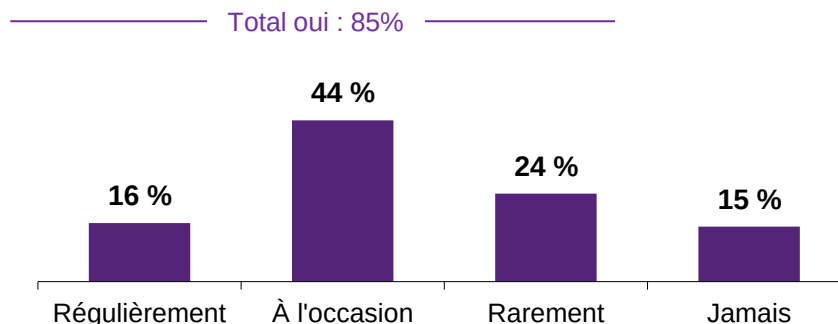
FAITS SAILLANTS

Section #3 Satisfaction à l'égard de l'affichage des prix en général - suite

- Au total, 85% des acheteurs utilisent les bornes de vérification de prix pour vérifier le prix d'un produit.

- Parmi les raisons mentionnées pour utiliser les bornes de vérification de prix, 33% des répondants ont mentionné le fait qu'il n'y a parfois aucune mention de prix ou d'étiquettes, 24% ont mentionné utiliser les bornes quand ils ont un doute sur le prix et 17% ont mentionné pour vérifier lorsque le prix en spécial n'est pas indiqué.

3.7 Fréquence d'utilisation des bornes de vérification de prix



- De plus, 83% des acheteurs trouvent utile d'avoir accès à des bornes de vérification de prix;
- Cependant, seulement 44% affirment que le nombre de bornes de vérification de prix est suffisant.

■ Fortement en désaccord (1-2)

■ Plutôt en accord (6-8)

■ Plutôt en désaccord (3-5)

■ Fortement en accord (9-10)

3.5 Je trouve utile d'avoir accès à des bornes de vérification de prix (lecteurs optiques ou scanneurs) dans les magasins.



3.6 De manière générale, je trouve que le nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins est suffisant.

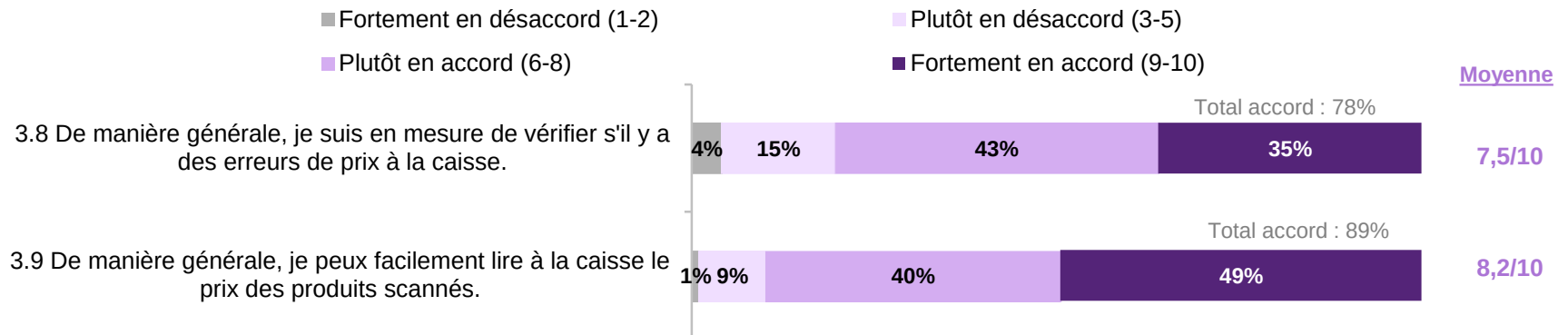




FAITS SAILLANTS

Section #3 Satisfaction à l'égard de l'affichage des prix en général – suite

- Parmi les acheteurs interrogés, la majorité affirme n'avoir aucun problème à vérifier s'il y a des erreurs de prix à la caisse:
 - En effet, 78% des acheteurs affirment être en mesure de vérifier s'il y a des erreurs de prix à la caisse;
 - Et 89% affirment être en mesure de lire facilement le prix des produits scannés à la caisse.





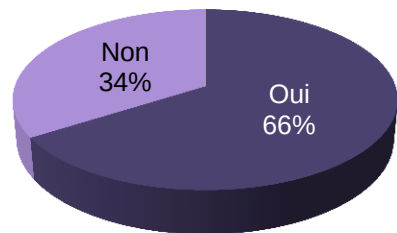
FAITS SAILLANTS

Section #4 Compréhension de la politique d'exactitude des prix

- De façon générale, les deux tiers (66%) des acheteurs affirment connaître la politique d'exactitude des prix et un peu plus de la moitié (53%) affirment avoir déjà lu la pancarte qui explique la politique d'exactitude des prix.
- Lorsqu'on teste leurs connaissances quant à la politique d'exactitude des prix, 48% des répondants ont obtenu la bonne réponse au test.

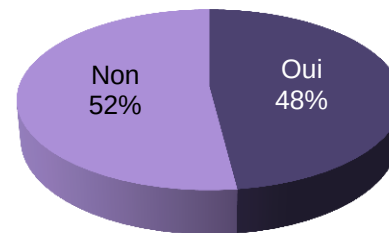


4.1 Connaissiez-vous la politique d'exactitude des prix?



n = 2000

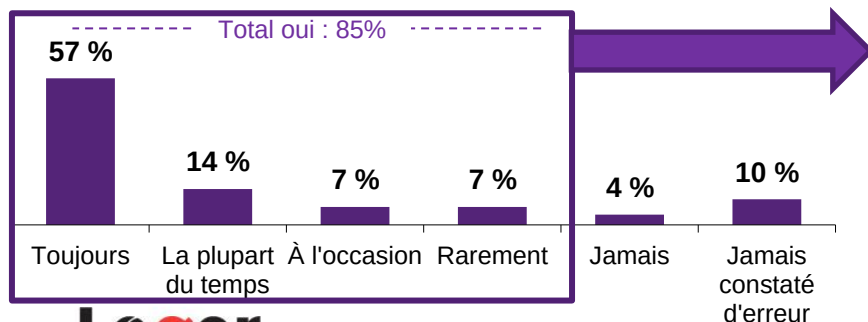
4.1 Taux de bonnes réponses à la mise en situation



n = 2000

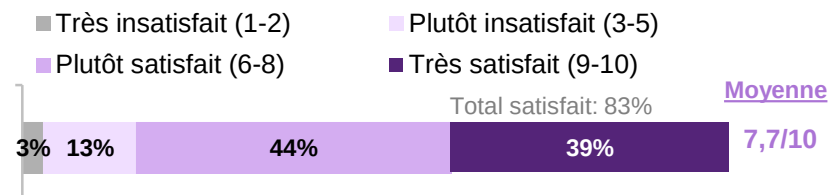
4.2 Demande de correction d'une erreur de prix

- Plus des trois quarts des répondants (85%) avancent qu'ils demandent que le prix soit corrigé lorsqu'ils constatent des erreurs de prix.



4.3 Satisfaction à l'égard de la manière dont les commerçants traitent les demandes de correction de prix

- Parmi les répondants qui ont constaté des erreurs de prix et qui demandent de faire corriger l'erreur (1513 répondants), 83% des répondants se disent satisfaits de la manière dont les commerçants traitent leurs demandes de correction de prix.



2005	25%
2006	35%
2007	36%
2008	48%
2009	55%
2010	80%
2011	85%



+10%

+30%

+40%

+40%

ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS



**1. Satisfaction à l'égard
de l'affichage des prix
en magasin au cours
des quatre derniers
jours**

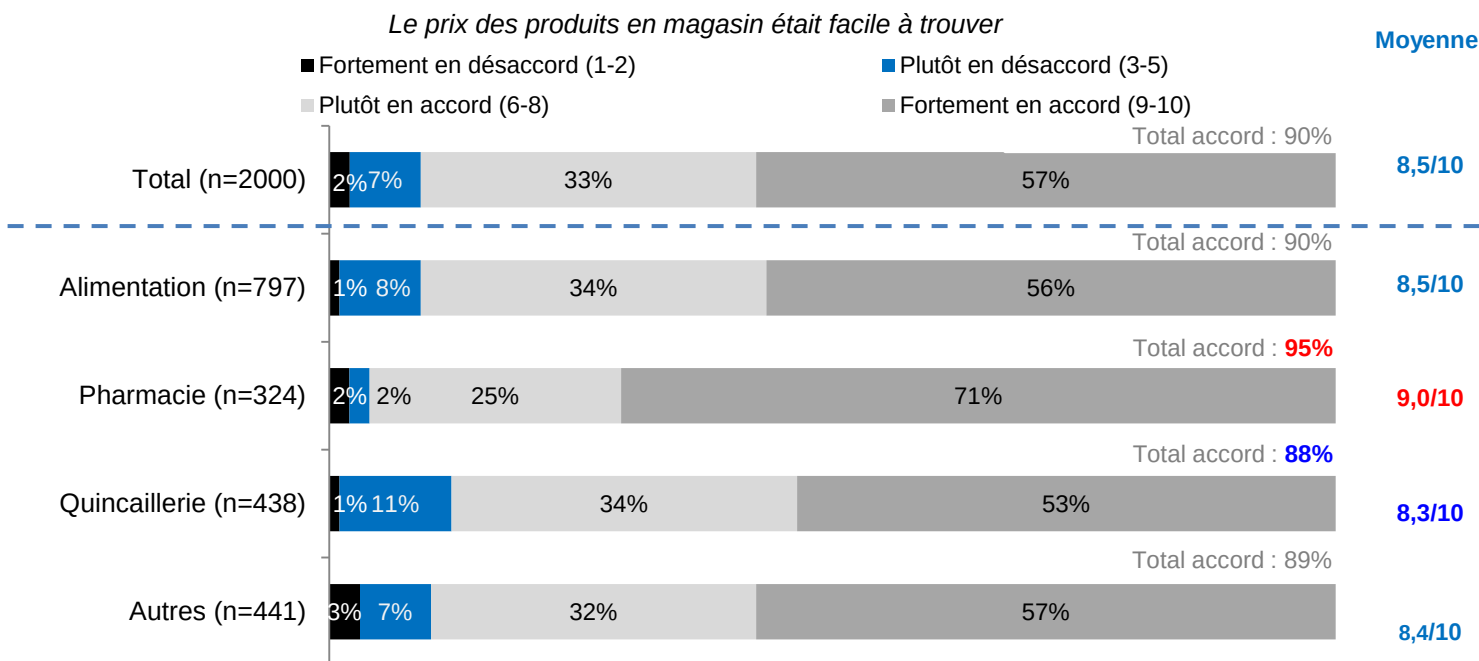


ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1.1 Facilité à trouver le prix des produits en magasin

- La quasi-totalité des répondants (90%) jugent que le prix des produits était facile à trouver
 - Le 35-44 ans (95%), les personnes dont le revenu annuel brut du ménage est de 60K\$-79K\$ (94%) et les acheteurs en pharmacie (95%) sont plus nombreux à juger que les prix étaient faciles à trouver.

B1. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés se rapportant à l'affichage des prix en magasin. Pour chacun des énoncés, veuillez qualifier votre niveau d'accord envers l'énoncé à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser. Veuillez ne pas considérer vos achats de vêtements.





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1.1 Facilité à trouver le prix des produits en magasin - suite -

B1. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés se rapportant à l'affichage des prix en magasin. Pour chacun des énoncés, veuillez qualifier votre niveau d'accord envers l'énoncé à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser. Veuillez ne pas considérer vos achats de vêtements.

Le prix des produits en magasin était facile à trouver

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	2%	2%	1%	0%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	7%	8%	7%	7%	5%	4%	9%	9%	9%	8%	8%	7%
Plutôt en accord (6-8)	33%	33%	32%	29%	27%	36%	31%	36%	35%	33%	33%	32%
Fortement en accord (9-10)	57%	56%	59%	63%	66%	58%	57%	51%	52%	56%	58%	59%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	2%	3%	2%	2%	0%	1%	1%	2%	0%	1%	1%	2%	1%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	7%	9%	12%	7%	5%	7%	6%	6%	9%	8%	9%	8%	8%	7%
Plutôt en accord (6-8)	33%	35%	34%	32%	31%	32%	31%	33%	31%	36%	29%	34%	31%	37%
Fortement en accord (9-10)	57%	51%	52%	58%	63%	61%	61%	58%	59%	54%	58%	57%	59%	54%



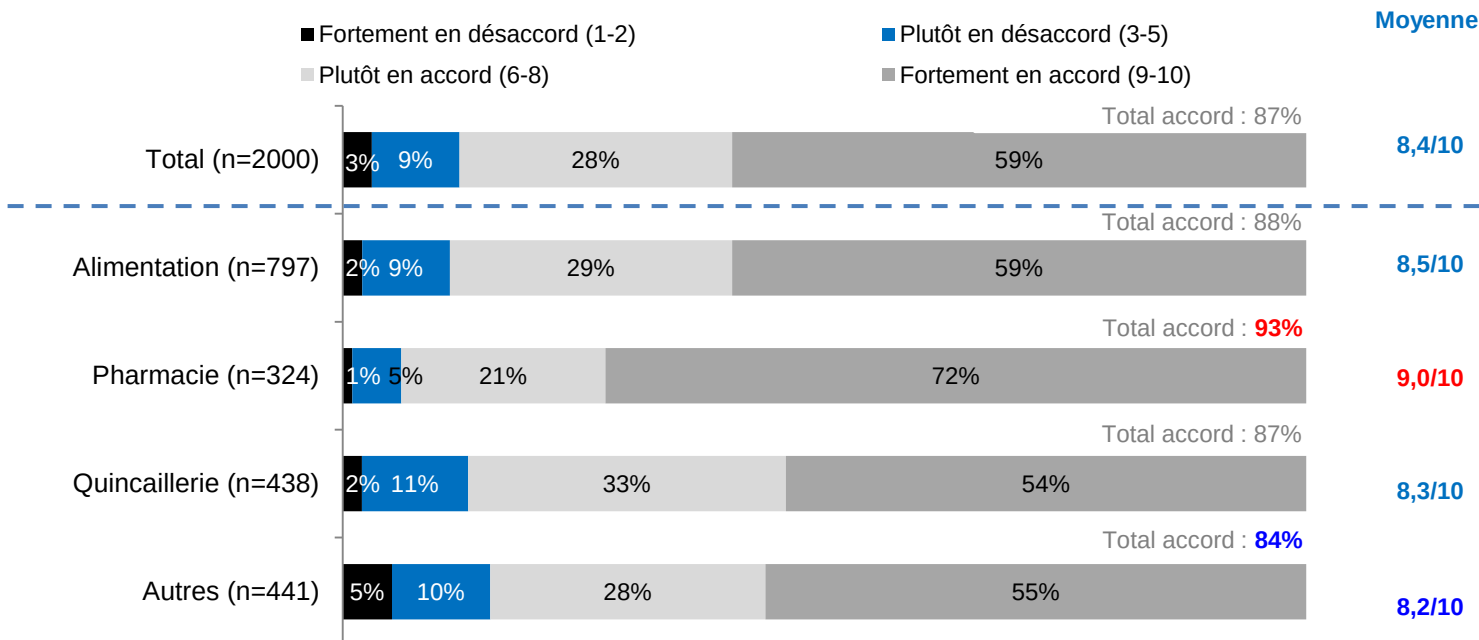
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1.2 Indication du prix des produits en magasin

- Près de 9 répondants sur dix (87%) disent que le prix des produits recherchés était toujours indiqué.
 - Les 35-44 ans (91%), les personnes dont le revenu annuel brut du ménage est 80K\$-99K\$ (93%) sont significativement plus nombreuses à dire que les prix recherchés étaient toujours indiqués.

B2. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés se rapportant à l'affichage des prix en magasin. Pour chacun des énoncés, veuillez qualifier votre niveau d'accord envers l'énoncé à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser. Veuillez ne pas considérer vos achats de vêtements.

Le prix des produits recherchés était toujours indiqué





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1.2 Indication du prix des produits en magasin - suite -

B2. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés se rapportant à l'affichage des prix en magasin. Pour chacun des énoncés, veuillez qualifier votre niveau d'accord envers l'énoncé à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser. Veuillez ne pas considérer vos achats de vêtements.

Le prix des produits recherchés était toujours indiqué

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	3%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	5%	3%	3%	3%	3%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	10%	9%	10%	9%	7%	10%	10%	10%	9%	9%	9%
Plutôt en accord (6-8)	28%	28%	29%	19%	25%	27%	30%	35%	29%	33%	28%	25%
Fortement en accord (9-10)	59%	59%	59%	67%	64%	64%	57%	48%	57%	54%	60%	63%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	3%	4%	3%	3%	2%	1%	3%	2%	3%	5%	3%	3%	3%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	15%	12%	10%	7%	6%	6%	11%	7%	12%	7%	7%	9%	12%
Plutôt en accord (6-8)	28%	31%	30%	29%	27%	27%	28%	27%	33%	32%	28%	28%	29%	27%
Fortement en accord (9-10)	59%	50%	54%	58%	64%	66%	63%	60%	56%	52%	61%	61%	59%	59%



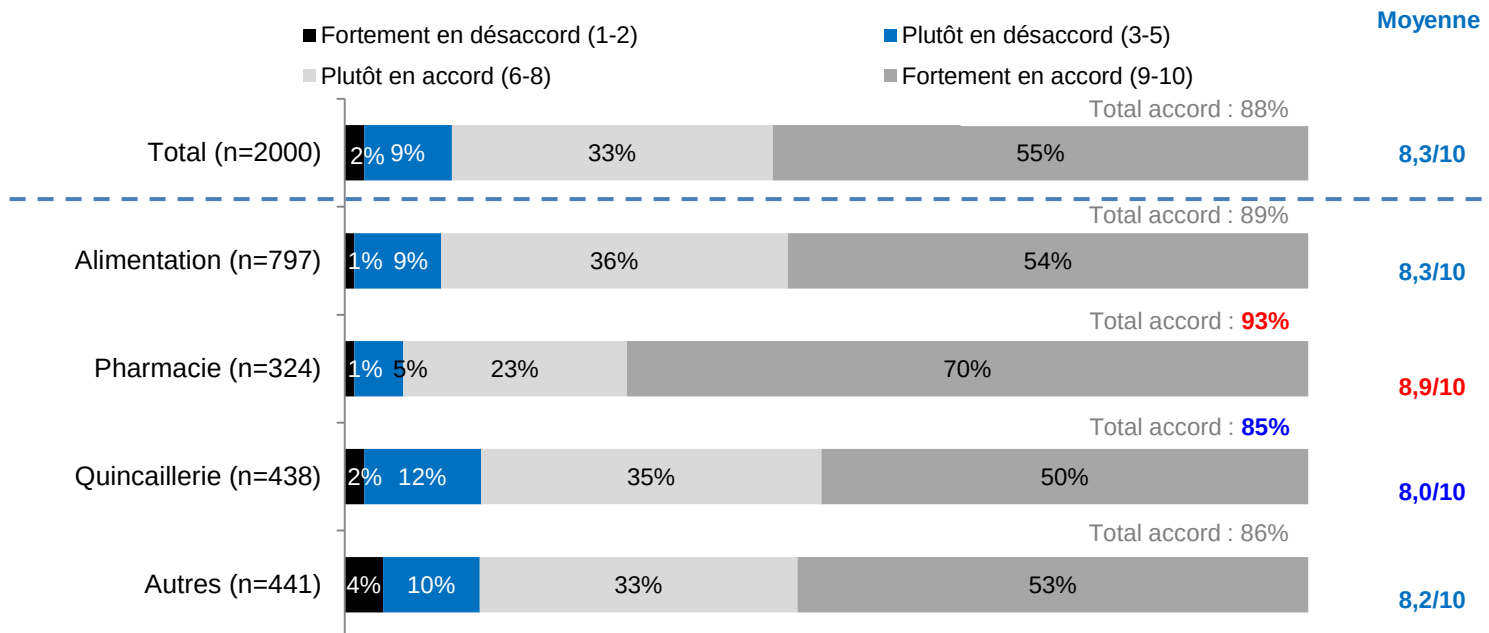
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1.3 Facilité à associer les prix avec les bons produits

- Globalement, 88% des répondants mentionnent qu'il leur a été facile d'associer les prix avec les bons produits.
 - Les 35-44 ans (94%), les personnes dont le revenu annuel brut du ménage est 80K\$-99K\$ (93%) et les répondants ayant fait l'achat de 5 à 10 articles lors de leur dernière visite (91%) sont significativement plus nombreux à dire qu'il était facile d'associer les prix avec les bons produits.

B3. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés se rapportant à l'affichage des prix en magasin. Pour chacun des énoncés, veuillez qualifier votre niveau d'accord envers l'énoncé à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser. Veuillez ne pas considérer vos achats de vêtements.

Il m'a été facile d'associer les prix avec les bons produits





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1.3 Facilité à associer les prix avec les bons produits - suite -

B3. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés se rapportant à l'affichage des prix en magasin. Pour chacun des énoncés, veuillez qualifier votre niveau d'accord envers l'énoncé à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser. Veuillez ne pas considérer vos achats de vêtements.

Il m'a été facile d'associer les prix avec les bons produits

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	2%	2%	2%	4%	1%	1%	2%	3%	2%	2%	1%	3%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	9%	9%	11%	8%	5%	9%	11%	11%	8%	10%	8%
Plutôt en accord (6-8)	33%	34%	32%	30%	33%	37%	33%	36%	30%	35%	32%	33%
Fortement en accord (9-10)	55%	54%	56%	55%	58%	58%	56%	49%	55%	54%	56%	55%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	2%	2%	4%	3%	1%	1%	1%	3%	0%	1%	2%	2%	2%	3%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	12%	12%	8%	7%	6%	8%	9%	10%	7%	8%	10%	9%	9%
Plutôt en accord (6-8)	33%	35%	31%	36%	29%	27%	34%	34%	31%	38%	31%	32%	31%	41%
Fortement en accord (9-10)	55%	50%	53%	53%	62%	66%	56%	53%	59%	53%	59%	55%	57%	46%

2. Vérification de prix au cours des quatre derniers jours



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.1 Utilisation des bornes de vérification de prix et raisons de non-utilisation

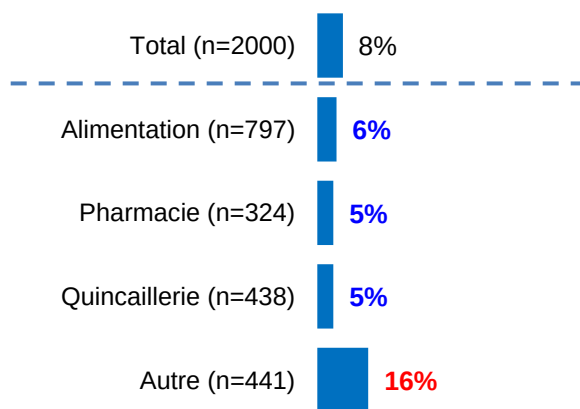
- Au total, 8% des acheteurs ont utilisé les bornes de vérification de prix au cours de leur dernière visite.
 - Les non-francophones (11%) sont significativement plus nombreux à avoir utilisé une borne de vérification de prix.

Les prochaines questions portent sur les bornes de vérification de prix (lecteurs optiques de prix ou « scanneurs ») disponibles dans les magasins afin de vous permettre de « scanner » vous-mêmes les articles pour en connaître le prix. Ces bornes placées généralement dans les allées excluent les lecteurs utilisés avec les caisses enregistreuses.

B8. Toujours en pensant à votre visite au cours des quatre derniers jours chez , avez-vous eu à utiliser une borne de vérification de prix (lecteur optique ou scanneur) pour vérifier le prix d'un produit?

Base : tous les répondants (n=2000)

■ % oui



B8B. Pourquoi n'avez-vous pas vérifié le prix d'un produit en magasin?

Base : répondants n'ayant pas utilisé de bornes de vérification de prix	Total	Alimentation	Pharmacie	Quincaillerie	Autre
n=	1839	744	308	418	369
Je n'ai pas eu besoin de vérifier le prix des articles en magasin	74%	73%	78%	66%	82%
J'ai voulu vérifier le prix, mais il n'y avait pas de borne de vérification de prix dans ce magasin / je n'ai pas trouvé de borne	13%	12%	12%	20%	7%
Je ne savais pas que je pouvais vérifier les prix en magasin	2%	3%	3%	1%	3%
Je vérifie plutôt le prix à la caisse	2%	2%	2%	3%	1%
J'ai voulu vérifier le prix, mais la borne était trop loin	1%	1%	0%	1%	1%
Manque de temps	1%	2%	0%	1%	1%
Par habitude/ je ne vérifie jamais	1%	1%	0%	1%	0%
J'ai demandé à un client/ au commis/ au vendeur dans les rayons	1%	0%	1%	2%	1%
Je n'ai pas vu de scanner (peut-être qu'il y en avait un)	1%	1%	1%	1%	2%
Je ne me soucie pas vraiment du prix	1%	1%	1%	1%	0%
Autre	1%	1%	1%	1%	1%
Ne sait pas	1%	2%	0%	0%	0%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.1 Utilisation des bornes de vérification de prix et raisons de non-utilisation - suite -

Les prochaines questions portent sur les bornes de vérification de prix (lecteurs optiques de prix ou « scanners ») disponibles dans les magasins afin de vous permettre de « scanner » vous-mêmes les articles pour en connaître le prix. Ces bornes placées généralement dans les allées excluent les lecteurs utilisés avec les caisses enregistreuses.

B8. Toujours en pensant à votre visite au cours des quatre derniers jours chez , avez-vous eu à utiliser une borne de vérification de prix (lecteur optique ou scanner) pour vérifier le prix d'un produit?

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Oui	8%	7%	9%	6%	8%	8%	8%	8%	7%	8%	9%	7%
Non	92%	93%	91%	94%	92%	92%	92%	92%	92%	92%	91%	93%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Oui	8%	10%	10%	9%	4%	7%	6%	9%	4%	9%	5%	9%	7%	11%
Non	92%	90%	90%	91%	96%	93%	94%	91%	96%	91%	95%	91%	93%	89%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

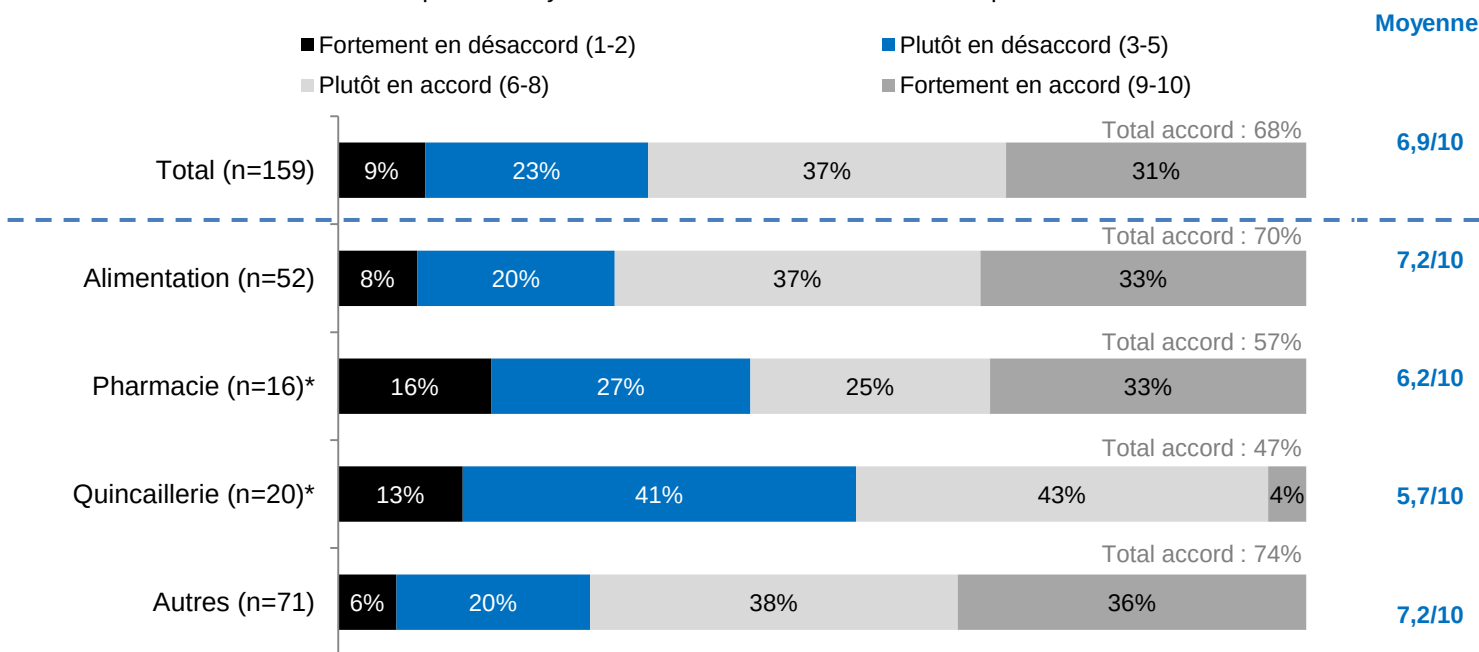
2.2 Facilité à trouver une borne de vérification de prix

- Parmi les répondants ayant utilisé une borne de vérification de prix, un plus des deux tiers (68%) disent avoir trouvé facilement une borne.

Pour les prochaines questions, sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « *Totalement en désaccord* » et 10 signifie « *Totalement en accord* », à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants? Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B10. J'ai trouvé facilement une borne de vérification des prix (lecteur optique ou scanneur) en magasin.

Base: répondants ayant utilisé une borne de vérification de prix



*Échantillon de petite taille (n<30)



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

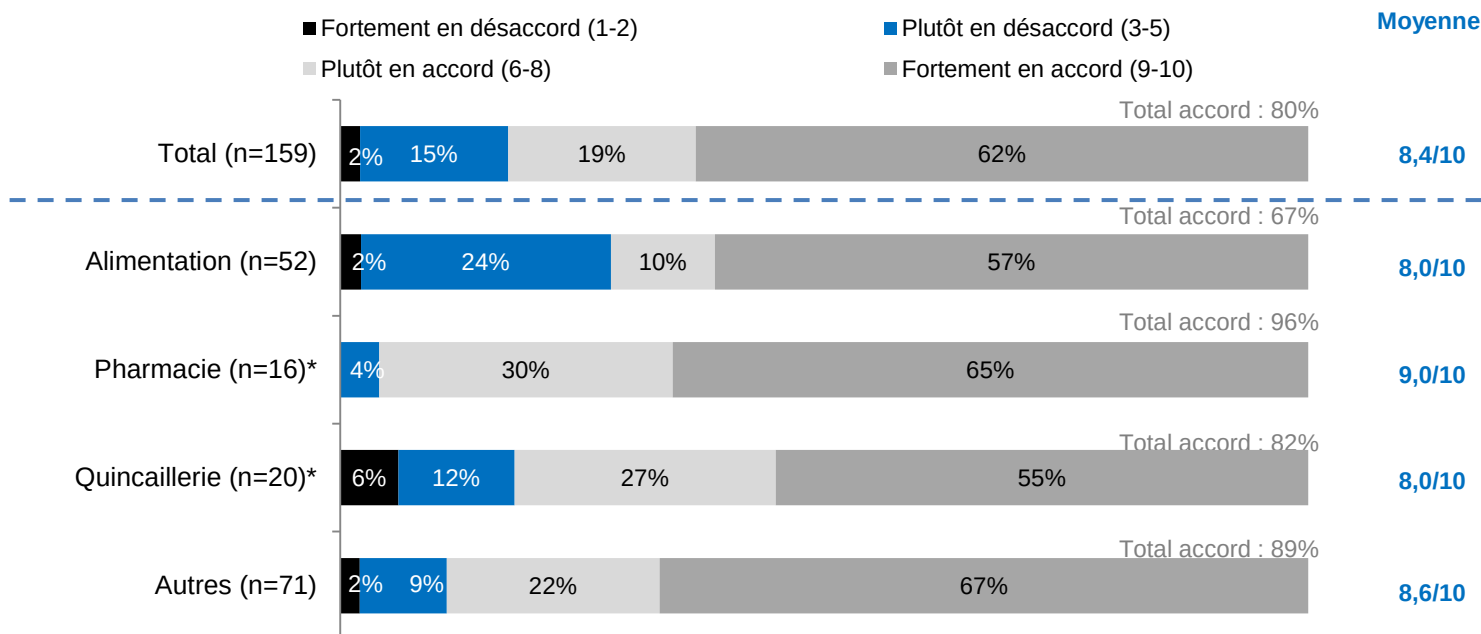
2.3 Facilité à utiliser la borne de vérification de prix

- Parmi les répondants ayant utilisé une borne de vérification de prix, 80% mentionnent que celle-ci était facile à utiliser.

Pour les prochaines questions, sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord », à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants? Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B11. J'ai trouvé que la borne de vérification des prix (lecteur optique ou scanneur) était facile à utiliser.

Base: répondants ayant utilisé une borne de vérification de prix





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.3 Facilité à utiliser la borne de vérification de prix - suite -

- Les répondants ayant trouvé difficile l'utilisation des bornes de vérification de prix justifient cela par le fait que le scanneur fonctionnait mal (31%), que les machines étaient difficiles à trouver ou pas assez nombreuses (20%) et que les machines ne lisaient pas bien les codes barres (19%).

B12. Pourquoi avez-vous trouvé cela difficile?*

Base : répondants ayant trouvé la borne de vérification de prix difficile à utiliser	Total
n=	25**
Le scanneur ne fonctionnait pas du tout	31%
Les machines sont difficiles à trouver/ elles ne sont pas assez nombreuses	20%
La machine ne lit pas bien les codes barres	19%
Le scanneur ne fonctionnait pas bien	5%
Le fonctionnement des machines est compliqué	5%
Je n'ai pas réussi à obtenir le prix (Sans précision)	5%
Ne sait pas	16%

*Les réponses à cette question sont spontanées, aucun choix de réponse n'était présenté aux répondants.

**Échantillon de petite taille (n<30).



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

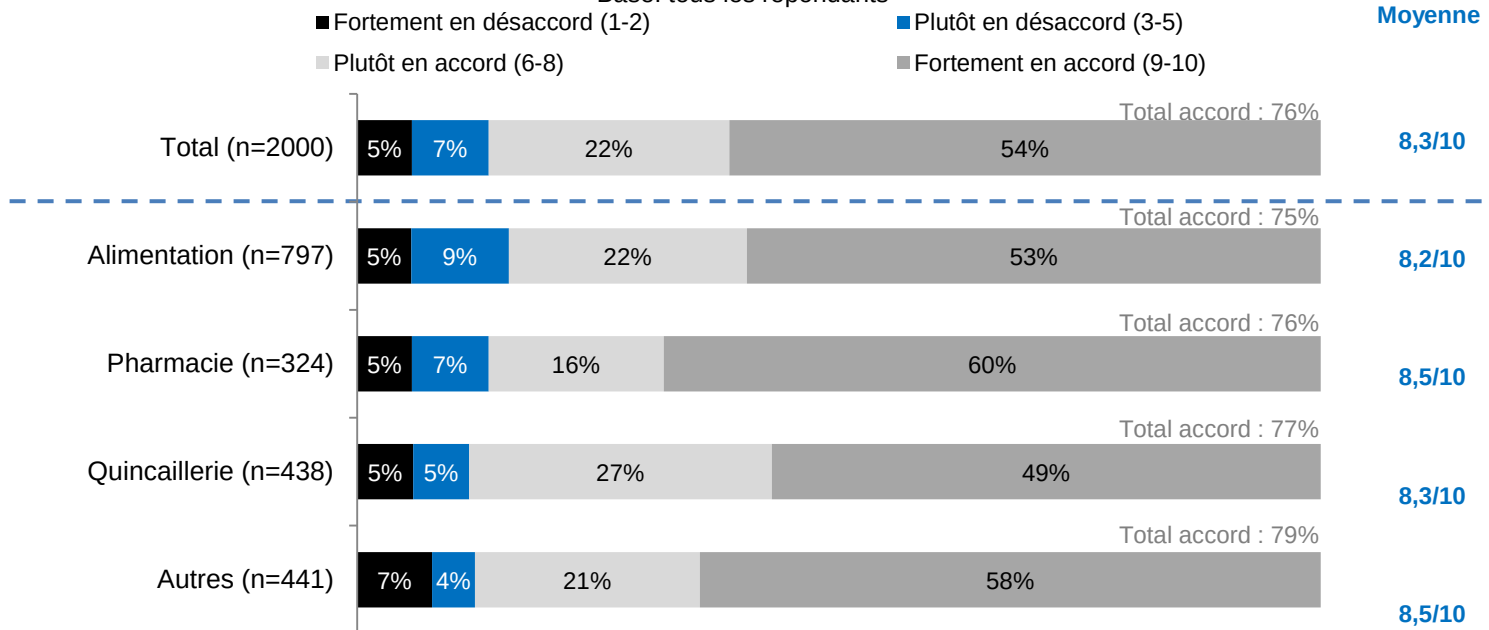
2.4 Facilité à vérifier les erreurs de prix à la caisse

- Les trois quarts des répondants (76%) disent avoir été capables de vérifier s'il y avait des erreurs de prix.
 - Notons que les répondants ayant fait l'achat de plus de 10 articles lors de leur dernière visite sont plus nombreux à être en désaccord avec l'énoncé ci-dessous.
 - Notons également que 11% des répondants ont affirmé que cet énoncé ne s'applique pas à leur situation.

Toujours en pensant à votre plus récente visite chez au cours des quatre derniers jours, plus précisément au moment où vous avez effectué votre paiement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalemment en désaccord » et 10 signifie « Totalemment en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B15. À la caisse, j'ai été en mesure de vérifier s'il y avait des erreurs de prix.

Base: tous les répondants





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.4 Facilité à vérifier les erreurs de prix à la caisse - suite -

Toujours en pensant à votre plus récente visite chez au cours des quatre derniers jours, plus précisément au moment où vous avez effectué votre paiement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B15. À la caisse, j'ai été en mesure de vérifier s'il y avait des erreurs de prix.

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	5%	6%	5%	6%	7%	6%	5%	6%	3%	3%	6%	6%
Plutôt en désaccord (3-5)	7%	7%	6%	2%	6%	7%	10%	7%	5%	9%	4%	7%
Plutôt en accord (6-8)	22%	24%	20%	21%	23%	23%	21%	24%	21%	21%	23%	22%
Fortement en accord (9-10)	54%	52%	57%	62%	54%	54%	51%	51%	59%	55%	55%	54%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	5%	7%	5%	4%	5%	6%	6%	5%	6%	4%	3%	7%	6%	5%
Plutôt en désaccord (3-5)	7%	8%	7%	6%	5%	8%	7%	5%	8%	9%	8%	8%	7%	5%
Plutôt en accord (6-8)	22%	27%	25%	21%	16%	24%	22%	24%	21%	23%	21%	17%	20%	29%
Fortement en accord (9-10)	54%	48%	54%	59%	61%	49%	53%	53%	54%	53%	57%	57%	56%	49%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.4 Facilité à vérifier les erreurs de prix à la caisse - suite -

- La difficulté à vérifier les erreurs de prix est principalement due à la difficulté à lire l'écran de la caisse (21%).
- Notons que les répondants ayant fait l'achat de plus de 10 articles lors de leur dernière visite sont plus nombreux à dire que les articles sont passés trop rapidement (27%) et qu'ils sont occupés à faire autres choses (21%).

B17. Pourquoi avez-vous trouvé difficile de vérifier s'il y avait des erreurs de prix?*
Veuillez être aussi clair que possible.

Base : répondants ayant eu des difficultés à vérifier les erreurs de prix	Total	Alimentation	Pharmacie	Quincaillerie	Autre
n=	227	104	39	41	43
Je ne voyais pas (bien) l'écran de la caisse (trop petit, mal placé, etc.)	21%	13%	35%	34%	22%
Les articles sont passés trop rapidement/ on perd le fil	15%	23%	6%	7%	7%
Je n'ai pas vérifié le prix	15%	18%	9%	12%	10%
Le prix en magasin n'est pas (bien) affiché/ pas de borne	12%	7%	13%	19%	18%
On est occupé à faire d'autres choses (emballer, prendre nos articles, etc.)	10%	16%	3%	0%	7%
Je leur fais confiance	6%	4%	9%	5%	11%
Je ne me souviens pas par cœur du prix affiché dans le magasin/ dans la circulaire	5%	8%	0%	4%	3%
On ne veut pas faire attendre les gens qui nous suivent	3%	4%	2%	0%	4%
Je ne vérifie qu'avec la facture/ qu'une fois arrivé à la maison	3%	1%	10%	3%	2%
On sait que les rabais ne sont pas toujours affichés à la caisse	2%	1%	3%	1%	3%
Il n'y avait pas d'erreur	2%	1%	8%	5%	0%
Pas facile de constater une erreur/ parfois on se trompe	1%	1%	0%	0%	0%
Autre	2%	2%	0%	4%	3%
Ne sait pas	2%	0%	1%	2%	5%
Refus	1%	0%	0%	3%	5%

* Les réponses à cette question sont spontanées, aucun choix de réponse n'était présenté aux répondants.



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

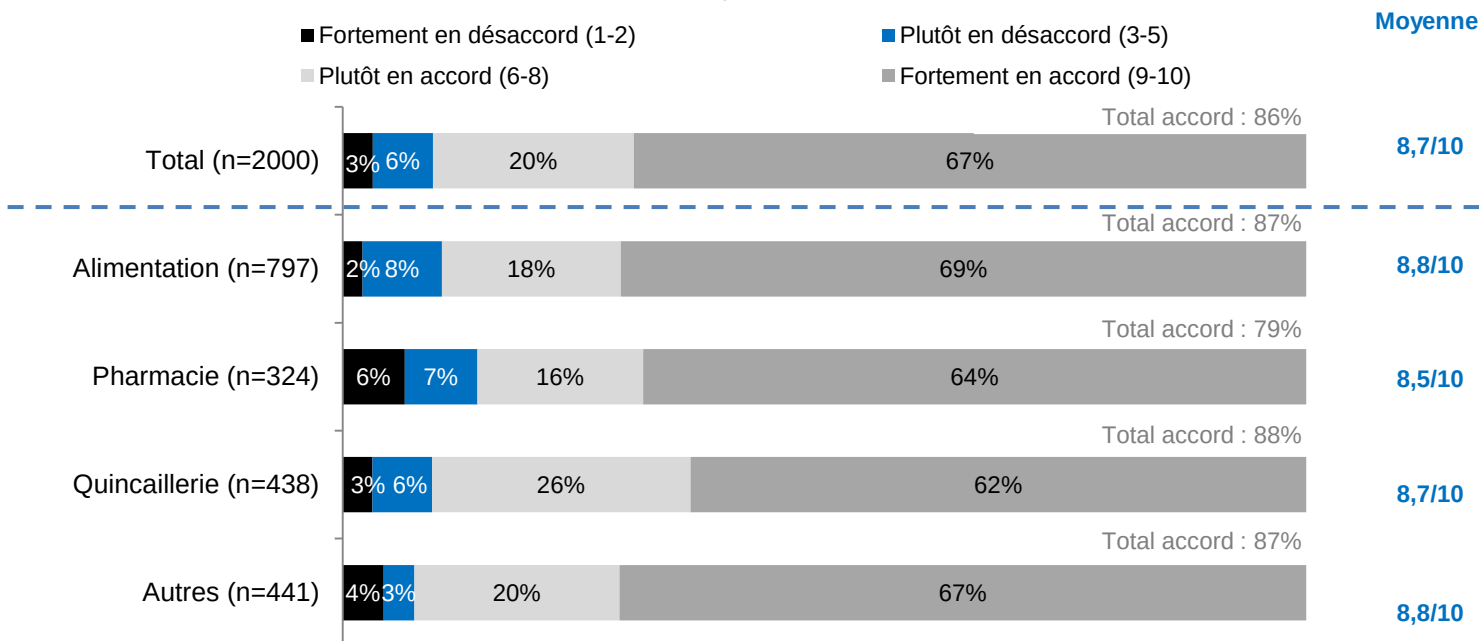
2.5 Facilité à lire le prix des produits scannés à la caisse

- Au total, 86% des répondants mentionnent qu'ils ont été capables de lire facilement le prix des produits scannés à la caisse.
 - Cette proportion est plus élevée chez les résidents de Montréal RMR (88%) et chez les répondants ayant fait l'achat de 5 à 10 articles lors de leur dernière visite (90%).

Toujours en pensant à votre plus récente visite chez au cours des quatre derniers jours, plus précisément au moment où vous avez effectué votre paiement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B13. À la caisse, j'ai pu facilement lire le prix des produits scannés.

Base: tous les répondants





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.5 Facilité à lire le prix des produits scannés à la caisse - suite -

Toujours en pensant à votre plus récente visite chez au cours des quatre derniers jours, plus précisément au moment où vous avez effectué votre paiement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B13. À la caisse, j'ai pu facilement lire le prix des produits scannés.

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	3%	4%	3%	2%	5%	5%	4%	4%	1%	2%	3%	5%
Plutôt en désaccord (3-5)	6%	7%	6%	3%	8%	7%	7%	5%	6%	6%	7%	5%
Plutôt en accord (6-8)	20%	23%	16%	8%	19%	22%	23%	21%	19%	21%	17%	21%
Fortement en accord (9-10)	67%	63%	70%	86%	65%	61%	63%	67%	66%	67%	69%	64%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	3%	0%	4%	3%	3%	5%	3%	4%	2%	4%	5%	3%	3%	4%
Plutôt en désaccord (3-5)	6%	10%	8%	4%	5%	7%	6%	5%	9%	7%	5%	9%	7%	6%
Plutôt en accord (6-8)	20%	20%	18%	20%	18%	25%	20%	20%	20%	23%	20%	18%	19%	21%
Fortement en accord (9-10)	67%	65%	66%	69%	71%	61%	66%	68%	65%	60%	65%	67%	66%	67%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

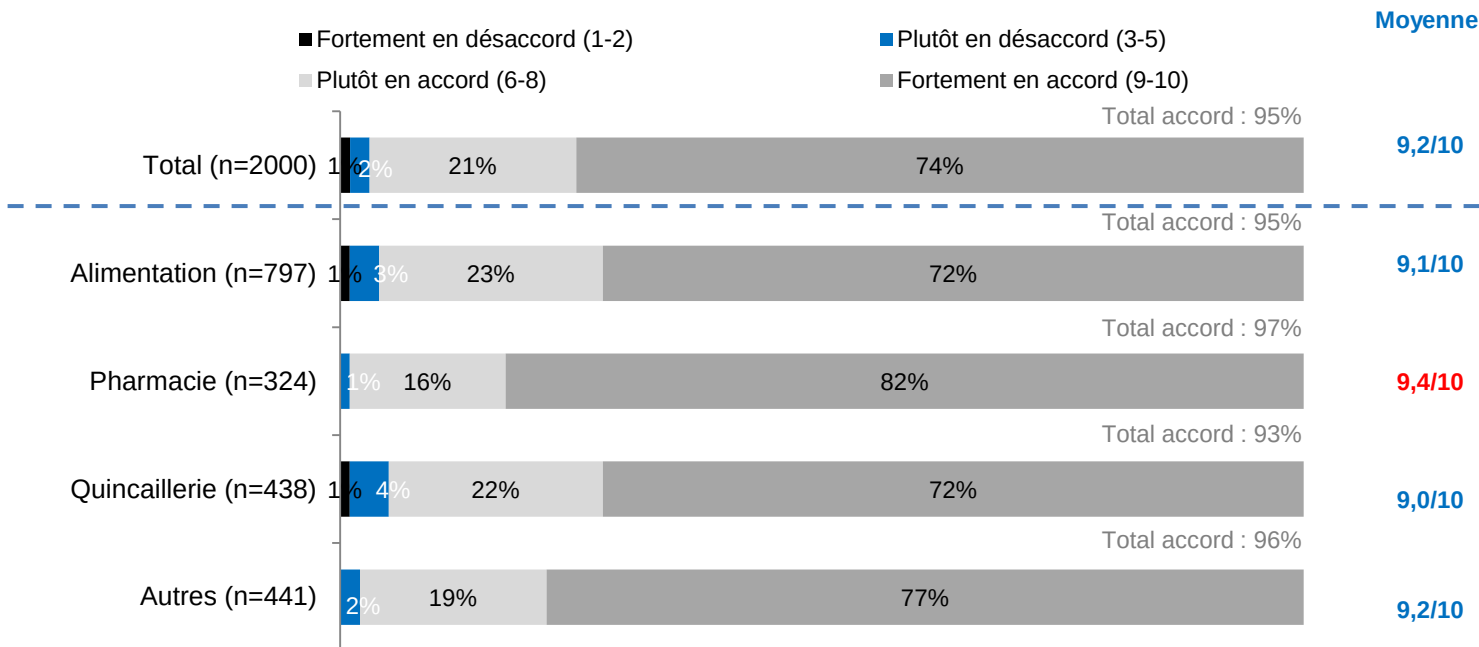
2.6 Facilité à associer les produits achetés avec leur prix sur le reçu de caisse

- La quasi-totalité des acheteurs (95%) jugent que le reçu de caisse remis permet d'associer facilement les produits achetés avec leur prix.

Toujours en pensant à votre plus récente visite chez au cours des quatre derniers jours, plus précisément au moment où vous avez effectué votre paiement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B16. Je considère que le reçu de caisse qu'on m'a remis me permet d'associer facilement les produits achetés avec leur prix.

Base: tous les répondants





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.6 Facilité à associer les produits achetés avec leur prix sur le reçu de caisse - suite -

Toujours en pensant à votre plus récente visite chez au cours des quatre derniers jours, plus précisément au moment où vous avez effectué votre paiement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à votre situation, veuillez simplement le préciser.

B16. Je considère que le reçu de caisse qu'on m'a remis me permet d'associer facilement les produits achetés avec leur prix.

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	1%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	0%
Plutôt en désaccord (3-5)	2%	3%	1%	0%	1%	3%	4%	4%	2%	3%	2%	2%
Plutôt en accord (6-8)	21%	22%	20%	20%	25%	22%	21%	20%	18%	21%	18%	23%
Fortement en accord (9-10)	74%	72%	76%	80%	71%	72%	72%	74%	78%	74%	77%	72%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	1%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	1%
Plutôt en désaccord (3-5)	2%	4%	3%	2%	1%	4%	2%	2%	3%	3%	1%	3%	2%	3%
Plutôt en accord (6-8)	21%	22%	19%	21%	21%	22%	22%	22%	22%	20%	18%	20%	20%	25%
Fortement en accord (9-10)	74%	74%	76%	74%	76%	73%	72%	72%	74%	76%	79%	76%	76%	69%



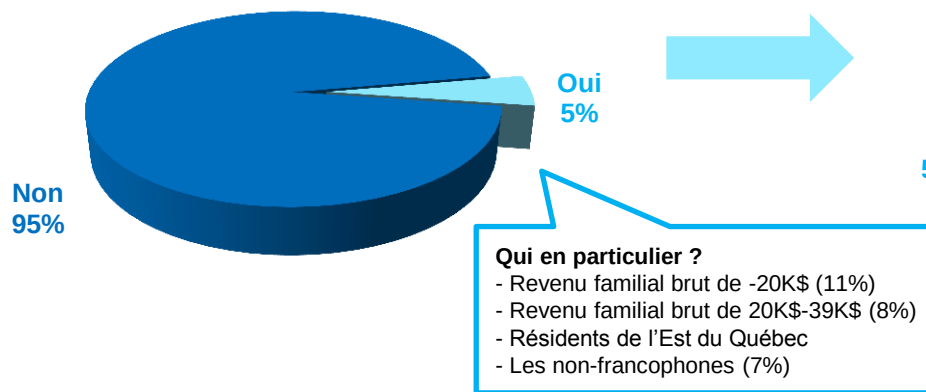
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.7 Impression d'une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché

- Au total, 5% des répondants disent avoir vu une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché sur les tablettes ou ailleurs.
- Parmi eux, 56% mentionnent qu'il y avait réellement une différence de prix. Si l'on ramène cette proportion sur l'ensemble des répondants, le taux réel d'inexactitude des prix serait de 3%.

B18. Lorsque vous étiez à la caisse chez avez-vous cru voir une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché sur les tablettes ou ailleurs?

Base : tous les répondants



B19. Y avait-il réellement une différence de prix ?

Base : répondants ayant perçu une différence de prix



	Total	Alimentation	Pharmacie	Quincaillerie	Autre
n=	2000	797	324	438	441
Oui	5%	5%	5%	6%	5%
Non	94%	94%	93%	93%	94%

	Total	Alimentation	Pharmacie	Quincaillerie	Autre
n=	101	41	13*	23*	24*
Oui	56%	52%	68%	48%	67%
Non	44%	48%	32%	52%	31%

*Échantillon de petite taille (n<30).



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.7 Impression d'une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché - suite -

B18. Lorsque vous étiez à la caisse chez avez-vous cru voir une différence de prix entre le prix à la caisse et le prix affiché sur les tablettes ou ailleurs?

Base : tous les répondants

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Oui	5%	5%	5%	4%	5%	4%	6%	5%	6%	6%	5%	4%
Non	94%	94%	94%	96%	94%	95%	92%	95%	93%	93%	94%	95%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Oui	5%	11%	8%	3%	3%	4%	3%	6%	3%	9%	4%	4%	4%	7%
Non	94%	88%	90%	96%	96%	96%	96%	93%	97%	89%	95%	95%	95%	91%



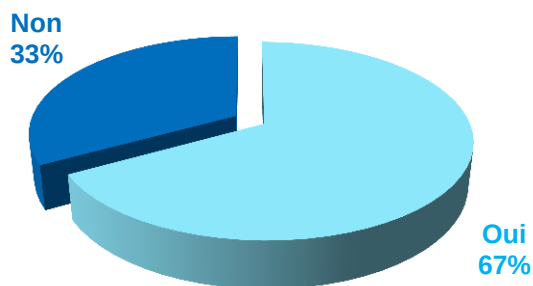
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.8 Demande de correction d'une erreur de prix

- Les deux tiers (67%) des répondants ayant été confrontés à une erreur de prix ont demandé à ce que cette erreur soit corrigée.

B20. Avez-vous demandé à ce que l'erreur de prix soit corrigée?

Base : répondants confronté à une erreur de prix (n=59)



	Total	Alimentation	Pharmacie	Quincaillerie	Autre
n=	59	21*	9*	13*	16*
Oui	67%	72%	69%	63%	61%
Non	33%	28%	31%	37%	39%

B21. Pour quelle(s) raison (s) n'avez-vous pas tenté de faire corriger/vérifier le prix?*

Base : répondants n'ayant pas tenté de faire corriger/vérifier le prix	Total
n=	18*
Le montant à payer était justifié	27%
Parce que c'était à mon avantage/ le montant à payer était moindre	24%
Manque de temps	9%
Difficile de leur faire changer le prix	6%
Autre	19%
Ne sait pas	15%

*Les réponses à cette question sont spontanées, aucun choix de réponse n'était présenté aux répondants.

**Échantillon de petite taille (n<30).



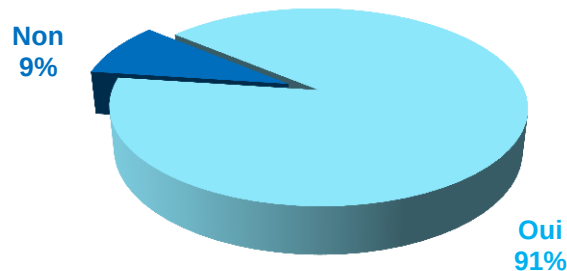
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.9 Correction du prix par le détaillant

- Les détaillants ont corrigé les erreurs de prix dans 9 cas sur dix (91%).

B22. Le détaillant a-t-il corrigé l'erreur de prix?

Base : répondants ayant demandé que l'erreur de prix soit corrigée (n=41)



B23. Pouvez-vous m'expliquer en détail de quelle façon votre demande de correction de prix s'est déroulée?

Base : répondants ayant demandé que l'erreur de prix soit corrigée (n=41)

Exemples de verbatim :

- « J'ai regardé ma facture, on ne m'avait pas donné l'escompte. J'ai été au comptoir de service et on a vérifié. Ça a pris 25 à 30 minutes avant qu'on me rembourse ».
- « J'ai vu une différence de prix et cela m'a été remis gratuitement. Il valait 8\$ en réduction et à la caisse il était à 12\$ ».
- « Le prix à la caisse ne concordait pas au prix dans le pamphlet. Je l'ai reçu gratuitement ».
- « Un spécial à la circulaire n'était pas enregistré à la caisse. La caissière a remboursé la différence de prix sur le total des articles en spécial ».
- « Étiquetage incorrect sur un fruit exotique et personne ne connaissait le prix. Finalement, le gars des fruits a réglé et ça a été long. Tout s'est arrangé, mais c'était très frustrant ».



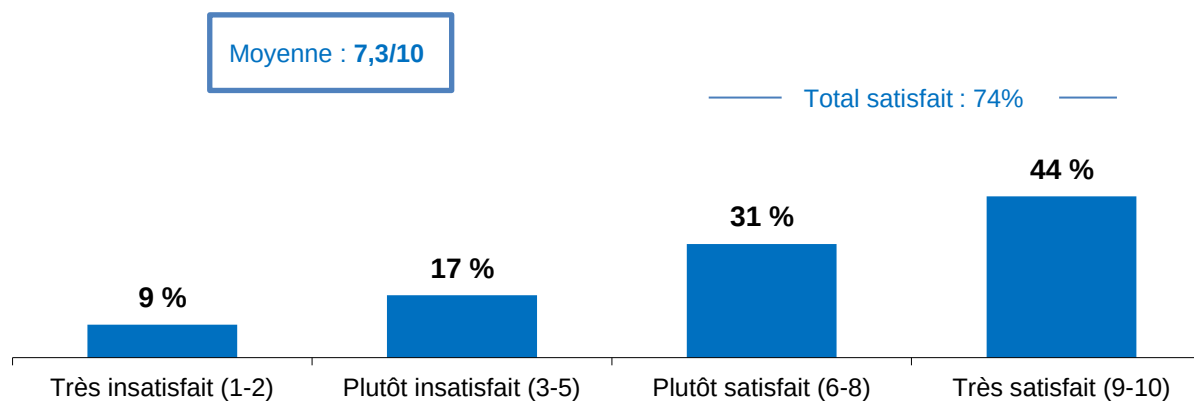
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2.10 Satisfaction à l'égard de la façon dont le commerçant a traité la demande de correction de prix

- Au total, les trois quarts des répondants (74%) se disent satisfaits de la façon dont le commerçant a traité la demande de correction de prix.

B24. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « totalement insatisfait » et 10 signifie « totalement satisfait », dans quelle mesure êtes-vous satisfait de la manière dont le commerçant a traité votre demande de correction de prix?

Base: répondants ayant demandé que l'erreur de prix soit corrigée (n=41)





3. Satisfaction à l'égard de l'affichage des prix en général



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.1 Facilité à associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits

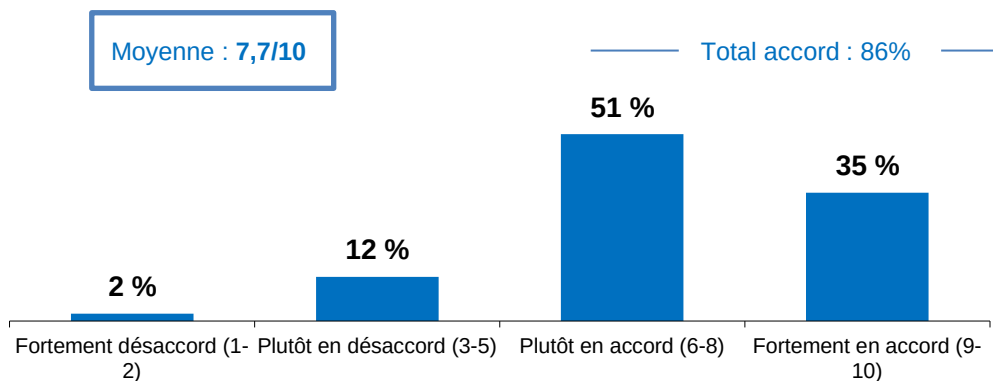
- Au total, 86% des acheteurs estiment qu'il est facile d'associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits.
 - Les 18-24 ans (95%) ont plus de facilité à associer les étiquettes-tablettes de prix avec les bons produits.
- Parmi les répondants qui jugent cela difficile, les deux tiers (68%) expliquent cela par le fait qu'ils ne savent pas avec certitude à quel article correspond l'étiquette et si l'article a été déplacé ou pas.

Pour les questions qui suivent et pour le reste du questionnaire, veuillez vous référer à l'ensemble de vos achats que vous effectuez dans des magasins qui affichent leur prix sur des tablettes plutôt que sur chaque produit individuellement. Veuillez ne pas considérer les boutiques de vêtements.

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C1. De manière générale, il est facile d'associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits.

Base : tous les répondants (n=2000)



C1B. Pourquoi avez-vous trouvé cela difficile?*

Base : répondants ayant des difficultés à associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits	Total
n=	288
On ne sait pas avec certitude à quel article correspond l'étiquette/ les articles ont été déplacés/ ils ne sont pas à la bonne place	68%
Prix mal affiché/ mal indiqué/ Étiquette pas assez claire	10%
Il n'y a pas de mention du prix/ pas d'étiquette	5%
C'est écrit trop petit	5%
Pour comparer avec la circulaire/ avec les publicités/ avec d'autres produits/ avec d'autres magasins	3%
Erreur constatée par le passé/ les prix affichés ne sont pas les bons	3%
Le prix en spécial n'est pas précisé/ pas bien indiqué/ besoin de s'en assurer	2%
J'ai oublié le prix (alors que je m'apprête à aller payer)	1%
Quand les prix sont affichés en quantité/ en volume	1%
Autre	2%
Ne sait pas	1%

* Les réponses à cette question sont spontanées, aucun choix de réponse n'était présenté aux répondants.



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.1 Facilité à associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits - suite -

Pour les questions qui suivent et pour le reste du questionnaire, veuillez vous référer à l'ensemble de vos achats que vous effectuez dans des magasins qui affichent leur prix sur des tablettes plutôt que sur chaque produit individuellement. Veuillez ne pas considérer les boutiques de vêtements.

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C1. De manière générale, il est facile d'associer les étiquettes-tablette de prix avec les bons produits.

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	2%	1%	2%	0%	0%	3%	2%	4%	1%	2%	2%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	12%	13%	11%	5%	10%	11%	13%	17%	11%	12%	13%	10%
Plutôt en accord (6-8)	51%	49%	53%	60%	58%	55%	50%	44%	43%	44%	52%	57%
Fortement en accord (9-10)	35%	37%	34%	35%	32%	31%	35%	35%	44%	43%	33%	31%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	2%	3%	2%	1%	3%	1%	2%	2%	1%	4%	1%	1%	2%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	12%	11%	16%	10%	15%	8%	9%	13%	8%	8%	11%	11%	11%	14%
Plutôt en accord (6-8)	51%	34%	42%	54%	53%	59%	59%	49%	59%	55%	50%	51%	53%	42%
Fortement en accord (9-10)	35%	52%	40%	35%	30%	32%	29%	36%	31%	32%	37%	37%	34%	41%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

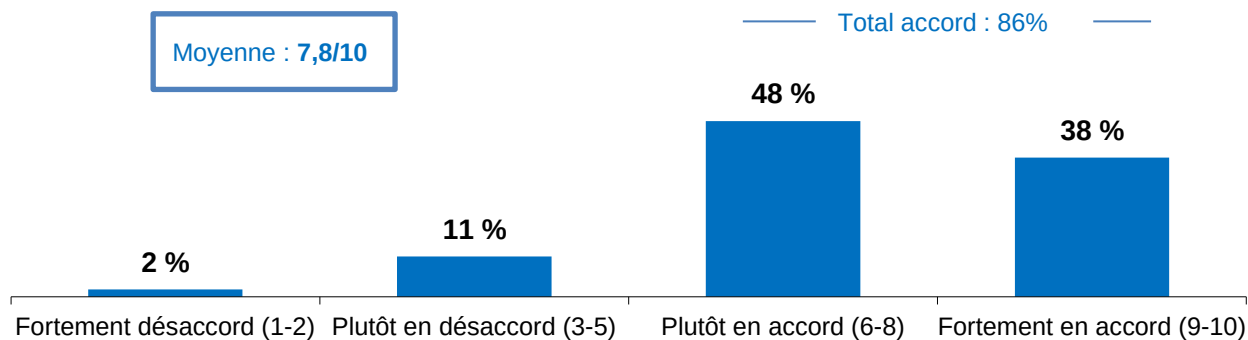
3.2 Comparaison des prix des produits semblables grâce aux étiquettes-tablette

- Au total, 86% des répondants estiment que les informations sur les étiquettes-tablette les aident à comparer le prix des produits semblables.

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « *Totalement en désaccord* » et 10 signifie « *Totalement en accord* » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C6. De manière générale, les informations sur les étiquettes-tablette m'aident à comparer le prix des produits semblables.

Base : tous les répondants (n=2000)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.2 Comparaison des prix des produits semblables grâce aux étiquettes-tablette - suite -

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « *Totalement en désaccord* » et 10 signifie « *Totalement en accord* » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C6. De manière générale, les informations sur les étiquettes-tablette m'aident à comparer le prix des produits semblables.

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	4%	2%	1%	2%	3%
Plutôt en désaccord (3-5)	11%	12%	9%	5%	8%	11%	12%	15%	9%	12%	9%	11%
Plutôt en accord (6-8)	48%	46%	49%	46%	51%	56%	47%	45%	42%	42%	51%	50%
Fortement en accord (9-10)	38%	39%	37%	46%	39%	30%	38%	34%	42%	43%	36%	35%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	2%	3%	2%	1%	3%	1%	4%	3%	3%	1%	1%	2%	2%	5%
Plutôt en désaccord (3-5)	11%	6%	15%	9%	11%	7%	12%	11%	11%	11%	7%	12%	11%	9%
Plutôt en accord (6-8)	48%	44%	39%	52%	47%	52%	52%	46%	51%	51%	48%	50%	49%	43%
Fortement en accord (9-10)	38%	44%	43%	36%	37%	38%	32%	38%	35%	37%	42%	35%	37%	41%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

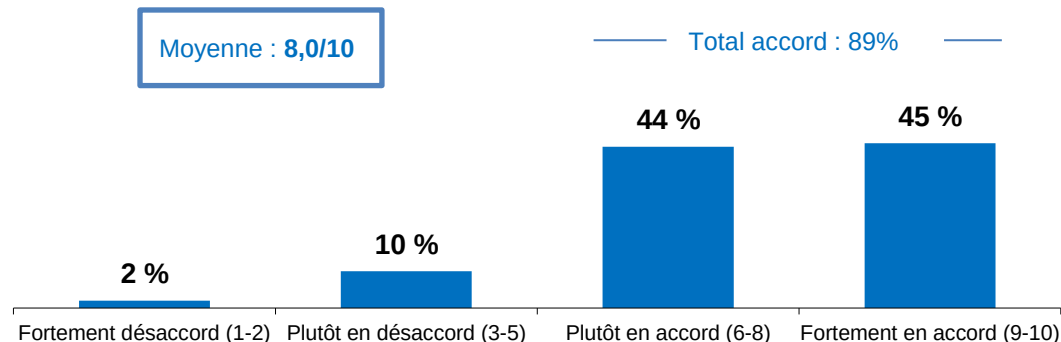
3.3 Lisibilité des étiquettes-tablette de prix

- Dans l'ensemble, 89% des acheteurs mentionnent que les étiquettes-tablette de prix sont facilement lisibles.
- Plus de la moitié (53%) de ceux qui ne les trouvent pas lisibles justifient cela par le fait que les caractères sont trop petits.

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « *Totalement en désaccord* » et 10 signifie « *Totalement en accord* » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C3. De manière générale, je trouve que les étiquettes-tablette de prix sont facilement lisibles.

Base : tous les répondants (n=2000)



C3B. Pourquoi trouvez-vous que les étiquettes-tablette de prix sont difficiles à lire?*

Base : répondants ayant de la difficulté à lire les étiquettes de prix	Total
n=	250
C'est écrit trop petit	53%
L'étiquette n'est pas vis-à-vis du produit	13%
Descriptions pas assez claires	5%
Prix affichés en quantité/ en volume	4%
Manque d'information/ pas assez détaillées	3%
Pas bien écrit/ étiquettes usées	3%
Placées trop hautes/ trop basses	3%
Abréviations/ chiffres incompréhensibles	3%
Identifiées seulement par un code barre	3%
Savoir à quel article/ quel format s'applique le spécial	3%
On doit chercher les informations	2%
Pas de nom de produit sur l'étiquette	1%
Aucune étiquette sur le produit/ sur les tablettes	1%
Des étiquettes placées les unes sur les autres	1%
Autre	2%
Ne sait pas	1%

*Les réponses à cette question sont spontanées, aucun choix de réponse n'était présenté aux répondants.



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.3 Lisibilité des étiquettes-tablette de prix - suite -

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C3. De manière générale, je trouve que les étiquettes-tablette de prix sont facilement lisibles.

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	2%	1%	2%	0%	0%	1%	2%	3%	2%	1%	2%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	10%	10%	10%	6%	6%	9%	12%	14%	10%	12%	9%	8%
Plutôt en accord (6-8)	44%	43%	45%	36%	50%	51%	43%	43%	39%	39%	47%	46%
Fortement en accord (9-10)	45%	46%	43%	58%	44%	39%	43%	40%	49%	47%	42%	44%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	2%	2%	2%	1%	3%	2%	1%	2%	0%	2%	1%	2%	2%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	10%	6%	12%	10%	9%	7%	11%	10%	8%	9%	9%	10%	9%	11%
Plutôt en accord (6-8)	44%	37%	40%	45%	47%	44%	48%	45%	46%	46%	42%	41%	46%	37%
Fortement en accord (9-10)	45%	54%	46%	44%	41%	48%	40%	43%	46%	43%	47%	46%	43%	50%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

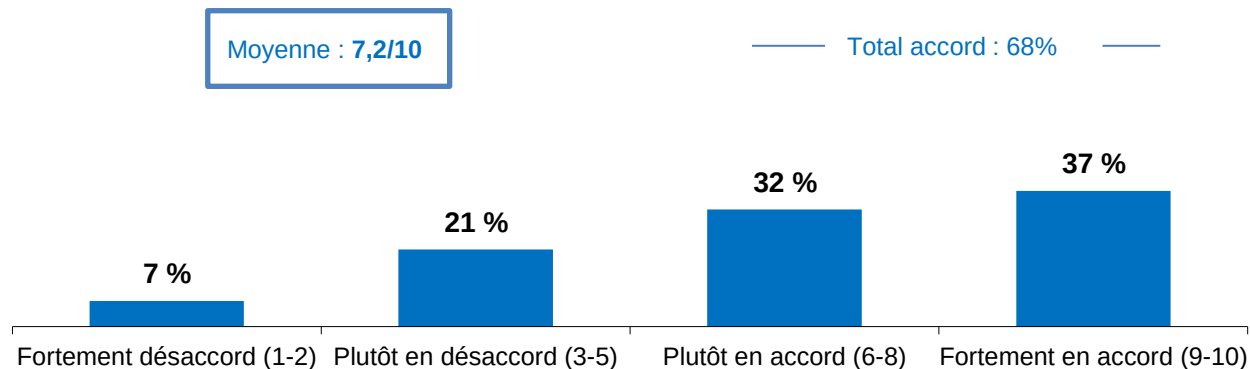
3.4 Compréhension des étiquettes présentant le prix par unité de poids ou de volume

- Un peu plus des deux tiers des répondants (68%) estiment que les étiquettes-tablette indiquant le prix par unité de poids ou de volume sont faciles à comprendre.
 - Cette proportion est significativement plus élevée chez les hommes (72%) et les universitaires (73%).

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C5. Certaines étiquettes-tablette indiquent le prix par unité de poids ou de volume, par exemple au 100g ou au 100 ml. Lorsque je consulte de telles étiquettes, je trouve que cette information est facile à comprendre.

Base : tous les répondants (n=2000)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.4 Compréhension des étiquettes présentant le prix par unité de poids ou de volume - suite -

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants. Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C5. Certaines étiquettes-tablette indiquent le prix par unité de poids ou de volume, par exemple au 100g ou au 100 ml. Lorsque je consulte de telles étiquettes, je trouve que cette information est facile à comprendre.

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	7%	6%	8%	4%	5%	9%	6%	10%	6%	9%	6%	6%
Plutôt en désaccord (3-5)	21%	19%	22%	24%	16%	18%	25%	22%	20%	24%	20%	18%
Plutôt en accord (6-8)	32%	32%	31%	24%	33%	35%	32%	33%	31%	29%	34%	32%
Fortement en accord (9-10)	37%	39%	34%	42%	43%	33%	33%	34%	38%	32%	35%	42%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	7%	7%	7%	5%	5%	7%	7%	7%	6%	8%	9%	6%	7%	6%
Plutôt en désaccord (3-5)	21%	15%	22%	24%	19%	20%	17%	20%	20%	20%	23%	22%	21%	19%
Plutôt en accord (6-8)	32%	33%	35%	30%	33%	30%	34%	32%	34%	37%	31%	28%	32%	31%
Fortement en accord (9-10)	37%	41%	36%	34%	37%	40%	39%	36%	39%	33%	34%	39%	36%	38%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

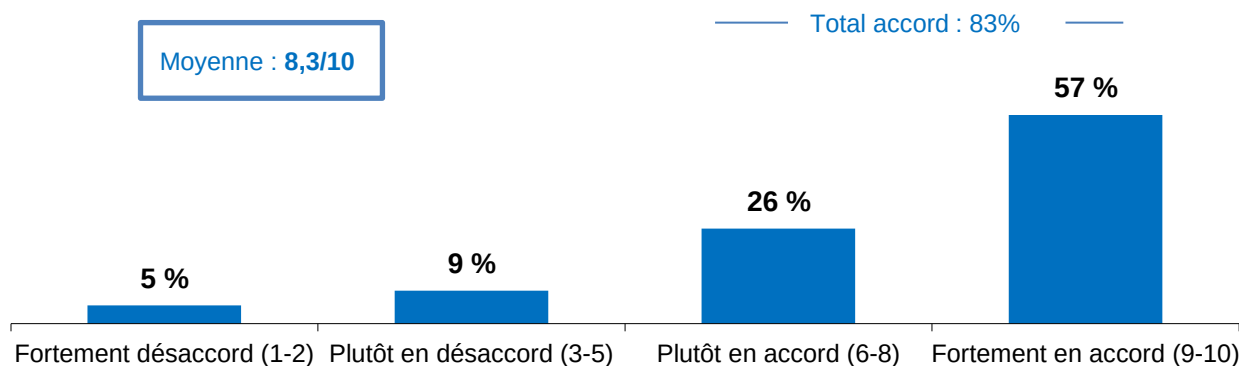
3.5 Satisfaction à l'égard de l'utilité des bornes de vérification de prix dans les magasins

- La très grande majorité des répondants (83%) trouvent utile d'avoir accès à des bornes de vérification de prix dans les magasins.

Les prochaines questions concernent les bornes de vérifications de prix (lecteurs optiques ou scanneurs qui permettent de vérifier les prix des produits en magasin (autres que ceux situés aux caisses). Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants.

C8. Je trouve utile d'avoir accès à des bornes de vérification de prix (lecteurs optiques ou scanneurs) dans les magasins.

Base : tous les répondants (n=2000)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.5 Satisfaction à l'égard de l'utilité des bornes de vérification de prix dans les magasins - suite -

Les prochaines questions concernent les bornes de vérifications de prix (lecteurs optiques ou scanneurs qui permettent de vérifier les prix des produits en magasin (autres que ceux situés aux caisses). Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants.

C8. Je trouve utile d'avoir accès à des bornes de vérification de prix (lecteurs optiques ou scanneurs) dans les magasins.

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	5%	6%	4%	4%	5%	6%	4%	6%	5%	5%	5%	5%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	11%	7%	5%	8%	8%	11%	11%	8%	8%	8%	11%
Plutôt en accord (6-8)	26%	27%	25%	25%	30%	29%	23%	25%	25%	26%	26%	27%
Fortement en accord (9-10)	57%	53%	60%	65%	55%	56%	60%	52%	56%	57%	60%	53%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	5%	5%	3%	6%	7%	2%	7%	5%	5%	3%	5%	5%	5%	4%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	12%	10%	6%	8%	13%	11%	9%	12%	8%	9%	7%	9%	9%
Plutôt en accord (6-8)	26%	14%	32%	26%	27%	27%	24%	24%	30%	28%	27%	28%	26%	25%
Fortement en accord (9-10)	57%	64%	52%	59%	56%	55%	54%	59%	51%	57%	55%	56%	56%	60%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

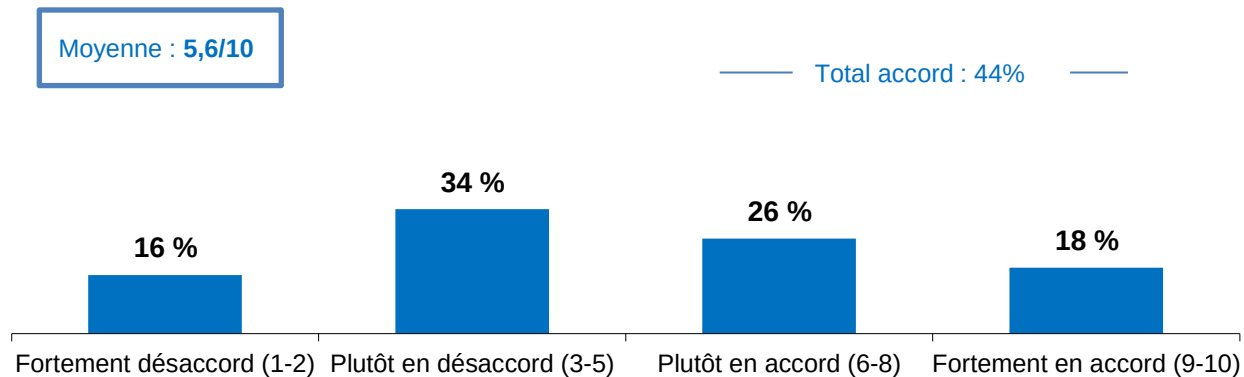
3.6 Satisfaction à l'égard du nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins

- Moins de la moitié des répondants (44%) trouve le nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins suffisant.
 - Notons que les hommes (53%), les personnes dont le revenu annuel brut du ménage est de 100K\$ et plus (62%) et les résidents de Montréal RMR (54%) sont significativement plus nombreux à penser que le nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins est insuffisant.

Les prochaines questions concernent les bornes de vérifications de prix (lecteurs optiques ou scanneurs qui permettent de vérifier les prix des produits en magasin (autres que ceux situés aux caisses). Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalement en désaccord » et 10 signifie « Totalement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants.

C8B. De manière générale, je trouve que le nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins est suffisant.

Base : tous les répondants (n=2000)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.6 Satisfaction à l'égard du nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins - suite -

Les prochaines questions concernent les bornes de vérifications de prix (lecteurs optiques ou scanneurs qui permettent de vérifier les prix des produits en magasin (autres que ceux situés aux caisses). Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totallement en désaccord » et 10 signifie « Totallement en accord » à quel point êtes-vous en accord avec les énoncés suivants.

C8B. De manière générale, je trouve que le nombre de bornes de vérification de prix dans les magasins est suffisant.

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	16%	17%	16%	7%	15%	19%	18%	22%	13%	15%	16%	18%
Plutôt en désaccord (3-5)	34%	36%	33%	31%	36%	36%	39%	33%	29%	31%	36%	36%
Plutôt en accord (6-8)	26%	24%	28%	32%	25%	28%	25%	21%	27%	25%	27%	26%
Fortement en accord (9-10)	18%	17%	18%	23%	20%	10%	14%	17%	23%	23%	16%	14%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	16%	11%	17%	15%	15%	15%	22%	19%	11%	12%	12%	18%	16%	17%
Plutôt en désaccord (3-5)	34%	31%	29%	33%	37%	37%	40%	36%	34%	33%	34%	32%	35%	32%
Plutôt en accord (6-8)	26%	27%	30%	26%	27%	28%	19%	25%	30%	31%	25%	25%	26%	26%
Fortement en accord (9-10)	18%	24%	19%	18%	15%	16%	15%	16%	16%	17%	22%	20%	17%	21%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

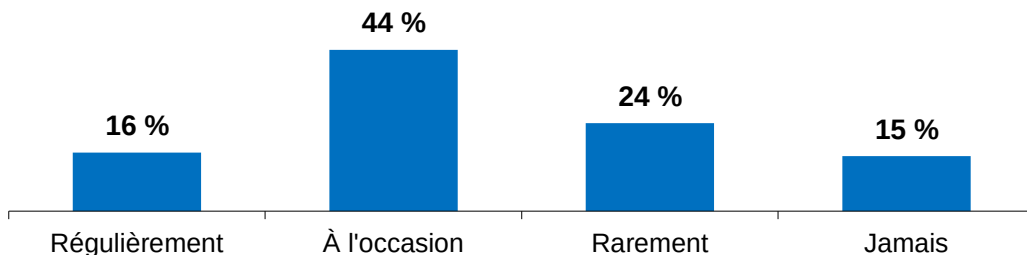
3.7 Fréquence d'utilisation des bornes de vérification de prix et raisons

- Au total, 85% des répondants disent utiliser les bornes de vérification de prix, 16% les utilisant régulièrement.
 - Les 45-54 ans (22%), les résidents de Montréal RMR (18%), les non-francophones (21%) sont significativement plus nombreux à utiliser ces bornes régulièrement.
- Les répondants utilisent les bornes lorsqu'il n'y a pas de mention de prix (33%) ou lorsqu'ils ont un doute sur le prix (24%).

C9. De manière générale, à quelle fréquence utilisez-vous les bornes de vérification de prix (lecteurs optiques ou scanners)? Diriez-vous les utiliser...

Base : tous les répondants (n=2000)

Total oui : 85%



C9B. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous habituellement besoin de vérifier le prix d'un article?*

Base : répondants qui utilisent les bornes de vérification de prix	Total
n=	1688
Aucune mention du prix/ pas d'étiquette (sur le produit ou sur la tablette)	33%
Pour vérifier que le prix est bien indiqué/ quand j'ai un doute sur le prix (trop bas, trop haut)	24%
Le prix en spécial n'est pas précisé/ pas bien indiqué/ besoin de s'en assurer	17%
Prix mal affiché/ mal indiqué/ étiquette pas assez claire	13%
On ne sait pas avec certitude à quel article correspond l'étiquette/ les articles ont été déplacés/ ils ne sont pas à la bonne place/ en cas d'articles similaires à la même place	11%
Pour comparer avec la circulaire/ avec les publicités/ avec d'autres produits/ avec d'autres magasins	4%
Erreurs de prix constatées par le passé	2%
Pour économiser/ J'ai un budget/ Je veux acheter l'article au meilleur prix possible	2%
J'ai oublié le prix du produit (alors que je m'apprête à aller payer)	1%
Juste par curiosité	1%
Quand les prix sont affichés en quantité/ volume	1%
Étiquette trop petite/ c'est écrit trop petit	1%
Autre	2%
Ne sait pas	1%

* Les réponses à cette question sont spontanées, aucun choix de réponse n'était présenté aux répondants.



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.7 Fréquence d'utilisation des bornes de vérification de prix et raisons - suite -

C9. De manière générale, à quelle fréquence utilisez-vous les bornes de vérification de prix (lecteurs optiques ou scanneurs)? Diriez-vous les utiliser...

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Régulièrement	16%	16%	17%	6%	19%	20%	22%	15%	12%	19%	16%	15%
A l'occasion	44%	40%	47%	44%	44%	51%	42%	42%	41%	43%	48%	41%
Rarement	24%	29%	20%	40%	22%	16%	23%	23%	28%	22%	23%	28%
Jamais	15%	16%	15%	10%	14%	13%	12%	21%	19%	17%	13%	16%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Régulièrement	16%	15%	17%	17%	17%	13%	15%	18%	10%	18%	15%	16%	15%	21%
A l'occasion	44%	41%	43%	49%	46%	44%	40%	47%	40%	43%	42%	41%	43%	49%
Rarement	24%	20%	26%	20%	23%	26%	31%	21%	32%	26%	23%	28%	26%	19%
Jamais	15%	23%	14%	14%	13%	17%	15%	14%	18%	13%	19%	15%	16%	11%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

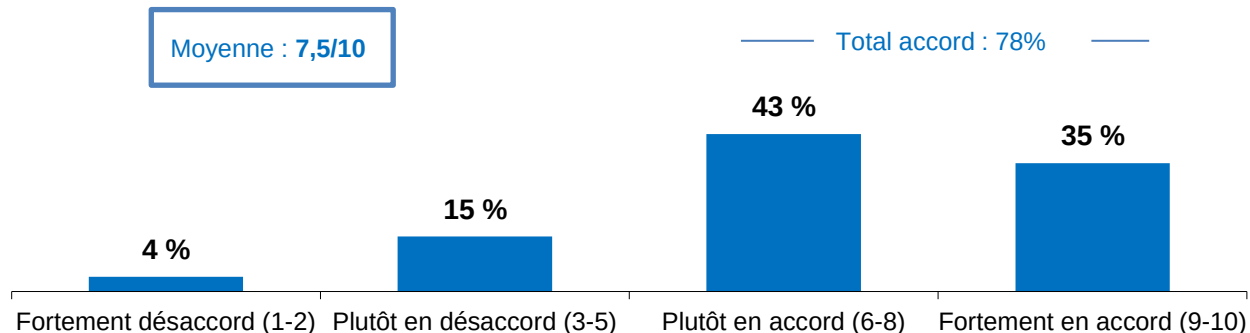
3.8 Vérification des erreurs à la caisse

- Au total, les trois quarts des répondants (78%) mentionnent que généralement, ils sont en mesure de vérifier s'il y a des erreurs de prix à la caisse.
 - Cette proportion est significativement plus élevée chez les francophones (80%).

Toujours en vous référant aux achats que vous avez effectués dans des magasins qui affichent leur prix sur des tablettes plutôt que sur chaque produit individuellement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C11. De manière générale, je suis en mesure de vérifier s'il y a des erreurs de prix à la caisse.

Base : tous les répondants (n=2000)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.8 Vérification des erreurs à la caisse - suite -

Toujours en vous référant aux achats que vous avez effectués dans des magasins qui affichent leur prix sur des tablettes plutôt que sur chaque produit individuellement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalemment en désaccord » et 10 signifie « Totalemment en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C11. De manière générale, je suis en mesure de vérifier s'il y a des erreurs de prix à la caisse.

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	4%	5%	4%	6%	2%	3%	6%	5%	5%	3%	4%	6%
Plutôt en désaccord (3-5)	15%	18%	13%	16%	11%	15%	16%	19%	15%	16%	14%	16%
Plutôt en accord (6-8)	43%	43%	44%	33%	47%	51%	46%	41%	38%	42%	45%	43%
Fortement en accord (9-10)	35%	32%	37%	45%	39%	30%	29%	33%	37%	36%	35%	34%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	4%	5%	4%	2%	6%	4%	6%	4%	3%	6%	5%	4%	4%	7%
Plutôt en désaccord (3-5)	15%	20%	15%	14%	14%	15%	15%	16%	13%	16%	12%	16%	14%	18%
Plutôt en accord (6-8)	43%	37%	46%	46%	38%	50%	47%	41%	48%	49%	46%	42%	45%	36%
Fortement en accord (9-10)	35%	35%	33%	35%	39%	29%	32%	36%	34%	28%	33%	36%	34%	37%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

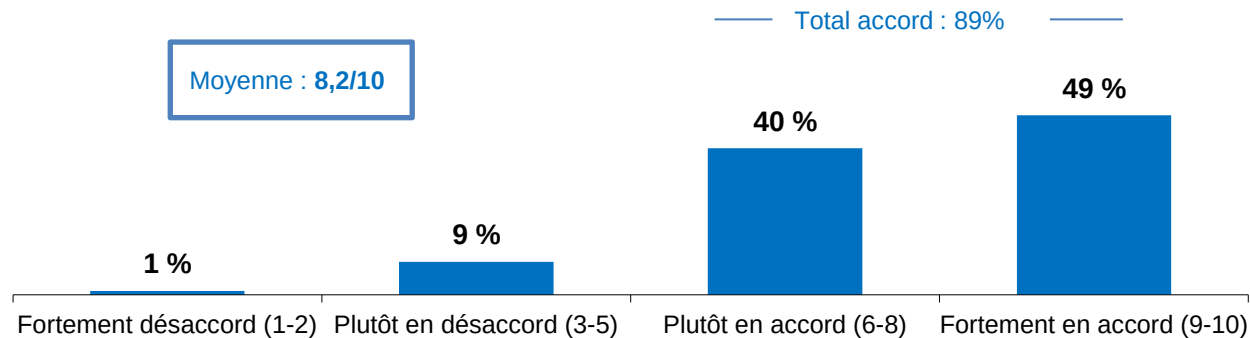
3.9 Facilité à lire le prix des produits scannés à la caisse

- Au total, près de neuf répondants sur dix (89%) mentionnent qu'ils arrivent facilement à lire le prix des produits scannés à la caisse.

Toujours en vous référant aux achats que vous avez effectués dans des magasins qui affichent leur prix sur des tablettes plutôt que sur chaque produit individuellement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalelement en désaccord » et 10 signifie « Totalelement en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C10. De manière générale, je peux facilement lire à la caisse le prix des produits scannés.

Base : tous les répondants (n=2000)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3.9 Facilité à lire le prix des produits scannés à la caisse - suite -

Toujours en vous référant aux achats que vous avez effectués dans des magasins qui affichent leur prix sur des tablettes plutôt que sur chaque produit individuellement, à quel point êtes-vous d'accord envers les énoncés suivants? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « Totalemment en désaccord » et 10 signifie « Totalemment en accord ». Si l'énoncé ne s'applique pas à vous, veuillez simplement le préciser.

C10. De manière générale, je peux facilement lire à la caisse le prix des produits scannés.

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Fortement en désaccord (1-2)	1%	1%	2%	2%	0%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	2%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	10%	7%	3%	10%	8%	9%	12%	8%	10%	6%	10%
Plutôt en accord (6-8)	40%	40%	40%	31%	40%	49%	44%	37%	35%	36%	40%	43%
Fortement en accord (9-10)	49%	47%	50%	64%	50%	40%	45%	49%	53%	51%	52%	45%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Fortement en désaccord (1-2)	1%	1%	2%	1%	2%	3%	0%	1%	2%	3%	3%	2%	2%	1%
Plutôt en désaccord (3-5)	9%	8%	10%	8%	10%	7%	9%	9%	9%	11%	7%	9%	9%	10%
Plutôt en accord (6-8)	40%	31%	38%	42%	38%	42%	47%	37%	43%	40%	46%	42%	42%	34%
Fortement en accord (9-10)	49%	59%	49%	49%	49%	47%	44%	53%	45%	45%	44%	47%	47%	55%

4. Compréhension de la politique d'exactitude des prix



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

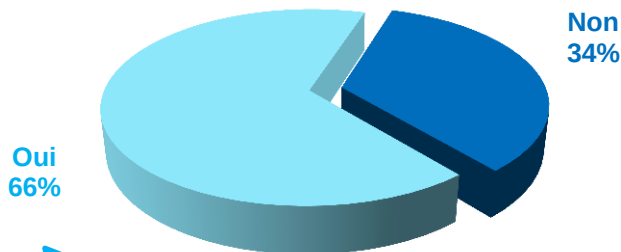
4.1 Connaissance de la politique d'exactitude des prix

- Dans l'ensemble, 66% des répondants disent connaître la politique d'exactitude des prix et 53% disent l'avoir déjà lue.

*Les prochaines questions portent sur vos droits, comme consommateur, lorsque vous détectez une erreur de prix à la caisse.
De nombreux magasins, autre que les boutiques de vêtements, doivent se soumettre à une politique d'exactitude des prix.*

C13. Connaissez-vous la politique d'exactitude des prix qui fixe les règles entre les commerçants et vous dans le cas d'une différence de prix entre le prix affiché et le prix à la caisse?

Base : tous les répondants (n=2000)

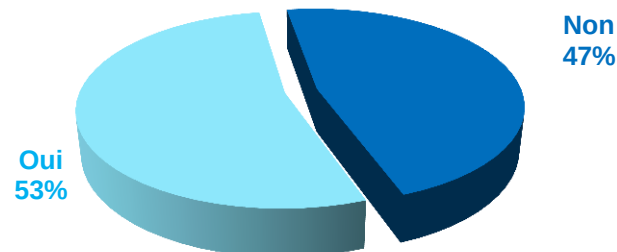


Qui en particulier ?

- Les universitaires (70%)
- Revenu familial brut de 100K\$ et plus (73%)
- Les résidents de Québec RMR (73%)
- Les francophones (68%)

C13B. Le commerçant doit également afficher à proximité des caisses une pancarte qui explique la politique d'exactitude des prix. L'avez-vous déjà lue?

Base : tous les répondants (n=2000)



Qui en particulier ?

- Les hommes (58%)
- Les 25-34 ans (59%)
- Les universitaires (57%)
- Revenu familial brut de 60K\$-79K\$ (60%)
- Les francophones (56%)



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.1 Connaissance de la politique d'exactitude des prix - suite -

Les prochaines questions portent sur vos droits, comme consommateur, lorsque vous détectez une erreur de prix à la caisse.
De nombreux magasins, autre que les boutiques de vêtements, doivent se soumettre à une politique d'exactitude des prix.

C13. Connaissez-vous la politique d'exactitude des prix qui fixe les règles entre les commerçants et vous dans le cas d'une différence de prix entre le prix affiché et le prix à la caisse?

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Oui	66%	64%	68%	66%	71%	68%	65%	68%	57%	59%	68%	70%
Non	34%	36%	31%	33%	28%	31%	35%	32%	42%	40%	32%	30%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Oui	66%	47%	66%	65%	67%	70%	73%	66%	73%	58%	57%	70%	68%	58%
Non	34%	52%	33%	35%	32%	30%	27%	33%	27%	41%	42%	30%	32%	41%



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.1 Connaissance de la politique d'exactitude des prix - suite -

Les prochaines questions portent sur vos droits, comme consommateur, lorsque vous détectez une erreur de prix à la caisse.
De nombreux magasins, autre que les boutiques de vêtements, doivent se soumettre à une politique d'exactitude des prix.

C13B. Le commerçant doit également afficher à proximité des caisses une pancarte qui explique la politique d'exactitude des prix.

L'avez-vous déjà lue?

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Oui	53%	58%	49%	53%	59%	58%	50%	55%	45%	48%	54%	57%
Non	47%	42%	51%	47%	41%	42%	50%	45%	54%	52%	45%	43%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Oui	53%	43%	52%	56%	60%	58%	52%	53%	59%	45%	50%	55%	56%	43%
Non	47%	56%	48%	44%	40%	42%	48%	46%	41%	55%	50%	44%	44%	56%



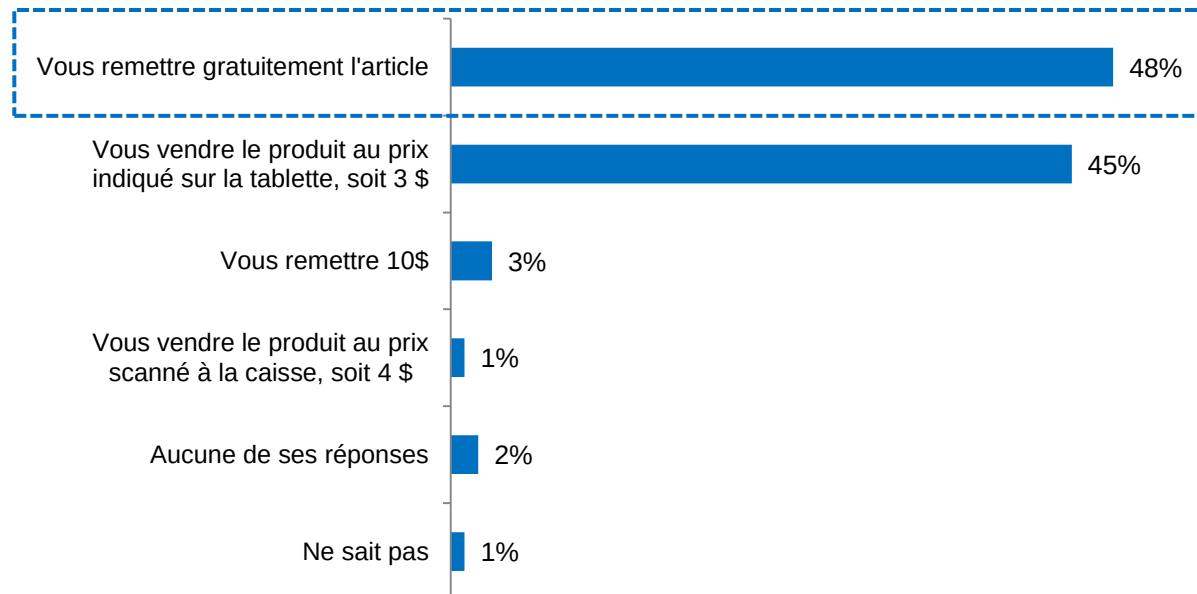
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.1 Connaissance de la politique d'exactitude des prix - suite -

- Près de la moitié des répondants (48%) ont obtenu la bonne réponse à la mise en situation, soit remettre gratuitement l'article.
 - Cette proportion est significativement plus élevée chez les 25-34 ans (63%), les 34-55 ans (54%) et les résidents de Montréal RMR (51%).

C14. Voici une petite mise en situation afin de tester vos connaissances au sujet de la politique d'exactitude des prix. Parmi les options suivantes, laquelle décrit le mieux l'obligation du commerçant dans la situation suivante? Vous désirez acheter un pot de beurre d'arachide. Le produit est affiché à 3 \$ sur la tablette lorsque vous le prenez. À la caisse, un prix de 4 \$ s'affiche lorsque le produit est scanné. Selon la loi, le commerçant doit alors :

Base : tous les répondants (n=2000)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.1 Connaissance de la politique d'exactitude des prix - suite -

C14. Voici une petite mise en situation afin de tester vos connaissances au sujet de la politique d'exactitude des prix. Parmi les options suivantes, laquelle décrit le mieux l'obligation du commerçant dans la situation suivante? Vous désirez acheter un pot de beurre d'arachide. Le produit est affiché à 3 \$ sur la tablette lorsque vous le prenez. À la caisse, un prix de 4 \$ s'affiche lorsque le produit est scanné. Selon la loi, le commerçant doit alors :

Base : tous les répondants (n=2000)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Vous vendre le produit au prix indiqué sur la tablette, soit 3 \$	45%	43%	47%	48%	33%	38%	51%	49%	52%	49%	44%	43%
Vous vendre le produit au prix scanné à la caisse, soit 4 \$	1%	1%	2%	3%	0%	2%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
Vous remettre 10\$	3%	3%	3%	2%	1%	4%	3%	5%	3%	3%	3%	3%
Vous remettre gratuitement l'article	48%	49%	46%	44%	63%	54%	43%	44%	37%	43%	49%	51%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K +	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Vous vendre le produit au prix indiqué sur la tablette, soit 3 \$	45%	47%	48%	46%	44%	42%	44%	40%	46%	55%	55%	46%	45%	44%
Vous vendre le produit au prix scanné à la caisse, soit 4 \$	1%	5%	2%	1%	0%	0%	0%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	2%
Vous remettre 10\$	3%	4%	1%	3%	3%	5%	4%	3%	3%	4%	3%	3%	3%	1%
Vous remettre gratuitement l'article	48%	40%	47%	47%	50%	52%	50%	51%	48%	38%	39%	48%	48%	46%



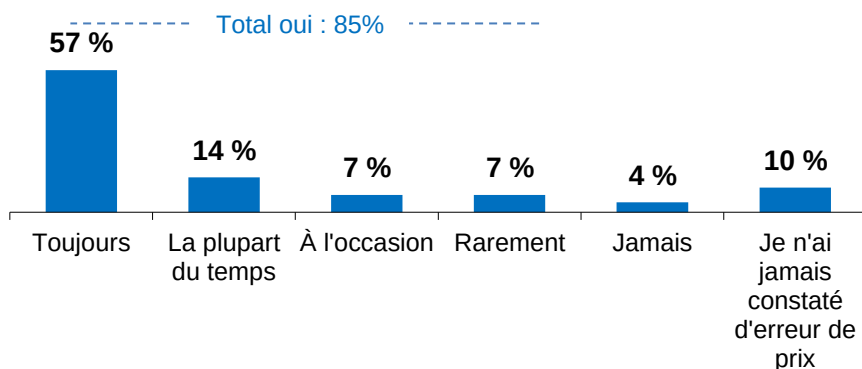
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.2 Demande de correction d'une erreur de prix

- Plus des trois quarts des répondants (85%) avancent qu'ils demandent que le prix soit corrigé lorsqu'ils constatent des erreurs de prix.
 - Les personnes dont le revenu familial brut du ménage est de 80K\$ et plus (64%) sont significativement plus nombreuses à toujours demander à ce que le prix soit corrigé.
- Le manque de temps (18%) et une différence minimale sont les principales raisons qui font que les répondants ne tentent pas de faire corriger le prix.

C15. En général, lorsque vous constatez qu'il y a des erreurs de prix, demandez-vous à ce que le prix soit corrigé?

Base : tous les répondants (n=2000)



C16. Pour quelle(s) raison(s) ne tentez-vous pas de faire vérifier ou corriger le prix?*

Base : répondants qui ne demandent pas à ce que le prix soit corrigé	Total
n=	356
Manque de temps/ trop occupé/ trop pressé	18%
La différence est trop minime, ça ne vaut pas la peine	11%
On s'en rend compte trop tard/ une fois arrivé à la maison	9%
Ça m'arrive trop rarement pour que je ressente le besoin	9%
Je ne m'aperçois pas de l'erreur	7%
Le processus est trop long/ trop complexe	5%
Ça ne m'arrive jamais/ il n'y pas d'erreur	5%
Je le fais corriger si je le vois	5%
Je ne vérifie pas	5%
Le prix n'est pas un problème pour moi/ peu importe la facture à payer	3%
Les employés le signalent/corrigent eux-mêmes les erreurs	3%
À cause de la gêne	2%
Je n'ai pas envie de m'obstiner	2%
On ne veut pas faire attendre les gens qui nous suivent	2%
Je leur fais confiance	2%
Les employés ne veulent pas corriger/ ont toujours une justification/ ne nous croient pas	2%
Par négligence	2%
Ce n'est pas à moi de leur signaler des erreurs, c'est au responsable/au magasin	2%
Je n'y pense pas	2%
Je me souviens pas du prix indiqué sur la tablette	1%
L'erreur est humaine, je peux le comprendre	1%
Dans ce cas là, je n'achète pas le produit	1%
C'est mon conjoint qui s'en occupe	1%
Par paresse	1%
Je pense que c'est plutôt moi qui ai fait une erreur	1%
Autre	4%
Ne sait pas	3%

* Les réponses à cette question sont spontanées, aucun choix de réponse n'était présenté aux répondants.



ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.2 Demande de correction d'une erreur de prix - suite -

C15. En général, lorsque vous constatez qu'il y a des erreurs de prix, demandez-vous à ce que le prix soit corrigé?

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Toujours	57%	55%	58%	54%	54%	58%	59%	58%	57%	55%	60%	56%
La plupart du temps	14%	14%	15%	16%	19%	17%	15%	11%	9%	13%	15%	15%
À l'occasion	7%	6%	9%	10%	8%	5%	6%	8%	9%	9%	7%	7%
Rarement	7%	8%	7%	10%	5%	7%	8%	8%	6%	9%	6%	7%
Jamais	4%	4%	3%	0%	2%	4%	4%	4%	6%	3%	4%	4%
Je n'ai jamais constaté d'erreur de prix	10%	13%	8%	10%	12%	9%	9%	11%	12%	11%	8%	11%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Toujours	57%	50%	51%	52%	59%	65%	63%	58%	59%	54%	53%	58%	58%	54%
La plupart du temps	14%	12%	18%	15%	13%	15%	15%	14%	14%	20%	15%	12%	15%	13%
À l'occasion	7%	5%	9%	10%	6%	5%	5%	7%	6%	5%	9%	7%	7%	8%
Rarement	7%	14%	9%	6%	6%	6%	6%	7%	5%	10%	6%	8%	6%	11%
Jamais	4%	5%	2%	4%	5%	1%	5%	4%	5%	3%	4%	2%	3%	6%
Je n'ai jamais constaté d'erreur de prix	10%	15%	10%	13%	11%	9%	6%	9%	9%	9%	13%	13%	11%	8%



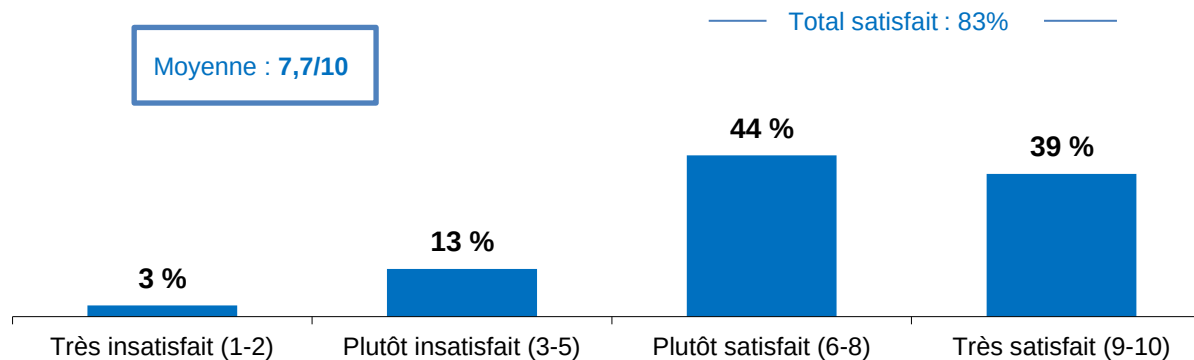
ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.3 Satisfaction à l'égard de la manière dont les commerçants traitent les demandes de correction de prix

- Au total, 83% des répondants ayant demandé à ce que les erreurs de prix soient corrigées se disent satisfaits de la manière dont les commerçants traitent leurs demandes de correction de prix.

C17. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « totalement insatisfait » et 10 signifie « totalement satisfait », dans quelle mesure êtes-vous satisfait de la manière dont les commerçants traitent vos demandes de correction de prix?

Base : répondants qui ont constaté des erreurs de prix et ont demandé à ce qu'elles soient corrigées (n=1513)





ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4.3 Satisfaction à l'égard de la manière dont les commerçants traitent les demandes de correction de prix - suite -

C17. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « totalement insatisfait » et 10 signifie « totalement satisfait », dans quelle mesure êtes-vous satisfait de la manière dont les commerçants traitent vos demandes de correction de prix?

Base : répondants qui ont constaté des erreurs de prix et ont demandé à ce qu'elles soient corrigées (n=1513)

	Total	Sexe		Âge						Scolarité		
		H	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Prim/Sec	Coll	Univ
n=	2000	698	1302	55	237	338	436	456	478	713	644	635
Très insatisfait (1-2)	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	4%	2%	3%	3%	3%
Plutôt insatisfait (3-5)	13%	13%	13%	16%	15%	15%	14%	11%	7%	13%	14%	12%
Plutôt satisfait (6-8)	44%	46%	41%	34%	45%	49%	42%	45%	43%	41%	44%	45%
Très satisfait (9-10)	39%	36%	42%	44%	36%	32%	38%	39%	47%	41%	38%	38%

	Total	Revenu familial						Région					Langue Maternelle	
		-20K	20K-39K	40K-59K	60K-79K	80K-99K	100K+	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Franco	Non-franco
n=	2000	187	407	412	296	204	294	939	160	156	392	353	1725	273
Très insatisfait (1-2)	3%	5%	2%	3%	4%	0%	3%	4%	2%	0%	2%	1%	3%	3%
Plutôt insatisfait (3-5)	13%	11%	19%	8%	10%	7%	18%	13%	10%	9%	15%	13%	11%	18%
Plutôt satisfait (6-8)	44%	43%	40%	44%	41%	55%	44%	41%	47%	60%	43%	40%	45%	38%
Très satisfait (9-10)	39%	38%	38%	43%	42%	37%	34%	39%	40%	29%	39%	43%	39%	39%



PROFIL DES RÉPONDANTS



PROFIL DES RÉPONDANTS

	Total	Alimentation	Pharmacie	Quincaillerie	Autre
n=	2000	797	324	438	441
Sexe					
Homme	48%	48%	34%	63%	44%
Femme	51%	52%	66%	37%	56%
Âge					
18-24 ans	10%	12%	6%	6%	12%
25-34 ans	17%	17%	17%	14%	21%
35-44 ans	16%	15%	18%	19%	17%
45-54 ans	20%	21%	20%	22%	17%
55-64 ans	17%	16%	18%	21%	16%
65 ans et plus	19%	18%	21%	18%	17%
Région					
Montréal RMR	48%	47%	56%	42%	53%
Québec RMR	11%	14%	6%	6%	9%
Est	8%	8%	8%	10%	7%
Centre	14%	11%	17%	19%	13%
Ouest	19%	20%	13%	23%	17%
Scolarité					
Primaire / Secondaire	31%	30%	33%	30%	32%
Collégial	34%	34%	34%	37%	32%
Universitaire	34%	36%	33%	32%	36%
Langue					
Français	79%	82%	77%	79%	72%
Anglais	8%	8%	8%	9%	8%
Autre	13%	10%	14%	13%	20%
Revenu du ménage					
Moins de 20K\$	9%	9%	12%	6%	8%
20K\$-39K\$	19%	18%	23%	20%	18%
40K\$-59K\$	20%	19%	20%	23%	22%
60K\$-79K\$	15%	16%	12%	15%	14%
80K\$ et plus	11%	13%	11%	10%	10%
100K\$ et plus	16%	16%	14%	16%	18%
Refus	9%	8%	8%	10%	10%



ANNEXES



Engagement
volontaire (2000)



Statistiques et
verbatim



Questionnaire

