



**OÙ LES CONSOMMATEURS
CANADIENS CHERCHENT-ILS
DE L'INFORMATION ET DE
L'AIDE ?**

protégez VOUS

Atelier sur la RICAPP – 5 décembre 2014



Protégez-Vous

Créé : 1973 / Indépendant sans but lucratif : 2001

Mission et mandat

- ▣ Pour informer et sensibiliser les consommateurs
- ▣ (Nous ne sommes pas une association de consommateurs)

Valeurs

- ▣ Indépendance, objectivité, intégrité, transparence et responsabilité sociale

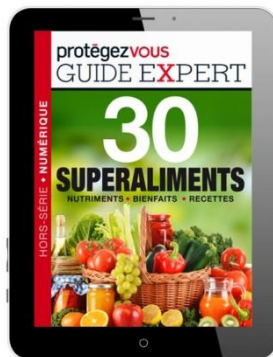
Membre de

- ▣ *International Consumer Research and Testing (ICRT)*
- ▣ *Consumers International*

protégezVOUS



Protégez-Vous : nos plateformes



- **Imprimé**
 - ▣ Magazine Protégez-Vous
 - ▣ Guides pratiques (numéros spéciaux)

- **Web**
 - ▣ Protégez-Vous.ca
 - ▣ DataConso.ca

- **Tablette et mobile**

protégezvous

Habitudes des consommateurs à la recherche d'information ou d'aide

Sondage national

Échantillon : 1 000 adultes canadiens (763 hors Québec)

Période : du 4 au 19 juin 2014 (taux de réponse de 14,5 %)

Marge d'erreur : 3,8 % (niveau de confiance de 95 %)



Points saillants : habitudes en matière d'information

- **Les Canadiens s'informent principalement sur Internet**

	Première mention %	Total des deux mentions %
Internet	59	72
Bouche-à-oreille	12	40
Visite chez le détaillant ou le prestataire de service	5	12
Télévision	5	13
Publicité	5	9
Journaux imprimés	4	13
Magazines imprimés	2	6
Autre	6	13
Aucune en particulier/NSP/NRP	2	2



Points saillants : besoins en matière d'information

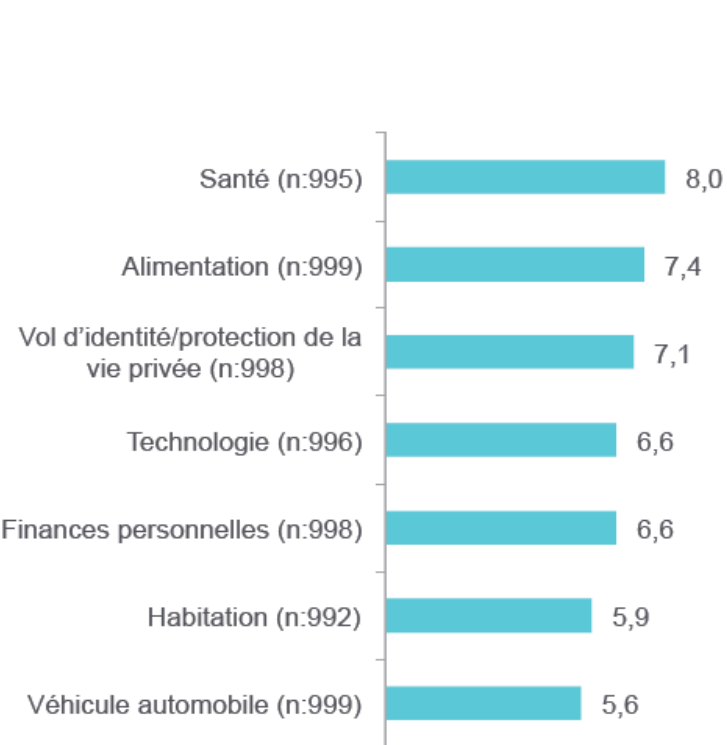
□ Les Canadiens recherchent...

	Ensemble (n:949) %	Québec (n : 227) %	Canada hors Québec (n : 722) %
Cas vécus	24	15-	27+
Tests de produits	20	27+	17-
Conseils pratiques	17	14	18
Guides d'achats	14	13	14
Information sur des produits/services canadiens	13	14	13
Enquêtes	8	10	7
Aucun de ces choix	3	6+	2-
NSP/NRP	1	1	2



Points saillants : besoins en matière d'information

□ Les Canadiens privilégient...



Notes moyennes

	Québec	Canada hors Québec
Santé (n:995)	8,4+	7,8-
Alimentation (n:999)	7,8+	7,3-
Vol d'identité/protection de la vie privée (n:998)	7,3	7,0
Technologie (n:996)	6,3-	6,7+
Finances personnelles (n:998)	6,9	6,5
Habitation (n:992)	6,8+	5,6-
Véhicule automobile (n:999)	6,0+	5,4-

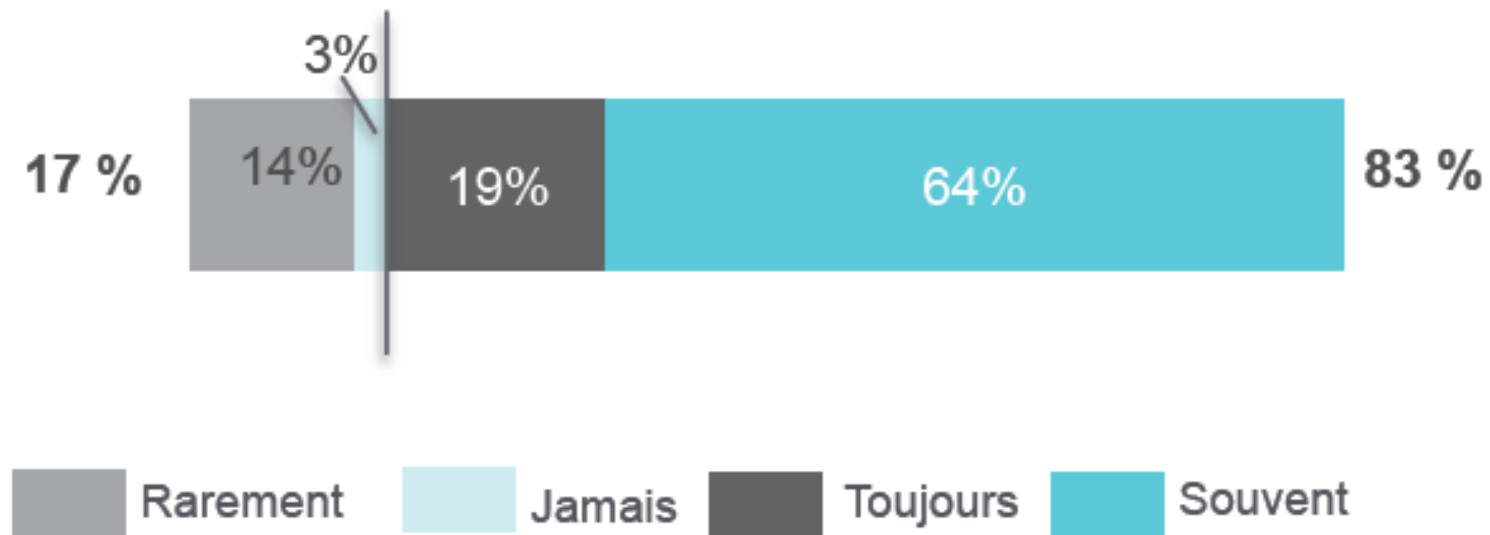
% de notes 9 ou 10

	Ensemble	Québec	Canada hors Québec
Santé (n:995)	47 %	58 %+	44 %-
Alimentation (n:999)	35 %	38 %	34 %
Vol d'identité/protection de la vie privée (n:998)	38 %	41 %	38 %
Technologie (n:996)	21 %	19 %	22 %
Finances personnelles (n:998)	27 %	31 %	26 %
Habitation (n:992)	19 %	20 %	18 %
Véhicule automobile (n:999)	15 %	15 %	15 %



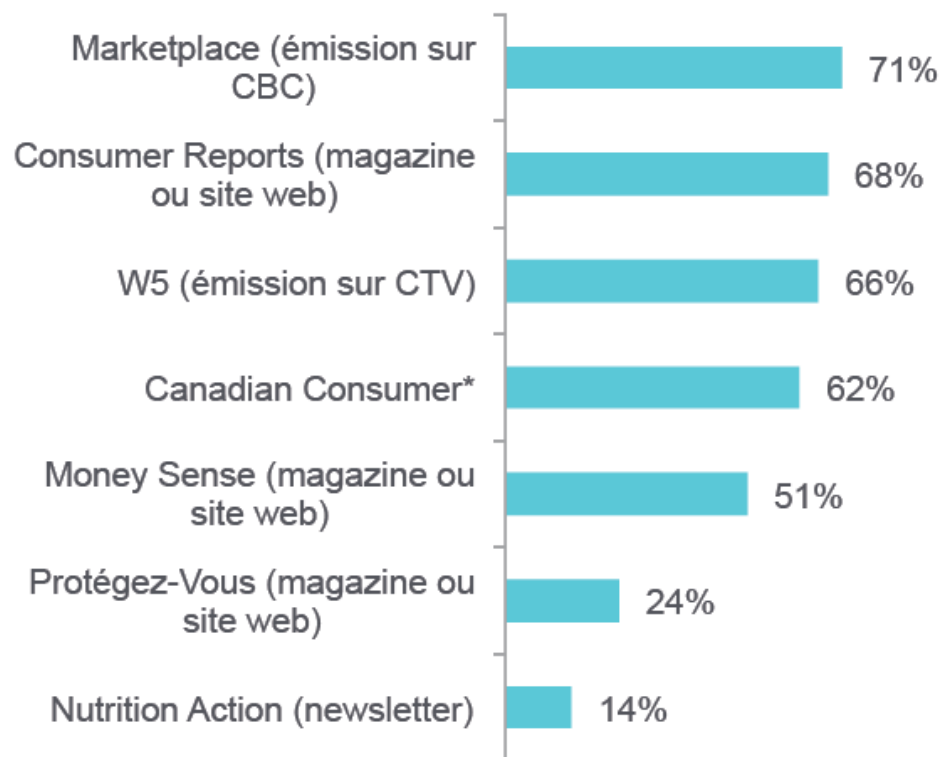
Points saillants : besoins en matière d'information

- **17 % des Canadiens trouvent rarement ou jamais des réponses à leurs questions de consommation**





Points saillants : notoriété

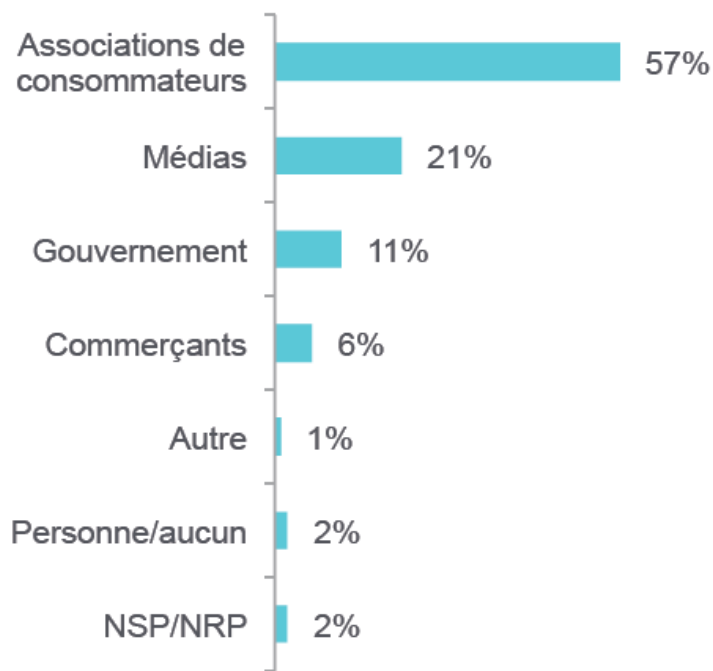


	Québec (n : 238)	Canada hors Québec (n:763)
Marketplace (émission sur CBC)	25 %-	85 %+
Consumer Reports (magazine ou site web)	30 %-	80 %+
W5 (émission sur CTV)	22 %-	79 %+
Canadian Consumer*	41 %-	68 %+
Money Sense (magazine ou site web)	13 %-	63 %+
Protégez-Vous (magazine ou site web)	81 %+	6 %-
Nutrition Action (newsletter)	13 %	14 %



Points saillants : crédibilité

□ Les associations de consommateurs : plus crédibles



	Québec (n : 238)	Canada hors Québec (n : 763)
Associations de consommateurs	64 %+	55 %-
Médias	15 %-	24 %+
Gouvernement	15 %	10 %
Commerçants	5 %	6 %
Autre	1 %	1 %
Personne/aucun	0 %	2 %
NSP/NRP	0 %	2 %

Merci!

Rendez-nous visite au

protégez **VOUS**.ca

Vous pouvez nous trouver sur

