

RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT

Origine : Demande de renseignement en date du 28 juin 2001
Demandeur : FCEI/ACAGNEQ

Référence : Section 4 de SCGM-01, document 01 – Besoins de la clientèle

Préambule :

page 6 de 21, lignes 25-26 :

« Un sondage réalisé en mai 2001 révèle que 55% des clients ont certainement ou probablement l'intention d'adhérer à un prix fixe, pour une période donnée. »

Questions :

- 4 a) Veuillez nous soumettre les questions de ce sondage, la méthodologie (l'échantillonnage, la marge d'erreur, etc).
 - 4 b) Selon les résultats du sondage, pouvez vous identifier si certains clients ont déjà fixé leur prix de gaz avec leur fournisseur ou leur courtier?
-

Réponse :

- a) Voir la réponse SCGM 1, document 1.1.

Voici la méthodologie qui a permis d'effectuer le sondage dans lequel étaient incorporés plusieurs sujets notamment celui concernant le tarif de fourniture à prix fixe. Ce sondage s'adressait aux clients de SCGM :

Sondage CII :

Population visée

- Dirigeants et décideurs (propriétaires, présidents, vice-présidents, finances, gestion de l'énergie) dont l'entreprise est située sur le réseau et appartient aux segments petit et moyen débits.
 - Comme pour le « suivi notoriété », le territoire géographique visé concerne les régions de
-

Montréal, Québec et Sherbrooke. Les localités suivantes font partie des trois régions en question :

Montréal :

- Anjou, Dollard-des-Ormeaux, Dorval, Lachine, LaSalle, Laval, Montréal, Montréal-Est, Montréal-Nord, Montréal Ouest, Outremont, Pierrefonds, Pointe-aux-Trembles, Rivière-des-Prairies, St-Léonard, Verdun, St-Laurent, Ville St-Pierre.

Québec :

- Ancienne-Lorette, Beauport, Charlesbourg, Québec, St-Augustin, Ste-Foy, Sillery, Val-Bélair, Valcartier, Deschambault, Donnacona, Loretteville, Notre-Dame-de-Portneuf, Pont Rouge, St-Basile-Sud, St-Gabriel, St-Raymond, St-Romuald, Vanier.

Sherbrooke :

- Ascot Corner, Fleurimont, Magog, Rock Forest, Sherbrooke, Bromptonville, Drummondville, Granby, Kingsey Falls, Lennoxville, Notre-Dame-du-Bon-Conseil, Plessisville, Princeville, Victoriaville, Waterloo, Windsor, Warwick.
- Deux grands secteurs économiques ont été considérés :
- **le commercial**¹ (commerce de détail ou de gros);
 - **l'industriel**² (avec ou sans procédé(s)).

Un certain nombre d'institutions ont été ajoutées au secteur industriel.

- L'échantillon aléatoire a été obtenu de la firme Dun & Bradstreet, à partir des directives de Créatec+.
- Seules les entreprises de cinq employés et plus³ ont été incluses dans l'échantillon. Jusqu'à dix appels ont été faits pour rejoindre un répondant.

¹ Codes SIC 45 à 59, 60 à 77, 91 à 97.

² Codes SIC 10 à 39, 81 à 86.

³ Basé sur les informations de Dun & Bradstreet au moment de tirer l'échantillon.

Plan de recherche

- Au total, **n = 350** entrevues devaient être complétées et **n = 389** ont été complétées, selon le plan suivant :

	Total	Clients	Non-clients
Visé	350	200	150
Complété	389	202	187

Marge d'erreur

- La marge d'erreur maximale avec un échantillon de cette taille est de $\pm 5,0 \%$, 19 fois sur vingt ($\pm 6,9 \%$ pour les clients et $\pm 7,2 \%$ pour les non-clients).

Questionnaire

- Sa durée moyenne a été de 10 minutes.

Cueillette des données

- Toutes les entrevues ont été effectuées à partir du centre d'appels de Créatec+ à Montréal, sous « monitoring » continu et supervision constante. Les entrevues ont été conduites **en français ou en anglais**, selon la langue de préférence des répondants.
- Aucune saisie ou codification manuelle n'a été nécessaire, compte tenu que la cueillette a été assistée à l'écran (CATI).
- Les entrevues se sont déroulées du 23 au 31 mai 2001.

Taux de réponse

- Durant cette vague d'enquête, $n = 1987$ numéros ont été générés dans l'échantillon initial. Avec un taux d'éligibilité de 48% , $n = 389$ entrevues ont été complétées pour un taux de réponse de 41% .

Traitement des données

- Les réponses obtenues à chaque question ont été ventilées selon le type d'entreprise.

Pondération

- Pour rendre les résultats comparables à ceux « suivi notoriété », une pondération fut nécessaire.⁴

Sondage Résidentiel

Population visée

- Les clients résidentiels du Québec.

Échantillonnage

- À partir d'une liste de clients résidentiels fournie par Gaz Métropolitain, Créatec+ a procédé à un échantillonnage entièrement probabiliste.
- Parmi chaque foyer contacté, la personne choisie était celle qui était responsable de la facture énergétique.

Questionnaire

- Le questionnaire a été élaboré par Gaz Métropolitain et retouché par Créatec+. La durée moyenne d'entrevue a été de quatre minutes. Le questionnaire couvrait essentiellement les réactions (intentions d'appeler, d'adhérer) à l'idée de prix fixe sur une période donnée.

Marge d'erreur

- La marge d'erreur maximale avec un échantillon de cette taille est de $\pm 6,9\%$, et ce, 19 fois sur vingt.

Cueillette des données

- Les entrevues ont été réalisées à partir du centre d'appels de Créatec+, sous supervision et « monitoring » continu, les 25 et 26 mai 2001, principalement le soir.

Taux de réponse

- À partir de n= 499 initialement tirés, 102 étaient inéligibles et n= 201 entrevues ont été complétées pour un taux de réponse de 51 %. Le taux de réponse a été calculé selon les normes de l'AIRMS.

Traitement des données

⁴ **Pondération :**
Ville : Montréal (.88), Québec (.05), Sherbrooke (.07)
Secteur : Commercial (.81), Industriel (.19)
Client : Commercial (.48), Industriel (.60)
Montréal (.50), Québec (.50), Sherbrooke (.50)

- Les données ont été pondérées (sur la base régionale seulement) et croisées par une bannière.

b) Le sondage effectué ne visait pas cet aspect.