

**Sondage sur le Fonds d'indemnisation
des clients des agents de voyages
(FICAV)**

RAPPORT DE RECHERCHE

Présenté à l'Office de la
protection du consommateur

Février 2023

Table des matières

Paramètres de l'étude	3
Principaux constats	7
Résultats détaillés	
Volet 1 : Voyageurs	10
• Notoriété assistée du FICAV	11
• Notoriété totale du FICAV	12
• Reconnaissance des circonstances couvertes par le FICAV	13
• Situations qui préoccupent les voyageurs lorsqu'ils réservent un voyage ou un séjour à l'extérieur du Québec	14
• Attitude à l'égard du FICAV	15
• Influence du FICAV sur le choix de recourir à une agence de voyages	16
• Profil des voyageurs	17
Volet 2 : Professionnels du voyage	19
• Fréquence de la présentation du FICAV aux clients	20
• Motifs pour lesquels les professionnels n'abordent pas le sujet du FICAV	21
• Façon dont est présenté le FICAV à la clientèle	22
• Moment de la transaction durant lequel le FICAV est présenté	23
• Opinion au sujet de la notoriété du FICAV auprès des clients	24
• Opinion quant aux efforts requis par l'Office pour mieux faire connaître le FICAV	25
• Types d'implications possibles de la part des professionnels du voyage	26
• Perception et opinion des professionnels du voyage à l'égard du FICAV	27
• Influence présumée du FICAV sur la décision de la clientèle de faire affaire avec une agence de voyages	28
• Profil des professionnels du voyage	29
Annexe 1 : Questionnaires	30



The background of the slide features a grayscale image of hands writing on a document. Overlaid on this are numerous hexagonal icons connected by a network of lines. The icons include a bar chart, a globe, a target with an arrow, a lightbulb, a group of people, a magnifying glass, a Wi-Fi symbol, a gear, a bar chart with an upward arrow, a document with a checklist, a robotic arm, and a hexagon with a smaller hexagon inside. The text 'Paramètres de l'étude' is written in white on an orange banner across the middle of the image.

Paramètres de l'étude

Contexte et objectifs



L'**Office de la protection du consommateur** administre le **Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages** (FICAV), qui a été créé en 2004 et qui vise à protéger les Québécois qui font affaire avec une agence de voyages titulaire d'un permis de l'Office. Ce fonds sert à indemniser les voyageurs lorsque l'agence de voyages ou l'un ou plusieurs de ses fournisseurs ne sont pas en mesure de fournir les services qui ont été payés. Au moment de la conclusion d'un contrat, les agences de voyages perçoivent la contribution du client, qui correspond à un faible pourcentage des services achetés.

En 2013 et en 2017, l'Office a réalisé une étude auprès des voyageurs québécois, des agents de voyages et des conseillers en voyages afin d'évaluer la campagne du FICAV et sa notoriété. L'étude a été interrompue en 2020 en raison de la pandémie de COVID-19. L'Office désire reprendre cette mesure en 2023 afin de déterminer l'évolution de la perception à l'égard du FICAV et de sa notoriété. Pour ce faire, il s'est adjoint les services de BIP Recherche pour réaliser un sondage Web auprès de ces deux populations (voyageurs et professionnels du voyage).

Plus précisément, les objectifs visés par l'étude en vue de la prochaine campagne de communication de 2023 sont de connaître ou de mesurer, chez les **voyageurs** :

- la notoriété assistée du FICAV;
- la notoriété totale du FICAV;
- la reconnaissance des circonstances couvertes par le FICAV;
- les situations qui préoccupent les voyageurs lorsqu'ils réservent un voyage ou un séjour à l'extérieur du Québec;
- l'attitude à l'égard du FICAV;
- l'influence du FICAV sur le choix de recourir à une agence de voyages.

De plus, cette étude vise à mesurer et à évaluer, chez les **professionnels** qui détiennent un permis ou un certificat de l'Office :

- la fréquence de la présentation du FICAV aux clients;
- les motifs pour lesquels les professionnels n'abordent pas le sujet du FICAV;
- la façon dont est présenté le FICAV à la clientèle;
- le moment de la transaction durant lequel le FICAV est présenté;
- l'opinion au sujet de la notoriété du FICAV auprès des clients;
- l'opinion quant aux efforts requis par l'Office pour mieux faire connaître le FICAV;
- les types d'implications possibles de la part des professionnels du voyage;
- la perception et l'opinion des professionnels du voyage à l'égard du FICAV;
- l'influence présumée du FICAV sur la décision de la clientèle de faire affaire avec une agence de voyages.

Méthodologie



VOLET 1 : Voyageurs



VOLET 2 : Professionnels du voyage

	VOLET 1 : Voyageurs	VOLET 2 : Professionnels du voyage
Population ciblée	Québécois, âgés de 18 ans et plus, qui planifient un voyage à l'extérieur du Québec au cours des 3 prochaines années, comprenant l'achat d'un transport	Agents de voyages, conseillers en voyages et gérants d'agence de voyages
Échantillonnage	Plan d'échantillonnage stratifié régionalement (Montréal RMR, Québec RMR et ailleurs en province), proportionnellement à la population adulte de chacune de ces régions.	Plan d'échantillonnage stratifié non proportionnel : Agents de voyages : 665 invitations, 149 répondants Conseillers en voyages et gérants d'agence de voyages : 5 855 invitations, 476 répondants
Collecte	Sondage Web, auprès de panélistes de BIP En français ou en anglais, au choix du répondant Du 6 au 27 janvier 2023	Sondage Web, à partir de listes fournies par l'Office En français seulement Du 21 décembre 2022 au 23 janvier 2023
Échantillon final	n = 1 051 répondants	n = 625 répondants
Marge d'erreur (à un niveau de confiance de 95 %)	<i>L'échantillon étant non probabiliste, il est impossible de déterminer la marge d'erreur. À titre indicatif, pour un sondage probabiliste avec un échantillonnage similaire, la marge d'erreur serait de : $\pm 3,0 \%$</i>	En tenant compte de l'ajustement pour population statistique finie : Agents de voyages : $\pm 7,1 \%$ Conseillers en voyages et gérants d'agence de voyages : $\pm 4,4 \%$
Pondération	Pondération en fonction de l'âge, du genre et de la région à partir des données du Recensement 2021 de Statistique Canada, au total des répondants éligibles et non éligibles (puisque l'incidence de voyageurs n'est pas connue), puis application du poids aux éligibles.	Pondération pour rétablir le poids réel des strates en tenant compte du taux d'admissibilité par strate.
Questionnaire	Fourni par l'Office, puis révisé et traduit par BIP Recherche Constitué de 30 variables Durée moyenne : 6 minutes Présenté en annexe	Fourni par l'Office, puis révisé par BIP Recherche Constitué de 18 variables Durée moyenne : 5 minutes Présenté en annexe

Notes au lecteur



Les écarts significatifs à un niveau de confiance de 95 % ou plus sont présentés à l'aide de couleurs de police de caractère (xx % / xx %) ou dans des encadrés gris. Ils ne constituent pas un bilan exhaustif, seuls les plus pertinents ayant été présentés.

Par ailleurs, il peut arriver que le total ne corresponde pas à la somme des parties, soit en raison de l'arrondissement des données, soit en raison de la non-réponse ou encore parce que plusieurs réponses étaient possibles pour une même question.

Toutes les données exprimées en pourcentage ont été arrondies sans décimale dans le but d'alléger les tableaux et graphiques. Le fait de présenter les pourcentages sans décimale ne change en rien les constats.

Lorsque possible, les résultats sont comparés avec les données de 2013 et de 2017 tirées de l'*Étude portant sur la notoriété du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages et sur la campagne Voyagez bien protégé*, réalisée par la firme SOM, en mai 2017.

L'ensemble des tableaux croisés, qui présentent à la fois les fréquences et les résultats des traitements statistiques bivariés, se trouvent dans un document distinct de ce rapport.



Principaux constats

Principaux constats

VOYAGEURS

- „ Près des trois quarts des Québécois (72 %) envisagent d'effectuer un voyage à l'extérieur du Québec comprenant l'achat d'un transport au cours des 3 prochaines années.
- „ La **notoriété assistée du FICAV** connaît une hausse de 7 points par rapport à 2017, atteignant cette année **40 %**. Par ailleurs, **5 %** n'en n'ont pas entendu parler, mais savaient qu'un tel fonds permettait aux clients d'agents de voyage d'obtenir un remboursement dans le cas où des services n'étaient pas rendus, ce qui porte la **notoriété totale du FICAV à 46 %**.
- „ Parmi les voyageurs qui ont déjà entendu parler du FICAV, la grande majorité savait ou présumait à juste titre que les clients des agents de voyages peuvent être remboursés dans le cas d'une **faillite de l'agence de voyages** (73 %), de l'**annulation d'un voyage** conséquemment à la **diffusion d'un avis officiel** (62 %) ou de l'**annulation d'un vol** à la suite d'une grève de la compagnie aérienne ou de conditions atmosphériques difficiles (60 %). L'**annulation d'un hébergement** en raison d'une grève ou d'une catastrophe naturelle (48 %) et l'**annulation d'excursions payées d'avance** (32 %) sont quant à elles des circonstances couvertes moins connues.
- „ Les **situations qui préoccupent le plus** les voyageurs sont le retard d'un vol qui fait manquer des nuitées, des repas ou des activités (71 %), de même qu'un départ en croisière (68 %), l'annulation et le non-remboursement des excursions payées d'avance (57 %) et l'annulation du transport ou de l'hébergement à cause d'une tempête ou d'une catastrophe naturelle (55 %). Seul le tiers craint la fermeture définitive de son agence de voyages (33 %).
- „ Près de neuf voyageurs sur dix (88 %) sont d'avis que le **FICAV est une bonne façon de protéger l'argent investi** dans leurs voyages (tout à fait : 45 %; assez : 43 %).
- „ Considérant l'existence du FICAV, près des deux tiers des voyageurs (63 %) seraient tentés de faire affaire avec un agent de voyages plutôt que de réserver directement auprès d'un transporteur ou d'un hôtelier (beaucoup : 23 %; assez : 40 %).

Principaux constats

PROFESSIONNELS DU VOYAGE

- „ Le **sujet du FICAV est très souvent abordé** par les professionnels du voyage auprès de leur clientèle : 66 % en parlent « toujours ou presque » et 20 % « assez souvent ».
- „ Ceux qui n'abordent que très rarement ou jamais le sujet du FICAV **motivent ce choix** principalement par le fait qu'ils ne le **connaissent pas suffisamment** (17 %). D'autres en parlent seulement lorsque leurs clients posent des questions (7 %) ou encore, jugent que le FICAV a trop mauvaise presse pour en parler (6 %). La majorité ne s'est toutefois pas prononcée sur un motif précis (54 %).
- „ Les trois quarts des professionnels présentent le FICAV comme étant une *protection financière qui s'applique automatiquement lorsqu'on fait affaire avec une agence de voyages ayant un permis du Québec* (75 %). Les autres façons sont beaucoup moins usuelles : *coût supplémentaire sur la facture* (14 %), *assurance* (5 %), *taxe* (3 %).
- „ C'est au moment de la facturation (56 %) et au moment de la discussion au sujet du voyage (33 %) que les professionnels du voyage sont plus enclins à présenter le FICAV à leur clientèle.
- „ Selon ce qu'ils perçoivent, 64 % des professionnels du voyage qui abordent le sujet du FICAV avec leurs clients pensent que ces derniers en ont souvent (48 %) ou toujours entendu parler (16 %).
- „ Neuf professionnels du voyage sur dix (90 %) sont d'avis que des efforts visant à mieux faire connaître le FICAV doivent être faits par l'Office, dont 58 % qui sont « tout à fait d'accord ».
- „ La majorité des professionnels se dit prête à insérer un document informatif dans des courriels (53 %) afin de promouvoir le FICAV auprès de sa clientèle, et 42 % à partager des publication sur les réseaux sociaux.
- „ Huit professionnels du voyage sur dix (78 %) s'accordent pour dire que le *montant de la contribution au FICAV est raisonnable pour le client et que sa couverture est avantageuse*. Toutefois, ils sont seulement 29 % à penser que le *FICAV est un argument de vente qui influence la décision d'achat finale de leurs clients*.
- „ Une minorité de professionnels du voyage est d'avis que le fait de connaître le FICAV influence beaucoup (8 %) ou assez (19 %) la décision de sa clientèle de faire affaire avec une agence de voyages.



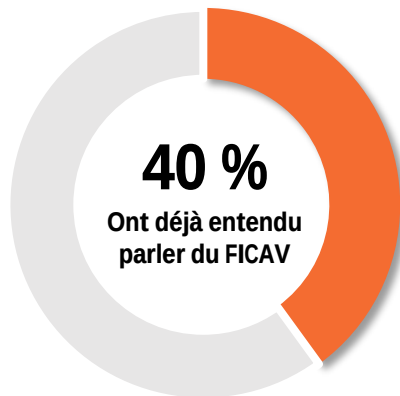
VOLET 1 : Voyageurs



Notoriété assistée du FICAV

Quatre voyageurs sur dix (40 %) ont déjà entendu parler du FICAV, alors que c'était le tiers (33 %) en 2017. Il s'agit d'une hausse significative de 7 points.

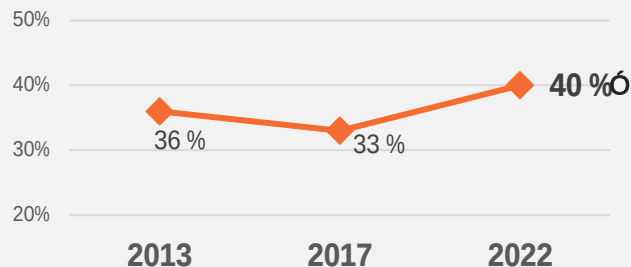
Les efforts de communication pour faire connaître le fonds devraient cibler davantage : les 18-34 ans, les anglophones et allophones, les personnes moins scolarisées, les personnes disposant d'un revenu familial inférieur à 80 000 \$, les femmes et les résidents de la région métropolitaine de Montréal, qui sont significativement plus nombreux à ne jamais avoir entendu parler du FICAV. À l'opposé, les voyageurs retraités, les 55 ans et plus, les foyers sans enfant, ceux disposant d'un revenu familial supérieur à 80 000 \$, ceux qui ont une intention certaine de voyager à l'extérieur du Québec au cours des 3 prochaines années, ceux dont la langue maternelle est le français et les hommes sont plus nombreux en moyenne à le connaître.



Le connaissent : retraités : 65 %; 55 ans et plus : 62 %; foyers sans enfant : 47 %; rev. fam. > 80 k\$: 46 %; intention certaine de voyager d'ici 3 ans : 46 %; francophones : 43 %; hommes : 45 %

Ne le connaissent pas : étudiants : 90 %; 18-34 ans : 83 %; à la maison : 80 %; anglophones/allophones : 83 %; secondaire et moins : 68 %; rev. fam. < 80 k\$: 66 %; femmes : 65 %; RMR de Montréal : 63 %

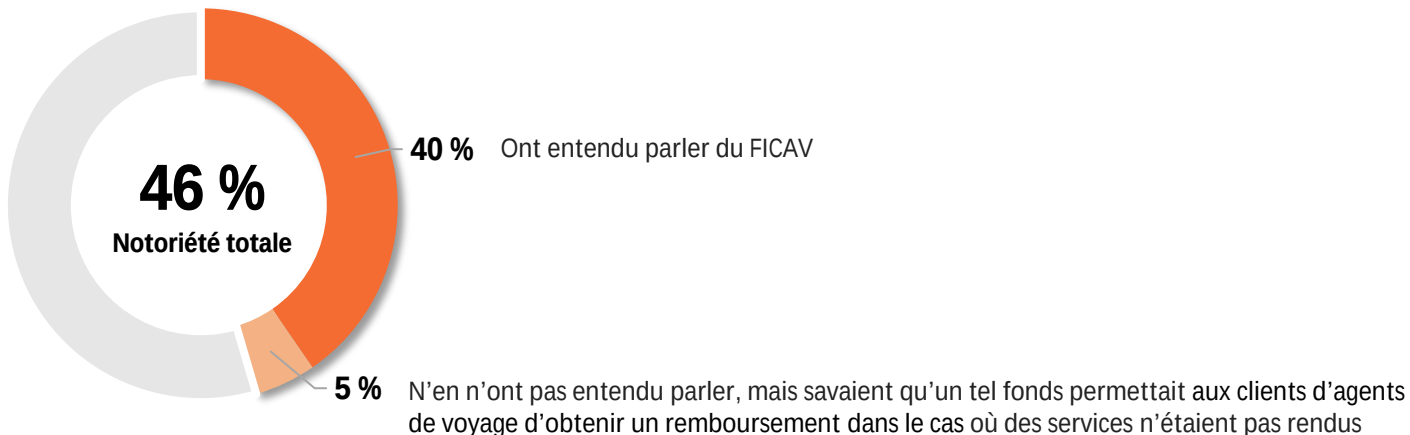
Évolution





Notoriété totale du FICAV

Aux 40 % qui ont déjà entendu parler du FICAV, ajoutons 5 % qui, bien qu'ils n'en aient pas entendu parler, savaient qu'un tel fonds permettait aux clients d'agents de voyages d'obtenir un remboursement dans le cas où un fournisseur (tel un transporteur aérien ou un hôtelier) ne fournit pas les services achetés, ce qui porte la notoriété totale du fonds à 46 %, soit près d'un voyageur sur deux.



Notoriété totale : retraités : 70 %; 55 ans et plus : 67 %; foyers sans enfant : 52 %; rev. fam. > 80 k\$: 50 %; intention certaine de voyager d'ici 3 ans : 50 %; hommes : 49 %; francophones : 48 %

QB1) Avez-vous déjà entendu parler du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV), administré par l'Office de la protection du consommateur (OPC)?

QB3) Le Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV) permet aux voyageurs d'obtenir un remboursement dans le cas où un fournisseur (tel un transporteur aérien ou un hôtelier), ne fournit pas les services achetés par l'entremise d'un agent de voyages. Le saviez-vous?

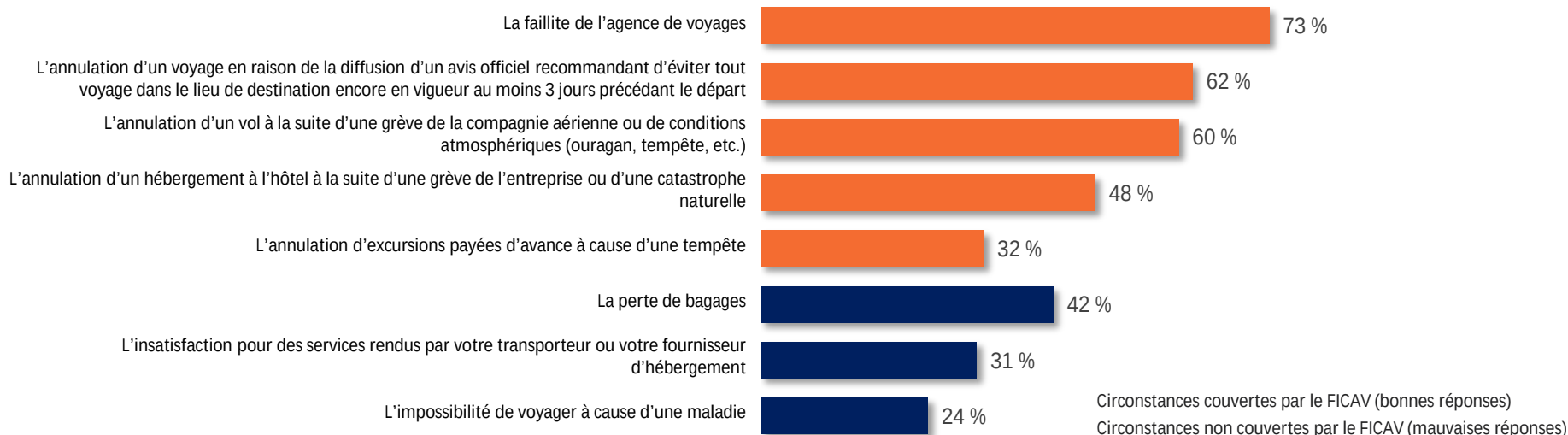
Tous les répondants (n=1051)



Reconnaissance des circonstances couvertes par le FICAV

Parmi ceux qui ont déjà entendu parler du FICAV, la grande majorité savait ou présumait à juste titre que les clients des agents de voyages peuvent être remboursés dans les circonstances suivantes : faillite de l'agence de voyages (73 %), annulation d'un voyage conséquemment à la diffusion d'un avis officiel (62 %) ou annulation d'un vol à la suite d'une grève de la compagnie aérienne ou de conditions atmosphériques difficiles (60 %). Les deux circonstances les moins connues sont l'annulation d'un hébergement à la suite d'une grève ou d'une catastrophe naturelle (48 %) et l'annulation d'excursions payées d'avance (32 %).

Par ailleurs, des proportions notables de répondants pensent à tort que le FICAV peut s'appliquer en cas de perte de bagages (42 %), à la suite d'une insatisfaction pour des services rendus par le transporteur ou le fournisseur d'hébergement (31 %) ou pour cause de maladie (24 %).



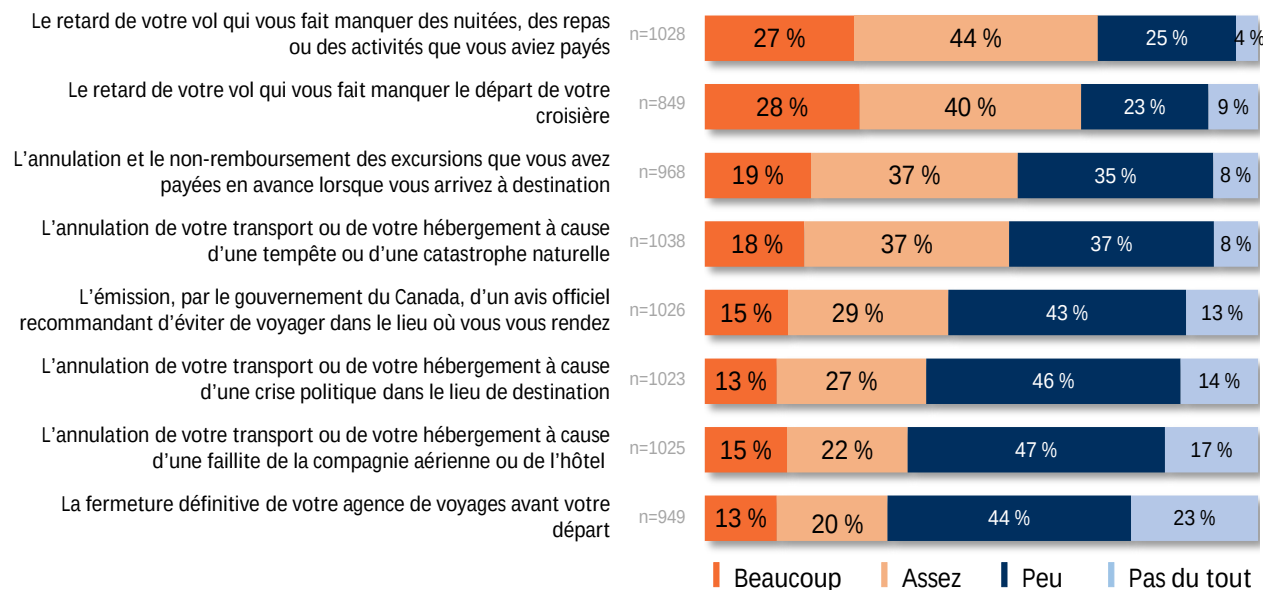
QB2) Selon ce que vous savez ou ce que vous présumez, le Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV) peut-il vous rembourser dans les situations ou circonstances suivantes?

Base : Ont déjà entendu parler du FICAV (n=490)



Situations qui préoccupent les voyageurs lorsqu'ils réservent un voyage ou un séjour à l'extérieur du Québec

Les situations que craignent le plus les voyageurs, soit la majorité d'entre eux, sont le retard du vol qui fait manquer des nuitées, des repas, des activités (71 %), de même qu'un départ en croisière (68 %), l'annulation et le non-remboursement des excursions payées d'avance (57 %) et l'annulation du transport ou de l'hébergement à cause d'une tempête ou d'une catastrophe naturelle (55 %). Seul le tiers craint la fermeture définitive de l'agence de voyages (33 %). Les autres situations préoccupent 37 % à 44 % des voyageurs. Les femmes sont davantage craintives que les hommes dans six des sept situations exposées. Les personnes qui craignent davantage ces situations sont également plus enclines à dire que le FICAV influencera leur décision de faire affaire avec un agent de voyages.



Craignent beaucoup + assez	
TOTAL	Principaux écarts
71 %	FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 77 %; femmes : 76 %
68 %	FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 75 %; femmes : 75 %; 55 ans + : 72 %
57 %	FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 64 %; femmes : 60 %; RMR de Montréal : 60 %; FICAV non connu : 59 %
55 %	À la maison : 70 %; FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 64 %; femmes : 59 %
44 %	Secondaire et moins : 51 %; FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 50 %
40 %	À la maison : 53 %; FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 47 %; collégial et moins : 44 %; femmes : 43 %; FICAV non connu : 42 %
37 %	FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 44 %; retraités : 42 %; femmes : 40 %
33 %	À la maison : 49 %; anglophones/allophones : 44 %; secondaire et moins : 42 %; FICAV influencera la décision de faire affaire avec un agent de voyages : 39 %; rev. fam. < 80 k\$: 37 %

QB4) Craignez-vous les situations suivantes lorsque vous réservez un voyage ou un séjour à l'extérieur du Québec?

Tous les répondants, excluant les « ne s'applique pas ».

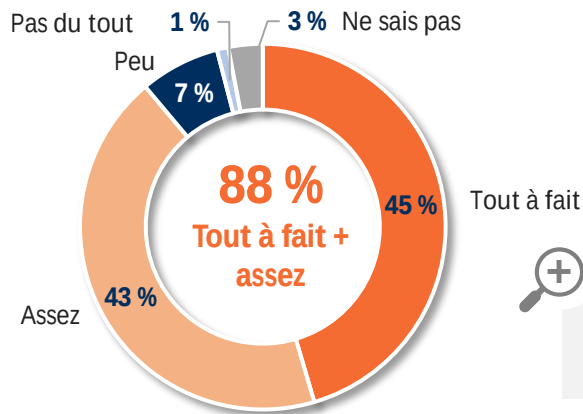


Attitude à l'égard du FICAV

Une majorité des voyageurs considèrent que le FICAV est une bonne façon de protéger l'argent qu'ils investissent dans leurs voyages (tout à fait : 45 %; assez : 43 %).

Ceux qui sont moins enclins à le penser (peu + pas du tout) sont les anglophones et allophones (16 %), les 35 à 54 ans (11 %), les hommes (10 %) et ceux qui résident dans la région métropolitaine de Montréal (10 %), comparativement à 8 % du total des voyageurs.

Considèrent que le FICAV est une bonne façon
de protéger l'argent investi dans leur voyage



QB5) Avec le Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV), vous pouvez obtenir un remboursement si un fournisseur, tel un transporteur aérien ou un hôtelier, ne fournit pas les services achetés par l'entremise d'un agent de voyages. Sachant cela, considérez-vous que le FICAV est une bonne façon de protéger l'argent que vous investissez dans votre voyage?

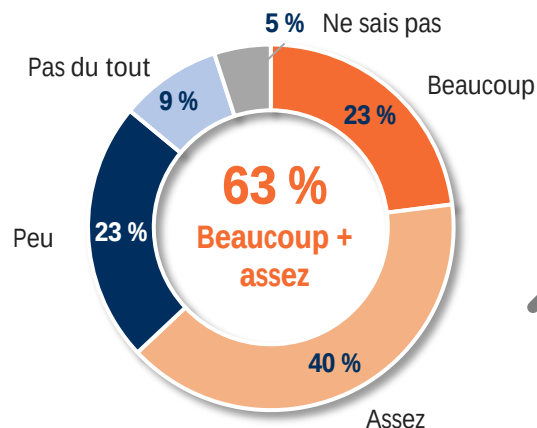
Tous les répondants (n=1051)



Influence du FICAV sur le choix de recourir à une agence de voyages

Près des deux tiers des voyageurs (63 %) affirment qu'ils seront tentés de faire affaire avec un agent de voyages plutôt que de réserver directement auprès d'un transporteur ou d'un hôtelier, considérant l'existence du FICAV. Les plus enclins à être influencés « beaucoup ou assez » sont ceux qui craignent davantage de situations, les retraités, ceux qui connaissent le FICAV, les 55 ans et plus et les francophones.

Inversement, ceux qui sont moins enclins à être influencés (peu + pas du tout) sont les anglophones et allophones (50 %), ceux qui ne craignent aucune situation parmi celles mesurées (46 %), les universitaires (35 %), de même que les hommes (35 %), comparativement à 32 % du total des voyageurs.



Beaucoup + assez : 6-8 situations craintes à QB4 : 81 %; retraités : 71 %; FICAV connu : 67 %; 55 ans et plus : 69 %; francophones : 65 %

Peu + pas du tout : anglophones/allophones : 50 %; aucune crainte à QB4 : 46 %; universitaires : 35 %; hommes : 35 %

QC6) Dans quelle mesure l'existence du FICAV influencera-t-elle votre décision de faire affaire avec un agent de voyages plutôt que de réserver directement auprès d'un transporteur ou d'un hôtelier? Diriez-vous qu'elle influencera...?

Tous les répondants (n=1051)



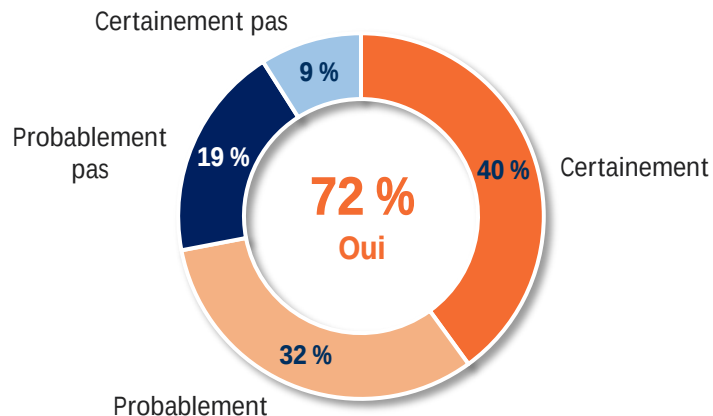
Profil des voyageurs

Sept Québécois sur dix (72 %) planifient (certainement ou probablement) effectuer un voyage à l'extérieur du Québec comprenant l'achat d'un transport au cours des trois prochaines années. Ceux-ci constituent la population à l'étude dont font état les résultats de ce volet.

Le profil des voyageurs est un peu plus masculin et un peu plus jeune si on le compare à la répartition à l'échelle provinciale. Plus souvent aussi, ils résident dans la région métropolitaine de Montréal.

Planifient effectuer un voyage à l'extérieur du Québec comprenant l'achat d'un transport, au cours des 3 prochaines années

Total des contactés (n=1525)



	 RÉPARTITION À L'ÉCHELLE PROVINCIALE ¹ n = 1525	 Profil des voyageurs n = 1051
GENRE		
Homme	49 %	51 %
Femme	51 %	48 %
ÂGE		
18 à 24 ans	11 %	13 %
25 à 34 ans	14 %	16 %
35 à 44 ans	16 %	18 %
45 à 54 ans	15 %	16 %
55 à 64 ans	18 %	17 %
65 à 74 ans	18 %	16 %
75 ans et plus	8 %	4 %
Moyenne (ans) :	49,6	47,0
RÉGION		
RMR de Montréal	50 %	53 %
RMR de Québec	10 %	11 %
Ailleurs au Québec	40 %	36 %

QA1) Au cours des trois (3) prochaines années, planifiez-vous effectuer un voyage à l'extérieur du Québec comprenant l'achat d'un transport?

1. Répartition selon les données du Recensement de 2021 de Statistique Canada et sur lesquelles s'est basée la pondération.



Profil des voyageurs



	Profil des voyageurs n = 1051
LANGUE MATERNELLE*	
AU MOINS LE FRANÇAIS	89 %
AU MOINS L'ANGLAIS	12 %
Français	83 %
Anglais	6 %
Autre langue	4 %
Français et anglais	4 %
Français et autre langue	2 %
Anglais et autre langue	1 %
SCOLARITÉ	
Secondaire et moins	18 %
Collégial	31 %
Universitaire	51 %

* Plusieurs réponses possibles.



	Profil des voyageurs n = 1051
TAILLE DU FOYER	
1 seule personne	23 %
2 personnes	38 %
3 personnes	17 %
4 personnes et plus	22 %
SITUATION FAMILIALE	
AVEC ENFANTS	29 %
En couple, avec enfant(s) vivant à la maison	24 %
Seul(e) avec enfant(s) vivant à la maison	5 %
SANS ENFANT	56 %
En couple, sans enfant vivant à la maison	32 %
Habite seul(e)	23 %
AUTRES SITUATIONS	15 %
Habite chez ses parents ou chez l'un de ses parents	9 %
Habite avec des colocataires	4 %
Foyer intergénérationnel	2 %



	Profil des voyageurs n = 1051
REVENU DU FOYER*	
Moins de 20 000 \$	4 %
20 000 \$ à moins de 40 000 \$	11 %
40 000 \$ à moins de 60 000 \$	13 %
60 000 \$ à moins de 80 000 \$	13 %
80 000 \$ à moins de 100 000 \$	16 %
100 000 \$ à moins de 150 000 \$	18 %
150 000 \$ et plus	13 %
PRINCIPALE OCCUPATION	
Travail à temps plein	51 %
Travail à temps partiel	8 %
Étudiant(e)	10 %
Retraité(e)	25 %
À la maison	6 %

* Le pourcentage manquant pour atteindre 100 % correspond aux non-réponses.

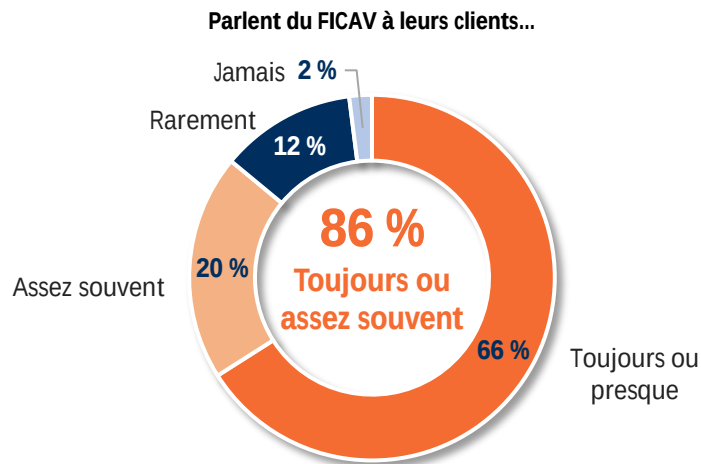
A black and white photograph of a man with a beard and curly hair, smiling and looking towards two other people. He is sitting in a black office chair. The two other people, a woman on the left and a man on the right, are seen from the back/side, looking towards him. They are sitting at a wooden desk with a laptop. In the background, there is a large world map on the wall and a globe on a shelf to the right. A dark blue semi-transparent banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'VOLET 2 : Professionnels du voyage' in white.

VOLET 2 : Professionnels du voyage

Fréquence de la présentation du FICAV aux clients

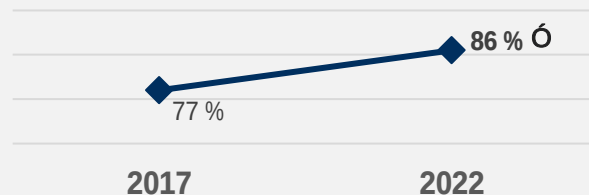
Près de neuf professionnels sur dix parlent toujours ou presque (66 %) ou assez souvent (20 %) du FICAV à leurs clients, tandis que 14 % n'en parlent que très rarement ou jamais. Très peu de différences sont à signaler entre les différents profils de professionnels, sinon que ceux qui servent principalement leurs clients en anglais sont moins enclins à leur en parler.

Par rapport à la dernière mesure en 2017, l'incidence de professionnels qui en parlent « toujours ou assez souvent » à leurs clients a bondi de 9 points, passant de 77 % à 86 %.



Évolution :

En parlent « toujours ou assez souvent »



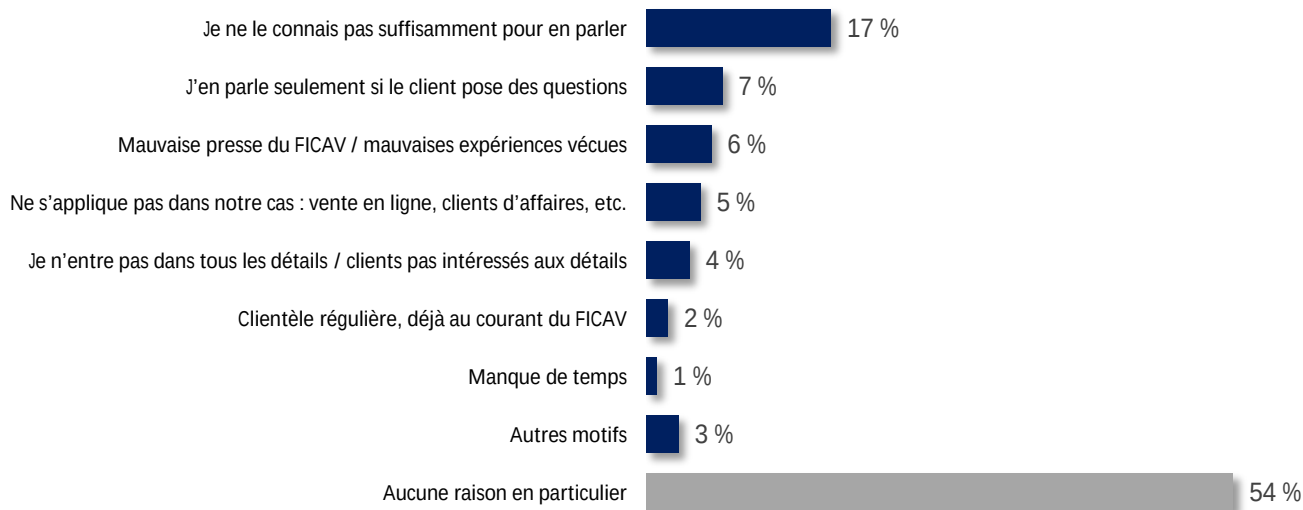
Toujours ou assez souvent : aucun écart notable

Rarement ou jamais : la langue de travail est l'anglais : 29 %



Motifs pour lesquels les professionnels n'abordent pas le sujet du FICAV

Les professionnels qui n'abordent que très rarement ou jamais le sujet du FICAV avec leur clientèle motivent ce choix par diverses raisons, la plus fréquente étant qu'ils ne le connaissent pas suffisamment pour en parler (17 %). D'autres en parlent seulement lorsque leurs clients posent des questions (7 %) ou encore, jugent que le FICAV a trop mauvaise presse pour en parler (6 %). La majorité ne s'est toutefois pas prononcée sur un motif précis (54 %), n'ayant aucune raison en particulier qui explique ce choix.

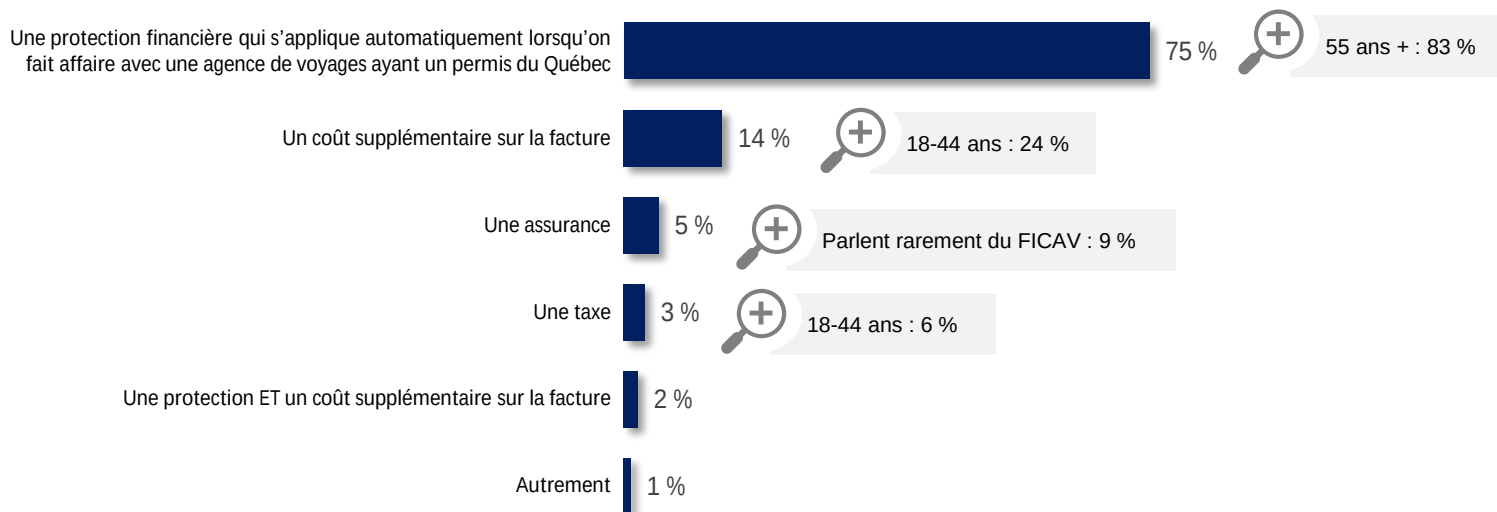




Façon dont est présenté le FICAV à la clientèle

Les trois quarts des professionnels interrogés abordent le thème du FICAV comme étant une *protection financière qui s'applique automatiquement lorsqu'on fait affaire avec une agence de voyages ayant un permis du Québec* (75 %). Chez les professionnels âgés de 55 ans et plus, ce sont 83 % qui l'abordent comme tel.

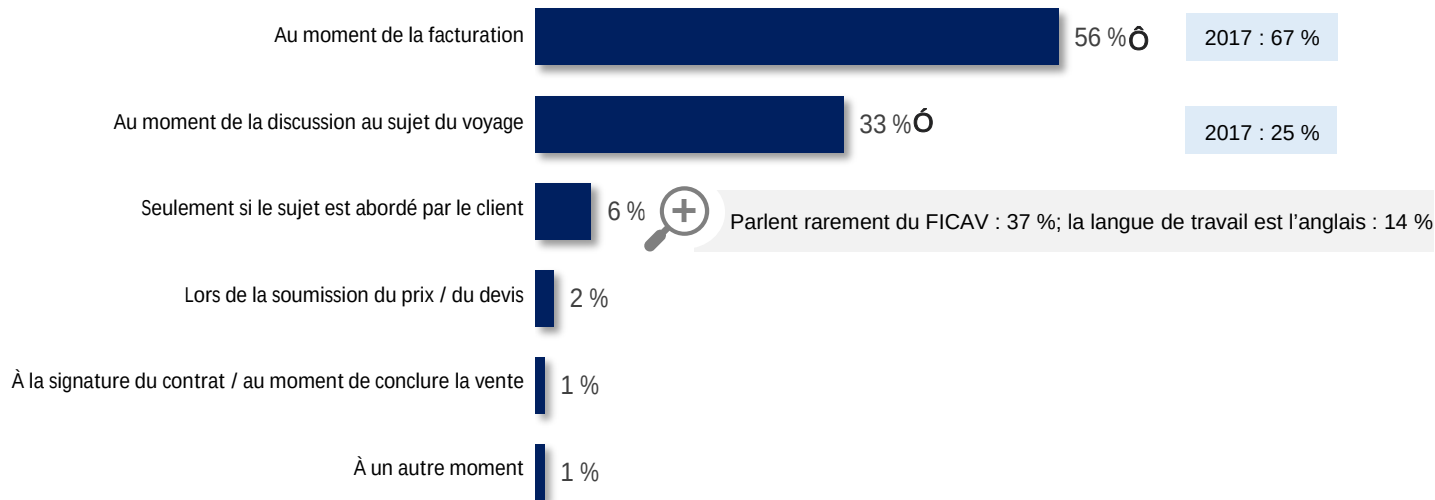
Les autres façons de présenter le FICAV sont beaucoup moins usuelles : *coût supplémentaire sur la facture* (14 %), *assurance* (5 %), *taxe* (3 %).



Moment de la transaction durant lequel le FICAV est présenté

La majorité des professionnels aborde le sujet du FICAV au moment de la facturation (56 %). Ils étaient 67 % en 2017 à le faire à ce moment (baisse de 11 points). Le tiers (33 %) présente le FICAV au moment de la discussion au sujet du voyage (ils étaient 25 % en 2017 à le faire à ce moment; hausse de 8 points).

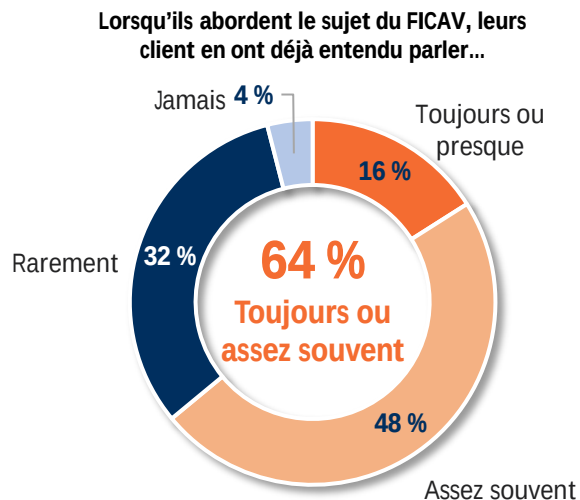
Ceux dont la langue de travail est l'anglais et ceux qui parlent rarement du FICAV à leurs clients sont plus nombreux à en parler « seulement lorsque le sujet est abordé par le client ».



Opinion au sujet de la notoriété du FICAV auprès des clients

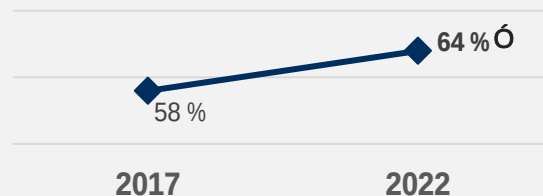
Selon ce qu'ils perçoivent, près des deux tiers des professionnels qui parlent du FICAV à leurs clients pensent que ces derniers en ont souvent (48 %) ou toujours entendu parler (16 %), une hausse de 6 points par rapport à la dernière mesure en 2017 (64 % versus 58 % en 2017).

Les professionnels plus expérimentés et plus âgés, ceux qui parlent toujours du FICAV à leurs clients et les conseillers en voyages ou gérants d'agence de voyages sont proportionnellement plus nombreux à présumer que leurs clients en ont « toujours » ou « assez souvent » entendu parler.



Évolution :

Leurs clients en ont « toujours ou assez souvent » entendu parler



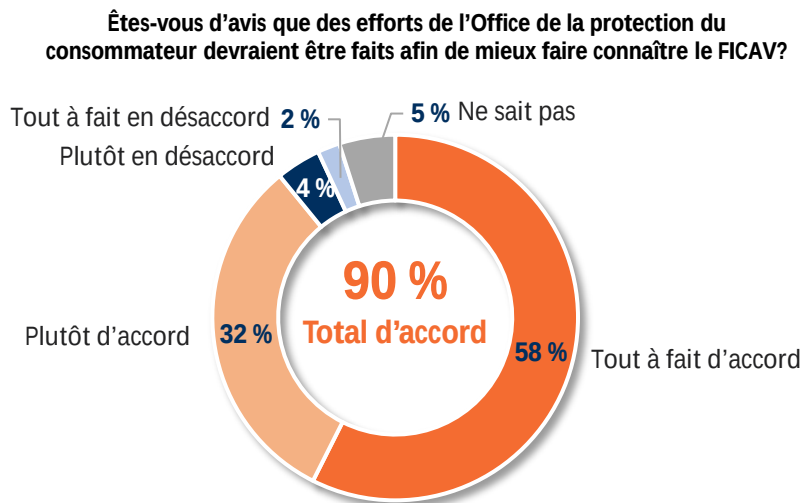
Toujours ou assez souvent : plus de 10 ans d'expérience : 75 %; parlent toujours ou presque du FICAV : 70 %; 55 ans et plus : 70 %; conseillers en voyages ou gérants d'agence de voyages : 65 %

Rarement ou jamais : moins de 5 ans d'expérience : 49 %; 18 à 44 ans : 48 %; agents de voyages : 47 %

Opinion quant aux efforts requis par l'Office pour mieux faire connaître le FICAV

Neuf professionnels du voyage sur dix (90 %) sont d'avis que des efforts visant à mieux faire connaître le FICAV doivent être faits par l'Office (58 % tout à fait d'accord et 32 % plutôt d'accord).

Les professionnels de 55 ans et plus et les conseillers en voyages ou gérants d'agence de voyages sont proportionnellement plus nombreux à partager cet avis.



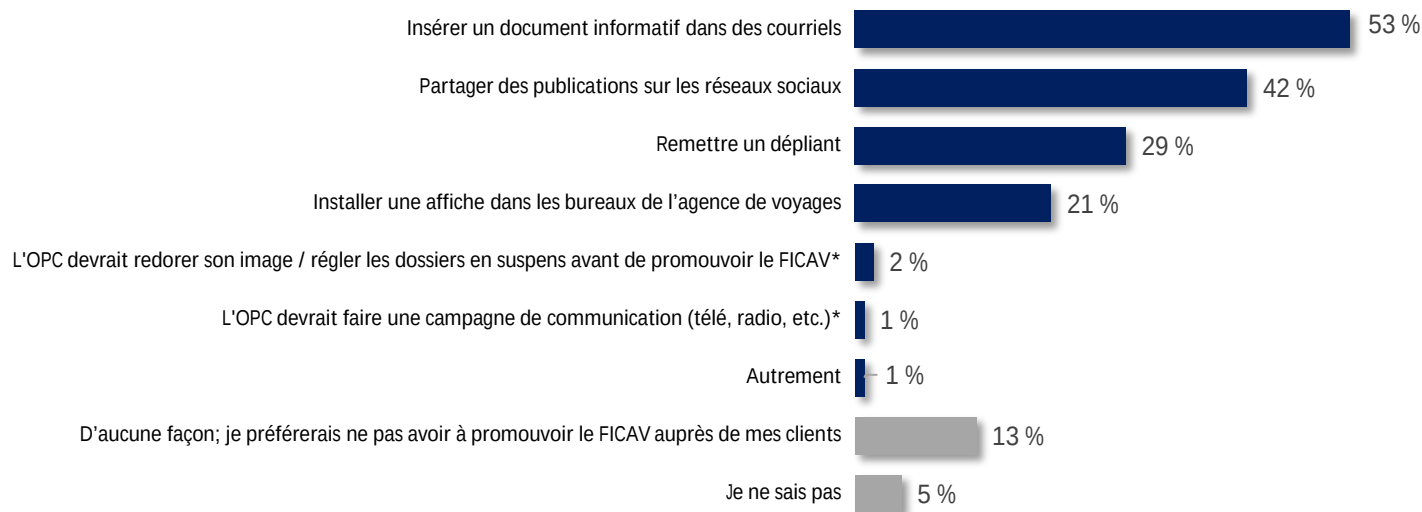
Total en accord : 55 ans et plus : 93 %; conseillers en voyages ou gérants d'agence de voyages : 91 %

Total en désaccord : agents de voyages : 11 %

Types d'implications possibles de la part des professionnels du voyage

La majorité des professionnels sondés (53 %) se dit prête à insérer un document informatif dans des courriels afin de promouvoir le FICAV auprès des clients, et 42 % à partager des publications sur les réseaux sociaux. Dans une moindre mesure, les professionnels se disent prêts à remettre un dépliant (29 %) ou à installer une affiche dans les bureaux de l'agence (21 %).

Par ailleurs, 13 % préféreraient ne pas avoir à promouvoir le Fonds et 5 % sont demeurés discrets quant à leur implication possible.



QB7) De quelle(s) façon(s) seriez-vous prêt(e) à promouvoir le FICAV auprès de vos clients?

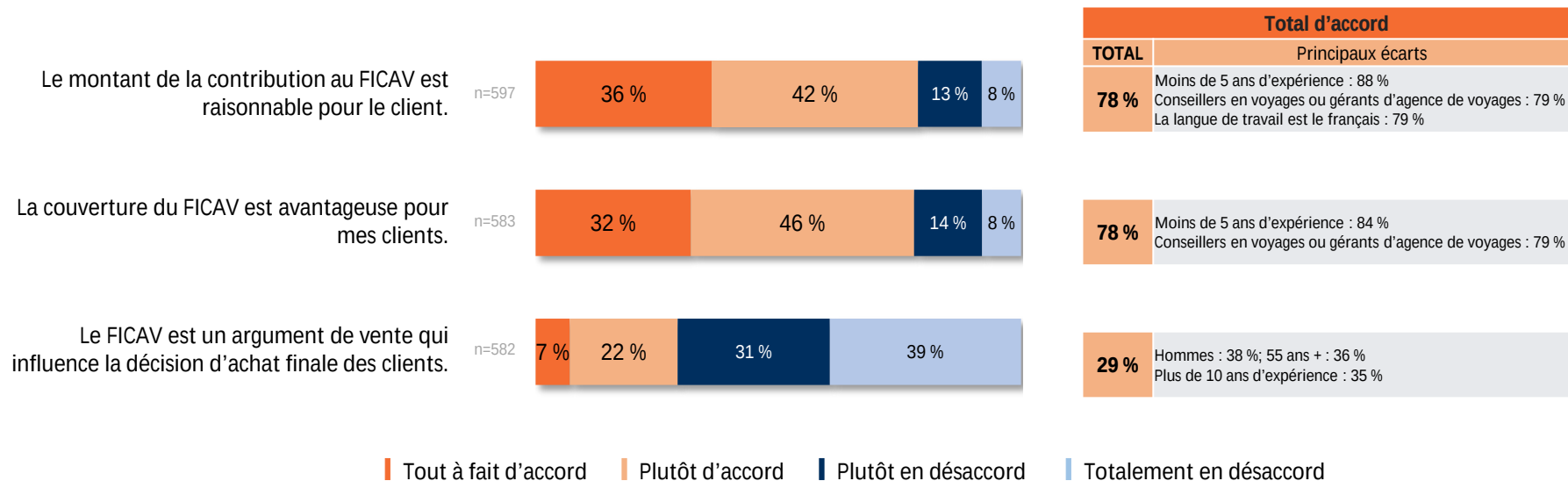
Base Tous les répondants (n=625)

* Mentions ne figurant pas dans les choix de réponses proposés, mais spontanément données dans le cadre du choix « Autres (précisez) ».

Perception et opinion des professionnels du voyage à l'égard du FICAV

Huit professionnels du voyage sur dix (78 %) s'accordent pour dire que le *montant de la contribution au FICAV est raisonnable pour le client* et que sa *couverture est avantageuse*. Les conseillers en voyages et gérants d'agence de voyages, de même que ceux qui ont moins de 5 ans d'expérience partagent d'autant plus ces avis.

Les professionnels sont toutefois moins du tiers (29 %) à penser que le *FICAV est un argument de vente qui influence la décision d'achat finale de leurs clients*. Les hommes, les 55 ans et plus et ceux ayant 10 années ou plus d'expérience partagent un peu plus souvent cet avis.



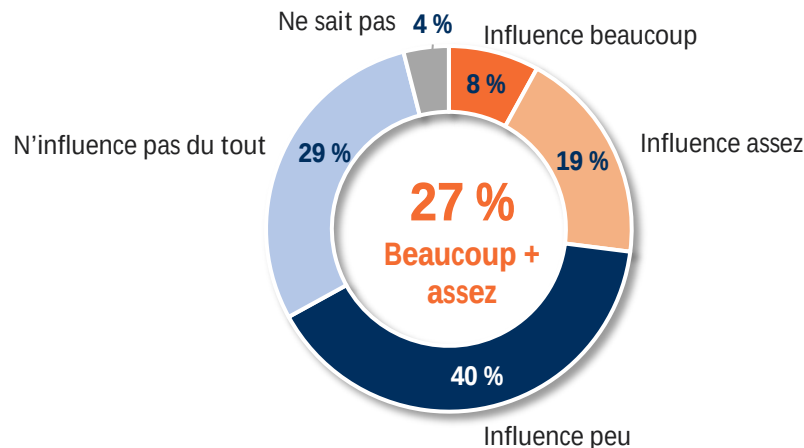
QC1) Voici maintenant une série d'énoncés reflétant certaines opinions et attitudes que des professionnels du voyage peuvent avoir par rapport au FICAV. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun de ces énoncés.

Tous les répondants, excluant la non-réponse.

Influence présumée du FICAV sur la décision de la clientèle de faire affaire avec une agence de voyages

Une minorité de professionnels du voyage sont d'avis que le fait de connaître le FICAV influence beaucoup (8 %) ou assez (19 %) la décision de leur clientèle de faire affaire avec une agence de voyages. Les professionnels de 55 ans et plus sont plus nombreux à le penser.

Selon vous, à quel point la connaissance du FICAV influence-t-elle la décision de vos clients de faire affaire avec une agence de voyages détenant un permis du Québec?



Beaucoup + assez : 55 ans et plus : 33 %

Peu + pas du tout : 18 à 44 ans : 80 %



Profil des professionnels du voyage



	Profil des professionnels n = 625
TYPE DE PROFESSIONNEL	
Certificat de conseiller en voyages ou de gérant d'agence de voyages	94 %
Permis d'agent de voyages	6 %
GENRE	
Masculin	28 %
Féminin	71 %
ÂGE	
18 à 24 ans	1 %
25 à 34 ans	6 %
35 à 44 ans	18 %
45 à 54 ans	22 %
55 à 64 ans	30 %
65 à 74 ans	19 %
75 ans et plus	3 %



	Profil des professionnels n = 625
LIEU DE TRAVAIL	
Abitibi-Témiscamingue	2 %
Bas-Saint-Laurent	2 %
Capitale-Nationale	10 %
Centre-du-Québec	2 %
Chaudière-Appalaches	5 %
Côte-Nord	<1 %
Estrie	5 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	<1 %
Lanaudière	7 %
Laurentides	10 %
Laval	6 %
Mauricie	3 %
Montréal	22 %
Nord-du-Québec	<1 %
Outaouais	4 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	3 %



	Profil des professionnels n = 625
PRINCIPALE LANGUE DE TRAVAIL	
Français	83 %
Anglais	2 %
Autant le français que l'anglais	14 %
Autres	1 %
ANNÉES D'EXPÉRIENCE	
Moins d'un an	6 %
1 à 2 ans	5 %
3 à 4 ans	14 %
5 à 10 ans	24 %
Plus de 10 ans	50 %

ANNEXE 1 : Questionnaires



Questionnaire

Questionnaire auprès des voyageurs

Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyage (FICAV)

Nombre d'entrevues à réaliser : 1000

Population à l'étude : Québécois âgés de 18 ans et plus qui planifient effectuer un voyage à l'extérieur du Québec au cours des 3 prochaines années comprenant l'achat d'un transport

Durée estimée : 6 minutes

Langue : En français ou en anglais

Assurer une bonne répartition selon l'âge, le sexe et les régions (RMR Montréal, RMR Québec et ailleurs).

MESSAGE D'ACCUEIL

[Message d'accueil s'affiche selon la langue de correspondance du paneliste. Si la langue de correspondance n'est pas disponible, afficher le message en français par défaut et prévoir un sélecteur de langue dans le coin supérieur droit pour accéder à la version anglaise du questionnaire].

Bienvenue au sondage de l'Office de la protection du consommateur portant sur l'achat de voyages.

Vous aurez besoin d'environ 6 minutes pour compléter ce sondage.

Votre collaboration est très appréciée!

[Commencer](#)

SECTION A - ÉLIGIBILITÉ

CODEP. (À tous) Veuillez indiquer les 3 premiers caractères de votre code postal.
[Longueur du champ=3]

SEXE. (À tous) Vous identifiez-vous au genre :

- Masculin 1
- Féminin 2
- Autre 3
- Je préfère ne pas répondre 9

AGE. (À tous) Dans lequel des groupes d'âge suivants vous situez-vous?

- Moins de 18 ans 0 [Remercier et terminer](#)
- 18 à 24 ans 1
- 25 à 34 ans 2
- 35 à 44 ans 3
- 45 à 54 ans 4
- 55 à 64 ans 5
- 65 à 74 ans 6
- 75 ans et plus 7
- Je préfère ne pas répondre 9 [Remercier et terminer](#)

QA1. (À tous) Au cours des trois (3) prochaines années, planifiez-vous effectuer un voyage à l'extérieur du Québec comprenant l'achat d'un transport?

- Certainement 1
- Probablement 2
- Probablement pas 3
- Certainement pas 4 [Remercier et terminer](#)



Questionnaire

SECTION C – NOTORIÉTÉ DU FONDS D'INDEMNISATION DES CLIENTS DES AGENTS DE VOYAGES

QB1. (À tous) Avez-vous déjà entendu parler du **Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV)**, administré par l'Office de la protection du consommateur (OPC)?

- Oui 1
- Non 2

QB2. (Si a déjà entendu parler du FICAV; QB1=1) Selon ce que vous savez ou ce que vous présumez, le **Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV)** peut-il vous rembourser dans les situations ou circonstances suivantes?

Rotation des énoncés	Oui	Non	Je ne sais pas
a) L'annulation d'un vol à la suite d'une grève de la compagnie aérienne ou de conditions atmosphériques (ouragan, tempête, etc.)	1	2	9
b) L'annulation d'un hébergement à l'hôtel à la suite d'une grève de l'entreprise ou d'une catastrophe naturelle	1	2	9
c) L'annulation d'excursions payées d'avance à cause d'une tempête	1	2	9
d) L'insatisfaction pour des services rendus par votre transporteur ou votre fournisseur d'hébergement	1	2	9
e) L'impossibilité de voyager à cause d'une maladie	1	2	9
f) La perte de bagages	1	2	9
g) L'annulation d'un voyage en raison de la diffusion d'un avis officiel recommandant d'éviter tout voyage dans le lieu de destination encore en vigueur au moins 3 jours précédant le départ	1	2	9
h) La faillite de l'agence de voyages	1	2	9

QB3. (Si ne connaît pas FICAV; QB1=2) Le **Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV)** permet aux voyageurs d'obtenir un remboursement dans le cas où un fournisseur (tel un transporteur aérien ou un hôtelier), ne fournit pas les services achetés par l'entremise d'un agent de voyages.

Le saviez-vous?

- Oui 1
- Non 2

QB4. (À tous) Craignez-vous les situations suivantes lorsque vous réservez un voyage ou un séjour à l'extérieur du Québec?

Rotation des énoncés	Beaucoup	Assez	Peu	Pas du tout	Ne s'applique jamais
a) L'annulation de votre transport ou de votre hébergement à cause d'une faillite de la compagnie aérienne ou de l'hôtel	1	2	3	4	9
b) L'annulation de votre transport ou de votre hébergement à cause d'une tempête ou d'une catastrophe naturelle	1	2	3	4	9
c) L'annulation de votre transport ou de votre hébergement à cause d'une crise politique dans le lieu de destination	1	2	3	4	9
d) La fermeture définitive de votre agence de voyages avant votre départ	1	2	3	4	9
e) L'annulation et le non-remboursement des excursions que vous avez payées en avance lorsque vous arrivez à destination	1	2	3	4	9
f) Le retard de votre vol qui vous fait manquer des nuitées, des repas ou des activités que vous aviez payés	1	2	3	4	9
g) Le retard de votre vol qui vous fait manquer le départ de votre croisière	1	2	3	4	9
h) L'émission, par le gouvernement du Canada, d'un avis officiel recommandant d'éviter de voyager dans le lieu où vous vous rendez	1	2	3	4	9

Empêcher le retour en arrière suite à cette question.



Questionnaire

LIB1. Libellé pour QB5

Si QB1=2 : Tel que mentionné précédemment, avec

Si QB1=1 : Avec

QB5. (À tous) [LIB1] Le Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV), vous pouvez obtenir un remboursement si un fournisseur, tel un transporteur aérien ou un hôtelier, ne fournit pas les services achetés par l'entremise d'un agent de voyages.

Sachant cela, considérez-vous que le FICAV est une bonne façon de protéger l'argent que vous investissez dans votre voyage?

- Tout à fait 1
- Assez 2
- Peu 3
- Pas du tout 4
- Je ne sais pas 9

QC6. (À tous) Dans quelle mesure l'existence du FICAV influencera-t-elle votre décision de faire affaire avec un agent de voyages plutôt que de réserver directement auprès d'un transporteur ou d'un hôtelier? Diriez-vous qu'elle influencera...?

- Beaucoup 1
- Assez 2
- Peu 3
- Pas du tout 4
- Je ne sais pas 9

SECTION 5 – PROFIL SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE

LANGM. (À tous) En terminant, voici quelques questions nous permettant de regrouper vos réponses avec celles des autres répondants.

Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez encore?

(une seule réponse acceptée)

- Français 1
- Anglais 2
- Autre langue 3
- Français et anglais 3
- Français et autre langue 5
- Anglais et autre langue 4
- Je préfère ne pas répondre 9

SCOL. (À tous) Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété?

- Primaire 1
- Secondaire 2
- Collégial 3
- Universitaire 4

TAILLE. (À tous) En vous incluant, combien de personnes votre foyer compte-t-il?

[Longueur du champ=2; MIN 1, MAX 99]

FOYER. (SI TAILLE > 1) Laquelle des situations suivantes s'applique à votre foyer?

NOTE : le terme « enfants » réfère à des enfants dont vous détenez la garde totale ou partagée. Les enfants peuvent être d'âge mineur ou majeur.

- J'habite en couple sans enfant vivant à la maison 01
- J'habite en couple avec enfant(s) vivant à la maison 02
- J'habite seul(e) avec enfant(s) vivant à la maison 03
- J'habite chez mes parents ou l'un de mes parents 04
- J'habite avec d'autres personnes que mes parents (ex : colocataires) 05
- Foyer intergénérationnel 06
- Autre situation, veuillez préciser : 97
- Je préfère ne pas répondre 99



Questionnaire

REVEN. (À tous) Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le **revenu total avant impôt** de tous les membres de votre foyer pour l'année 2021 ?

- Moins de 20 000 \$ 1
- de 20 000 \$ à moins de 40 000 \$ 2
- de 40 000 \$ à moins de 60 000 \$ 3
- de 60 000 \$ à moins de 80 000 \$ 4
- de 80 000 \$ à moins de 100 000 \$ 5
- de 100 000 \$ à moins de 150 000 \$ 6
- 150 000 \$ et plus 7
- Je préfère ne pas répondre 9

OCCU. (À tous) Quelle est votre **principale occupation** ?

- Travail à temps plein 01
- Travail à temps partiel 02
- Étudiant(e) 03
- Retraité(e) 04
- Chômeur(se) / recherche d'emploi 05
- Prestataire d'aide sociale 06
- Congé de maladie / CNESST / invalidité / parental 07
- À la maison 08
- Autre(veuillez préciser) : 97
- Je préfère ne pas répondre 99

Nous vous remercions d'avoir participé à cette étude !



Questionnaire

Questionnaire auprès des professionnels du voyage

Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyage (FICAV)

Nombre d'entrevues à réaliser : 600, selon un échantillonnage stratifié pour sous-représenter les conseillers en voyage qui représentent plus de 90 % de l'échantillon

Population à l'étude : Titulaires de permis d'agent de voyages ou de certificats de conseillers en voyages de toutes les régions du Québec

Échantillon : Listes fournies par l'OPC

Durée estimée : 8 minutes

Langue : En français

QUOTAS (n visés)

- Titulaires de permis d'agent de voyages 100
- Titulaires de certificat de conseiller en voyages ou gérant d'agence de voyages 500

INVITATION

Bonjour,

L'Office de la protection du consommateur (OPC) a mandaté BIP Recherche pour mener une étude auprès des professionnels du voyage afin de mieux comprendre vos perceptions et opinions à l'égard du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV) et savoir comment vous abordez ce sujet avec vos clients.

Nous aurions besoin de votre collaboration pour répondre à quelques questions.

Nous tenons à vous assurer que toutes vos réponses demeureront strictement confidentielles.

Merci beaucoup de votre précieuse collaboration!

SECTION A - ÉLIGIBILITÉ

QA1. (À tous) Êtes-vous personnellement titulaire d'un permis d'agent de voyages délivré par l'Office de la protection du consommateur?

- Oui 1 [Passer à QB1](#)
- Non 2 [Poser QA2](#)

QA2. (Si QA1=2) Êtes-vous titulaire d'un certificat de conseiller en voyages ou de gérant d'agence de voyages délivré par l'Office de la protection du consommateur?

- Oui, d'un certificat de conseiller en voyages 1
- Oui, d'un certificat de gérant d'agence de voyages 2
- Non 3 [Remercier et terminer](#)

SECTION B - PROMOTION DU FICAV AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE

QB1. (À tous) Parlez-vous du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV) à vos clients?

- Toujours ou presque 1
- Assez souvent 2
- Rarement 3
- Jamais 4

QB2. (Si rarement s à QB1) Pour quelles raisons en parlez-vous rarement à vos clients?
(Si jamais s à QB1) Pour quelles raisons n'en parlez-vous jamais à vos clients?

- Je ne le connais pas suffisamment pour en parler 99
- Aucune raison en particulier 00



Questionnaire

QB3. [Parlent du FICAV à leurs clients; QB1-1, 2, ou 3] En parlez-vous principalement comme...?

- Une protection financière qui s'applique automatiquement lorsqu'on fait affaire avec une agence de voyages ayant un permis du Québec 01
- Un coût supplémentaire sur la facture 02
- Une taxe 03
- Une assurance 04
- Autrement (veuillez préciser) : 97

QB4. [Parlent du FICAV à leurs clients; QB1-1, 2, 3] Généralement, à quel moment de la transaction abordez-vous le sujet du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages (FICAV) avec vos clients?

- Au moment de la discussion au sujet du voyage 01
- Au moment de la facturation 02
- Seulement si le sujet est abordé par le client 03
- À un autre moment (veuillez préciser) : 97
- Je préfère ne pas répondre 99

QB5. [Parlent du FICAV à leurs clients; QB2-1, 2, ou 3] Selon votre perception, lorsque vous abordez le sujet du FICAV, est-ce que vos clients en ont déjà entendu parler?

- Toujours ou presque 1
- Assez souvent 2
- Rarement 3
- Jamais 4
- Je préfère ne pas répondre 5

QB6. [À tous] Êtes-vous d'avis que des efforts de l'Office de la protection du consommateur devraient être faits afin de mieux faire connaître le FICAV?

- Tout à fait d'accord 1
- Plutôt d'accord 2
- Plutôt en désaccord 3
- Tout à fait en désaccord 4
- Je ne sais pas 9

QB7. [À tous] De quelle(s) façon(s) seriez-vous prêt(e) à promouvoir le FICAV auprès de vos clients?

Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

Mentions multiples sauf codes 00 et 99; Rotation des énoncés 01 à 04

- Remettre un dépliant 01
- Installer une affiche dans les bureaux de l'agence de voyages 02
- Insérer un document informatif dans des courriels 03
- Partager des publications sur les réseaux sociaux 04
- Autrement (veuillez préciser) : 97
- D'aucune façon; Je préférerais ne pas avoir à promouvoir le FICAV auprès de mes clients 00
- Je ne sais pas 99

SECTION C – PERCEPTION ET OPINION À L'ÉGARD DU FICAV

QC1. [Tous sauf si QB2-99] Voici maintenant une série d'énoncés reflétant certaines opinions et attitudes que des professionnels du voyage peuvent avoir par rapport au FICAV.

Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun de ces énoncés.

Rotation des énoncés	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	Je préfère ne pas répondre
a) La couverture du FICAV est avantageuse pour mes clients.	1	2	3	4	9
b) Le montant de la contribution au FICAV est raisonnable pour le client.	1	2	3	4	9
c) Le FICAV est un argument de vente qui influence la décision d'achat finale des clients.	1	2	3	4	9

QC2. [À tous] Selon vous, à quel point la connaissance du FICAV influence-t-elle la décision de vos clients de faire affaire avec une agence de voyages détenant un permis du Québec?

- Influence beaucoup 1
- Influence assez 2
- Influence peu 3
- N'influence pas du tout 4
- Je ne sais pas 9



Questionnaire

SECTION C – PROFIL DES RÉPONDANTS

EXP. (À tous) Combien d'années d'expérience comptez-vous à titre de professionnel du voyage?

- Moins d'un an 1
- 1 à 2 ans 2
- 3 à 4 ans 3
- 5 à 10 ans 4
- Plus de 10 ans 5
- Je préfère ne pas répondre 9

AGE. (À tous) Dans lequel des groupes d'âge suivants vous situez-vous?

- Moins de 18 ans 0 [Remercier et terminer](#)
- 18 à 24 ans 1
- 25 à 34 ans 2
- 35 à 44 ans 3
- 45 à 54 ans 4
- 55 à 64 ans 5
- 65 à 74 ans 6
- 75 ans et plus 7
- Je préfère ne pas répondre 9

SEXE. (À tous) Vous identifiez-vous au genre :

- Masculin 1
- Féminin 2
- Autre 3
- Je préfère ne pas répondre 9

LANG. (À tous) Quelle est la langue que vous utilisez principalement avec vos clients dans le cadre de votre travail?

- Français 01
- Anglais 02
- Autant le français que l'anglais 03
- Autre (veuillez préciser) : 97
- Je préfère ne pas répondre 99

REG. (À tous) Dans quelle région se situe votre lieu de travail?

- Abitibi-Témiscamingue 08
- Bas-Saint-Laurent 01
- Capitale-Nationale 03
- Centre-du-Québec 17
- Chaudière-Appalaches 12
- Côte-Nord 09
- Estrie 05
- Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine 11
- Lanaudière 14
- Laurentides 15
- Laval 13
- Mauricie 04
- Montérégie 16
- Montréal 06
- Nord-du-Québec 10
- Outaouais 07
- Saguenay-Lac-Saint-Jean 02
- Extérieur du Québec 90
- Autre: Si vous ne connaissez pas votre région administrative, inscrivez les 3 premiers caractères du code postal : 97
- Je ne sais pas ou je préfère ne pas répondre 99

Nous vous remercions d'avoir participé à cette étude !