

**Société de l'assurance
automobile**

Québec 

**Campagne Alcool 2010
Évaluation postcampagne**

- Rapport final -

Rapport d'étude

**SONDAGE POSTCAMPAGNE ET ÉVALUATION DES COMPORTEMENTS RELATIFS
À L'ALCOOL AU VOLANT AUPRÈS DE LA POPULATION QUÉBÉCOISE**

Dossier 77236-140
Septembre 2010



Leger
MARKETING

580, Grande-Allée Est, bureau 580, Québec, Québec G1R 2K2 • Téléphone : 418-522-7467 • Télécopieur : 418-522-7977
• www.legermarketing.com •

Table des matières

Contexte, objectifs et méthodologie	3
Faits saillants	9
Conclusions	15
Résultats détaillés	17
1. Profil des répondants	18
1.1 Profil sociodémographique des répondants	18
1.2 Titulaires de permis et expérience de conduite	19
2. Consommation d'alcool et conduite automobile	20
2.1 Consommation d'alcool au cours de la dernière année	21
2.2 Fréquentation de bars ou de restaurants où l'on vend de l'alcool	22
2.3 Fréquence de conduite après avoir consommé de l'alcool	23
2.4 Adoption d'un comportement préventif	27
2.5 Intervention afin d'empêcher le conducteur de prendre le volant	30
2.6 Perception du risque d'être arrêté	32
2.7 Perception du risque d'avoir un accident	33
2.8 Interception dans un barrage routier	34
2.9 Fréquence de contacts avec un conducteur ayant les facultés affaiblies par l'alcool ..	36
2.10 Fréquence d'intervention pour empêcher de conduire avec les facultés affaiblies par l'alcool	37
2.11 Passager d'un conducteur avec les facultés affaiblies par l'alcool	39
3. Conducteurs désignés	40
3.1 Fréquence d'utilisation et sexe du conducteur désigné	41
3.2 Consommation par le conducteur désigné	43
3.3 Moment de la décision de désigner un conducteur	44
4. Consommation de drogues et conduite automobile	45
4.1 Consommation de drogues au cours de la dernière année	46
4.2 Conduite après avoir consommé du cannabis	47
4.3 Passager d'un conducteur avec les facultés affaiblies par la drogue	48
5. Pénétration de la campagne	49
5.1 Rappel spontané de la campagne	50
5.2 Éléments de rappels spontanés	51
5.3 Notoriété des actions particulières	54
5.4 Publicité télévisée - notoriété	56
5.5 Publicité télévisée - compréhension	58
5.6 Publicité télévisée - évaluation	59
5.7 Publicité radio - notoriété	61
5.8 Publicité radio - compréhension	62
5.9 Publicité radio - évaluation	63
5.10 Slogan - notoriété	64

6. Impact avoué de la campagne.....	66
6.1 Effet dissuasif des barrages.....	67
6.2 Impact avoué de la campagne - se sentir concerné en tant que conducteur	70
6.3 Impact avoué de la campagne - modification du comportement par rapport à l'alcool au volant	72
6.4 Importance d'insister sur la responsabilité du conducteur et des passagers dans le message.....	76
Annexes : Questionnaires d'enquête.....	77
Questionnaire francophone	78
Questionnaire anglophone	96

Contexte, objectifs et méthodologie

Contexte de l'étude

Dans le cadre de la campagne Alcool 2010 menée par la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ), Léger Marketing a été mandaté afin d'obtenir une série d'indicateurs concrets qui permettront de mesurer l'impact de cette campagne auprès des Québécoises et des Québécois. Ces indicateurs permettront par ailleurs d'assurer un suivi sur les comportements et attitudes des citoyens à l'égard de la conduite avec les facultés affaiblies.

La campagne Alcool 2010 a pour principal objectif de conscientiser la population québécoise à l'égard des dangers de l'alcool au volant, dans l'optique de diminuer le nombre d'accidents impliquant des conducteurs ayant les facultés affaiblies. De manière plus précise, cette campagne a pour but de rappeler l'importance de la responsabilité du conducteur, que plusieurs personnes subissent les conséquences d'un accident et qu'il faut prévoir une alternative sécuritaire pour ne pas conduire son véhicule lorsqu'on a consommé de l'alcool.

Plan média de la campagne : Volet publicité de masse (grand public)

Diffusion d'une publicité télévisée (chaînes conventionnelles et spécialisées) de 30 secondes en français :

- Publicité de 800 peb diffusée du 3 au 31 mai 2010.
Description de la publicité : Un couple dans la quarantaine part d'une soirée chez des amis où ils ont consommé de l'alcool. Le couple d'amis demande à l'homme s'il est en état de conduire. L'homme répond qu'il n'y a pas de problème et le couple monte dans la voiture. La scène suivante présente l'homme qui se fait arrêter par les policiers pour conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool.

Diffusion d'une publicité radio (Montréal) de 30 secondes en anglais :

- Publicité de 800 peb diffusée du 3 au 31 mai 2010.
Description de la publicité : Un homme appelle sa femme du poste de police après son arrestation pour conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool.

Note : La campagne Alcool 2010 destinée aux parents des jeunes conducteurs n'est pas évaluée dans la présente étude. Celle-ci a fait l'objet d'une étude particulière où les parents de jeunes âgés de 16 à 24 ans ont été sondés, ainsi que la population générale de 16 ans ou plus.

Clientèles visées :

- ↳ Titulaires d'un permis de conduire valide au Québec ;
- ↳ Par ailleurs, à tous les égards, les conducteurs qui n'admettent pas encore les risques associés à l'égard de l'alcool au volant sont visés par la campagne Alcool 2010.

Objectifs de l'étude

Afin d'évaluer l'efficacité de la campagne publicitaire Alcool 2010, cette étude a pour principal objectif d'obtenir une série d'indicateurs qui font état de son impact auprès des Québécoises et Québécois. Plus précisément, l'étude vise à :

- ↳ assurer le suivi d'un certain nombre d'indicateurs en matière d'alcool au volant et étudier l'évolution des résultats depuis les mesures prises en 1997, 2000, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 et 2010;
- ↳ mesurer les attitudes, les perceptions et les comportements en regard de la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool;
- ↳ mesurer la notoriété générale et la compréhension des messages publicitaires de cette année;
- ↳ connaître les impacts de la campagne et tenter de dégager des pistes d'interventions pour l'avenir.

Méthodologie

Population cible

Comme en 2009, puisque la clientèle visée par la campagne Alcool 2010 est constituée autant des conducteurs potentiellement fautifs que de leurs proches, toute la population âgée de 16 ans et plus est ciblée par cette étude.

Échantillon

La présente étude a été réalisée au moyen d'entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 1150 Québécoises et Québécois âgé(e)s de 16 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Instrument de mesure

Le questionnaire a été élaboré par les professionnels de la SAAQ, à partir des questionnaires des études antérieures. Il a ensuite été validé par les professionnels de Léger Marketing. Le questionnaire est composé de 58 variables, dont sept semi-ouvertes et sa durée moyenne est estimée à 9 minutes et demie.

Formation des interviewers

Les entrevues ont été réalisées par des interviewers expérimentés en collecte des données d'études à nature comportementale. Tous les interviewers ayant travaillé sur ce projet de recherche ont reçu une formation approfondie de la part de la chargée de projet de Léger Marketing et du superviseur du centre d'appels dans le but de maîtriser parfaitement le questionnaire avant d'entreprendre la collecte des données. De manière plus précise, les sujets abordés lors de la formation des interviewers étaient la nature du sujet, les objectifs du sondage et l'explication de chacune des questions de manière détaillée.

Avant de commencer la collecte des données officielle, un prétest (20 entrevues complètes) a été réalisé afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique et la compréhension des questions par les répondants. À la suite du prétest, les ajustements nécessaires ont été apportés au questionnaire. Toutes les modifications ont été approuvées par le client et le questionnaire a ensuite été traduit vers l'anglais par les professionnels de Léger Marketing avant d'entreprendre la collecte des données officielle.

Collecte des données

Les entrevues ont été réalisées à partir de notre centre d'appels de Montréal du 28 mai au 15 juin 2010. Par ailleurs, le taux de réponse de l'étude est de 53% (voir la page 8 pour le détail des résultats des appels).

Toutes les entrevues téléphoniques ont été réalisées et surveillées en continu au centre d'appels de Léger Marketing. Les superviseurs étaient présents en tout temps afin d'assurer le contrôle et la qualité des entrevues. L'écoute monitoring en cours de sondage a été effectuée de façon constante, avec surveillance simultanée des informations inscrites sur le fichier informatique. Les superviseurs contrôlaient ainsi non seulement la qualité de l'entrevue, mais aussi la bonne adéquation entre les réponses fournies et le code entré au fichier.

De manière à maximiser le taux de réponse, entre 5 et 10 rappels ont eu lieu à différents moments de la journée et de la semaine pour rejoindre une personne si la ligne était occupée, si on ne répondait pas ou si un répondeur était branché. Des rendez-vous ont été pris lorsque la personne préférait répondre à un autre moment. Ce nombre de rappels assure une meilleure représentativité des populations sondées.

Échantillonnage et pondération

Les numéros de téléphone composant l'échantillon ont été aléatoirement sélectionnés et prélevés à l'aide du logiciel « Échantillonneur Canada ». Au total, 1150 personnes ont répondu au questionnaire, dont 1075 en français et 75 en anglais. Ainsi, la publicité télévisée de 30 secondes en français a été évaluée auprès de 1075 personnes, alors que le volet radio a été évalué auprès de l'échantillon des 75 répondants anglophones.

Par la suite, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la région et la langue parlée à la maison afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population du Québec âgée de 16 ans et plus, et ce, à partir des données fournies par Statistique Canada (recensement 2006).

Finalement, nous obtenons avec les 1150 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de $\pm 2,9\%$, et ce, dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).

	Nombre d'entrevues complétées	Marge d'erreur maximale
Langue d'entrevue		
Français	1075	$\pm 3,0\%$
Anglais	75	$\pm 11,3\%$
Total	1150	$\pm 2,9\%$

Normes publicitaires

La performance publicitaire de la campagne Alcool 2010 est comparée aux normes publicitaires de Léger Marketing et à celles de la SAAQ.

Les normes publicitaires de Léger Marketing sont construites à partir des sondages postcampagnes publicitaires réalisés au cours des cinq dernières années, et ce, tant auprès d'entreprises privées qu'auprès de ministères et d'organismes gouvernementaux ayant investi, pour leur campagne publicitaire, entre 200-300 peb/semaine. Pour établir la norme, nous avons calculé une moyenne de moyennes des résultats. Les normes sont actualisées une fois par année.

Les normes de la SAAQ sont divisées en trois :

- Normes de la campagne Alcool : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des dix dernières publicités (les publicités de 2000 à 2009 ou moins, selon les données disponibles) ;
- Normes de la campagne Vitesse : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des huit dernières publicités (les publicités de 2001 à 2004 et de 2006 à 2009);
- Normes de la campagne Piétons : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des deux dernières publicités (les publicités de 2007 et 2009).

Lecture du rapport

- Dans les tableaux, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées.
- Le cas échéant, les totaux différents de 100% sont dus à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier.
- Aussi, dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux à ces questions excèdent 100%.
- Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude, les proportions significativement supérieures sont présentées en **bleu** dans les tableaux et graphiques, alors que les proportions significativement inférieures sont présentées en **rouge**.
- Les résultats des sous-groupes composés de moins de 30 répondants sont présentés à titre informatif seulement, étant donné le faible nombre d'individus que cela représente.
- La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.
- L'expression « personne ayant déjà été interceptée dans un barrage policier » désigne les personnes ayant été abordées par un policier lors d'un barrage routier, sans nécessairement avoir été prises avec un taux d'alcoolémie supérieur à la limite permise.

Dans cette étude, nous observons deux grands segments de répondants : les titulaires de permis (n=1013) et les conducteurs (n=1011). C'est ainsi que parmi l'ensemble des titulaires de permis de conduire valide au Québec, deux personnes ont indiqué ne pas conduire en dépit du fait qu'elles soient titulaires d'un permis de conduire valide au Québec.

Comme en 2009, dans le questionnaire Alcool 2010, certaines questions s'adressent spécifiquement aux conducteurs. Ainsi, par souci de précision, toutes les questions de cette étude s'adressant spécifiquement aux conducteurs sont présentées sur une base « Conducteurs » et sont identifiées de la sorte.

Les questions s'adressant à l'ensemble des titulaires de permis de conduire valide au Québec sont présentées sur une base « Titulaires de permis ».

Dans ce document, les conducteurs à risque de conduite avec les facultés affaiblies sont définis comme les conducteurs qui, au cours de la dernière année, ont conduit leur véhicule après avoir pris au moins deux consommations dans l'heure précédant leur départ.

Toujours dans le but d'alléger le texte, l'abréviation « CFA » est utilisée afin de faire référence à la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool.

Résultats des appels

A) ÉCHANTILLON DE BASE	3135
B) Numéros non valides	642
Pas de service	406
Non résidentiel	109
Télécopieur / modem / cellulaire / téléavertisseur	127
C) Numéros hors échantillon	163
Langue étrangère	109
Non qualifié	45
Non admissible	9
ÉCHANTILLON EFFECTIF	2330
Entrevues non complétées	1180
Refus	531
Pas de réponse	277
Répondeur	245
Occupé	66
Incomplet	19
Rendez-vous fixe	42
D) ENTREVUES COMPLÉTÉES	1150



TAUX DE RÉPONSE : (C+D / A-B)	53%
--------------------------------------	------------

Faits saillants

Consommation d'alcool et conduite automobile

Le taux de conduite après avoir consommé de l'alcool est à son plus bas niveau depuis 1997.

- De fait, la proportion de conducteurs qui a confié avoir, au cours des douze derniers mois, conduit un véhicule alors qu'ils avaient bu au moins une consommation d'alcool est passée de 44% en 2009 à 36% en 2010. Une proportion semblable, quoique légèrement supérieure, remonte à 2004 (38%).
- Plus spécifiquement, 13% des répondants affirment avoir conduit après avoir consommé deux verres ou plus dans l'heure précédant leur départ et 4% après plus de cinq consommations au cours de la même occasion.

LE PROFIL DES CONDUCTEURS À RISQUE

Les personnes à risque de conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool (CFA), soit celles qui admettent avoir conduit après avoir bu au moins deux consommations dans l'heure précédant leur départ, sont plus nombreuses parmi les sous-groupes suivants :

- ⇒ les jeunes adultes âgés de 20 à 24 ans (30%);
- ⇒ les hommes (18%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (17%);
- ⇒ les répondants qui sont allés de 10 à 25 fois (21%) ou plus de 25 fois (32%) dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui ont consommé de l'alcool à cette occasion;
- ⇒ les conducteurs ayant de trois à neuf ans d'expérience (21%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (18%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (18%).

Contrairement aux résultats des trois dernières années, l'âge et le nombre d'années d'expérience de conduite font maintenant partie du profil des personnes à risque de CFA. La scolarité est également une variable qui se rajoute en 2010.

D'autres variables, telles que le revenu familial brut, la région de résidence et la consommation de drogues n'apparaissent plus dans ce profil en 2010, tel que c'était le cas en 2009.

L'adoption d'un comportement préventif est moins courante qu'en 2009.

- En 2010, ce sont 59% des conducteurs qui disent avoir déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire leur véhicule alors qu'ils savaient qu'ils allaient consommer de l'alcool à l'extérieur de leur domicile. Cette proportion était de 64% en 2009, soit un recul de cinq points de pourcentage en 2010.
- Fait à noter, 86% des personnes à risque de CFA ont déjà pris une mesure préventive pour ne pas conduire dans une telle situation. À cet égard, on enregistre une hausse de sept points de pourcentage de la proportion de personnes de 20 à 24 ans (90% contre 83% en 2009). Ce comportement est également plus répandu chez les 25 à 34 ans qu'en 2009 (72% contre 66%), alors que tous les autres sous-groupes d'âge sont moins nombreux cette année à avoir « prévu le coup ».
- Les façons de « prévoir le coup » sont en continuité avec les résultats de l'année dernière, le recours à un ami, à un parent ou à un autre type de conducteur désigné demeurant l'alternative la plus populaire (51%). Dans une moindre mesure, des moyens tels que le taxi ou le transport en commun (19%), rester à coucher chez l'hôte ou dormir dans un motel (10%) et laisser sa voiture à la maison (6%) ont également été cités.

Tel que par le passé, intervenir afin d'empêcher un conducteur de prendre le volant après avoir consommé de l'alcool demeure un geste peu fréquent.

- En effet, un peu plus d'un répondant sur dix (13%) ayant conduit au cours de la dernière année après avoir bu, ne serait-ce qu'une consommation d'alcool, soutient que quelqu'un a déjà essayé de le convaincre de ne pas conduire dans un tel état.
- En ce qui a trait aux personnes à risque de CFA, 18% admettent que quelqu'un a déjà essayé de les en dissuader, alors que 82% n'ont pas fait l'objet d'une telle intervention.
- Au terme de cette intervention, 75% des conducteurs concernés ont accepté de ne pas conduire. Il s'agit d'un recul important de 19 points de pourcentage par rapport au résultat de 2009 et de la plus faible proportion observée depuis 2000 (un taux semblable ayant été observé en 2005, soit 77%). Les huit répondants ayant avoué avoir fait fi de cette recommandation ont mentionné des raisons telles que le fait ne pas avoir assez bu pour dépasser la limite permise et de ne pas considérer qu'il y a un risque d'accident notable pour justifier leur négligence.

Le risque d'avoir un accident en conduisant avec les facultés affaiblies par l'alcool est encore perçu comme plus élevé que celui d'être arrêté pour avoir adopté ce comportement.

- Lors de la conduite avec les facultés affaiblies, 84% des conducteurs estiment élevé le risque d'avoir un accident, alors que 64% considèrent élevé le risque d'être arrêté par les policiers. Ces proportions sont stables par rapport aux résultats de 2009.
- Les personnes à risque de CFA sont d'ailleurs proportionnellement plus nombreuses à juger que ces risques sont faibles (26% pour le risque d'avoir un accident et 40% pour celui d'être arrêté pour conduite avec les facultés affaiblies). Ce sous-groupe fait ainsi à nouveau partie des conducteurs les moins conscientisés à ces risques.

La proportion d'interceptions dans les barrages policiers est stable par rapport aux résultats des dernières années.

- En effet, ce sont 56% des conducteurs qui affirment avoir déjà été interceptés dans un barrage policier ou connaître quelqu'un qui l'a été. À titre comparatif, cette proportion était de 59% en 2009 et de 54% en 2008.
- De manière plus spécifique, 16% des répondants disent s'être fait intercepter personnellement au cours de la dernière année, 39% connaissent seulement quelqu'un qui l'a été et 44% ne s'identifient à aucune de ces deux situations.

Les conducteurs sont moins nombreux qu'en 2009 à avoir été en contact avec une personne ayant trop bu pour conduire de manière sécuritaire. Cependant, ils sont davantage portés cette année à intervenir pour empêcher les personnes fautives de prendre le volant qu'au cours des sept dernières années.

- On observe une hausse de six points de pourcentage de la proportion de conducteurs qui soutiennent n'avoir jamais été en contact avec un parent, un ami ou une connaissance qui avait trop bu pour conduire de manière sécuritaire, et ce, au cours des douze mois précédant l'étude (75% en 2010 contre 69% en 2009). Conséquemment, la proportion d'individus s'étant retrouvés au moins une fois dans cette situation a connu une baisse de 30% en 2009 à 25% en 2010. Parmi ces derniers, on retrouve, entre autres, 47% des personnes à risque de CFA et 45% des répondants âgés de 20 à 24 ans.
- Globalement, 82% des personnes concernées affirment qu'elles ont tenté d'empêcher le conducteur ayant bu de conduire. Il s'agit de la proportion la plus élevée depuis 2003, les résultats variant de 71% à 76% au cours de cette période.
- Il est à noter que trois des sous-groupes faisant partie du profil des personnes à risque de CFA sont les plus nombreux à avoir fait une telle intervention.
- Par ailleurs, dans 81% des cas, cette intervention s'est soldée par un succès.

Prendre place dans un véhicule où le conducteur a consommé trop d'alcool pour conduire de manière sécuritaire est un risque encouru par une moins grande proportion de Québécois en 2010, que ceux-ci soient des conducteurs ou non.

- En effet, 4% des personnes interrogées, conducteurs ou non, affirment avoir pris ce risque, alors que cette proportion se chiffrait à 7% pour les conducteurs et 8% pour l'ensemble des répondants en 2009. Bien que les personnes de 16 à 24 soient encore les plus téméraires à cet égard, on remarque que cette proportion a connu une baisse importante de 29% en 2009 à 13% en 2010 pour les 20 à 24 ans. La proportion, chez les personnes de 16 à 19 ans est, quant à elle, la plus faible depuis 2003 (3%).

Conducteurs désignés

Comme par le passé, on compte une moins grande proportion de personnes raccompagnées que de conducteurs désignés.

- Au cours de la dernière année, près du tiers des conducteurs (32%) se sont fait raccompagner par un conducteur désigné et 41% ont eux-mêmes rempli ce rôle. Ces proportions sont sensiblement les mêmes que par les années passées.
- Plusieurs sous-groupes appartenant au profil des conducteurs à risque de CFA se retrouvent parmi ceux qui sont proportionnellement plus nombreux à s'être fait raccompagner et à avoir agi comme conducteur désigné.
- Dans les deux heures précédant leur départ, près de sept conducteurs désignés sur 10 n'ont pas consommé d'alcool ou en ont bu moins d'un verre (69% lorsque le conducteur est le répondant et 67% lorsqu'il s'agit d'une autre personne). Par ailleurs, respectivement 7% et 8% des personnes interrogées disent avoir bu deux verres ou plus dans un tel contexte, ces individus étant ainsi à risque de CFA.
- En ce qui a trait à la décision de désigner un conducteur, elle a été prise avant que le conducteur ne commence à boire dans la majorité des cas (79% lorsque le conducteur est le répondant et 87% lorsqu'il s'agit d'une autre personne).

Consommation de drogue et conduite automobile

La situation quant à la consommation de drogue et à sa prévalence dans le contexte de la conduite automobile a peu changé depuis l'an dernier.

- Globalement, 5% des conducteurs interrogés avouent avoir consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne et des amphétamines au moins une fois au cours des douze derniers mois. Parmi ceux-ci, 33% ont conduit un véhicule après en avoir consommé au cours de la même période.
- Plus précisément, 1% des conducteurs interrogés disent avoir conduit après avoir consommé du cannabis dans les deux heures précédant leur départ.
- Au cours de la dernière année, 5% des conducteurs interrogés ont déjà pris place dans un véhicule alors que le conducteur avait consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne et des amphétamines, soit sensiblement la même proportion qu'en 2009 (6%).

Pénétration de la campagne et de ses composantes

La notoriété spontanée de la campagne est excellente.

- De manière spontanée, 78% de l'ensemble des répondants se souviennent d'avoir vu, lu ou entendu de la publicité portant sur l'alcool au volant au cours du dernier mois. Notons qu'aucun sous-groupe faisant partie du profil des personnes à risque de CFA ne figure parmi les plus nombreux à se souvenir de ce type de publicité.
- Invités à décrire ce dont ils se souvenaient de ces publicités, le cas échéant, plus de la moitié des individus (55%) ont fait référence à la publicité télévisée présentant la voiture d'un couple qui devient celle d'un policier. Soulignons qu'aucun taux de rappel spontané pour une publicité spécifique sur le sujet n'a atteint une telle proportion depuis 2004.
- De plus, 8% ont cité la nouvelle publicité s'adressant aux parents de jeunes conducteurs présentant un jeune qui demande 10 \$ à son père pour un taxi.
- Encore cette année, peu de slogans ont été cités de manière spontanée. Le slogan « Et vous? Vous conduisez après avoir pris quelques verres ? » a été mentionné par seulement 1% des personnes interrogées.

On observe une baisse de 10% par rapport à 2009 quant à la notoriété des actions particulières visant à faire respecter la loi concernant la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool.

- De fait, 22% de l'ensemble des répondants disent avoir vu, lu ou entendu parler de ce type d'actions particulières dans leur région au cours du dernier mois, alors que cette proportion se chiffrait à 32% en 2009.
- Les personnes qui ont été informées de ces actions l'ont principalement été par le biais de la télévision (30%), des journaux (21%) ou de la radio (20%).

La publicité télévisée présentant un couple qui part d'une soirée chez des amis et qui se fait arrêter atteint un très fort taux de notoriété assistée.

- En effet, ce sont 67% des francophones qui se souviennent de cette publicité télévisée. Fait à noter, 72% des personnes à risque de CFA disent l'avoir remarquée.
- Globalement, le message de cette publicité a été très bien compris de la population. Notons que 55% des francophones l'ayant remarquée ont mentionné avoir compris qu' « il ne faut pas conduire quand on a bu ».
- Toujours parmi les personnes qui ont remarqué cette publicité, plus de neuf sur dix affirment que son message est clair (98%), qu'elle a su attirer leur attention (92%) et qu'elle est convaincante (92%).
- Par ailleurs, 51% de ces personnes sont d'avis que cette publicité traite de choses qui les concernent.

Le taux de notoriété assistée de la publicité radiophonique anglophone enregistre une baisse importante par rapport à 2009.

- Plus précisément, 15% des anglophones se souviennent avoir entendu un message à la radio où un homme appelle sa femme du poste de police après son arrestation pour conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool, alors que ce taux de rappel était de 27% en 2009. Toutefois, les 13 répondants qui se souviennent de cette publicité l'ont majoritairement jugé favorablement.

La notoriété spontanée du slogan « On est tous responsables de notre conduite » est faible alors que sa notoriété assistée est semblable à celle des deux dernières années.

- En effet, interrogés sur le slogan de la campagne sur l'alcool au volant de cette année, seulement trois répondants ont spontanément mentionné ce slogan.
- De manière assistée, c'est 64% des personnes ayant remarqué la publicité télévisée ou la publicité radiophonique qui disent se souvenir de ce slogan. Rappelons que cette proportion était de 67% en 2009 et de 65% en 2008.

Impact avoué de la campagne

L'effet dissuasif des barrages routiers est moindre en 2010 qu'en 2009.

- Globalement, 40% des conducteurs affirment que le fait de savoir qu'il se tient des barrages routiers intensifs les incite à ne pas prendre le volant après avoir bu. Il s'agit d'une baisse significative de six points de pourcentage par rapport à 2009 (46%).
- Il est à noter que 61% des personnes à risque de CFA sont d'avis que les barrages routiers ont un effet sur leur comportement par rapport à l'alcool au volant.
- On décèle, par ailleurs, une augmentation significative de la proportion de conducteurs qui affirment ne jamais prendre le volant après avoir bu (20% contre 16% en 2009).
- Près de six personnes sur dix (55%) croient que les risques d'être arrêté pour conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool sont demeurés les mêmes dans leur région au cours du dernier mois.

Les conducteurs se sentent de moins en moins concernés par le message de la campagne sur l'alcool au volant.

- En effet, 56% des conducteurs qui ont remarqué la publicité télévisée ou radio sur l'alcool au volant se sont sentis concernés par ce message alors que ce taux était de 63% en 2009, ce qui représente une baisse significative de sept points de pourcentage.
- Globalement, 74% des conducteurs concernés croient que ces publicités sont efficaces pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport à l'alcool au volant et 59% sont d'avis qu'elles le sont également pour modifier leur propre comportement à ce chapitre.
- Mentionnons que 78% des personnes à risque de CFA affirment qu'elles sont efficaces pour modifier le comportement des gens.
- En ne tenant compte que des individus qui affirment se sentir concernés par le message de la campagne en tant que conducteur, on constate que 70% de ces personnes sont d'avis que la campagne les amènerait à modifier leur propre comportement par rapport à l'alcool au volant.
- Par ailleurs, plus de neuf conducteurs sur dix estiment qu'il est important d'insister sur la responsabilité du conducteur (96%) et des passagers (91%) dans les messages publicitaires portant sur l'alcool au volant.

Conclusions

Un noyau dur de conducteurs à risque de conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool : des réfractaires typiquement masculins et fêtards.

Certaines caractéristiques sociodémographiques des conducteurs à risque de CFA se présentent d'une année à l'autre. C'est le cas notamment des hommes et des personnes fréquentant les bars et les restaurants où elles consomment de l'alcool qui figurent systématiquement au sein du profil de ce type de conducteurs à risque. On remarque cependant cette année que de nouveaux traits se démarquent pour caractériser les conducteurs à risque de CFA. De fait, l'âge, la scolarité et l'expérience de conduite définissent maintenant ce type de conducteur. On retrouve ainsi ceux ayant un niveau de scolarité collégial, les jeunes âgés de 20 à 24 ans ainsi que, conséquemment, ceux ayant une courte expérience de conduite, entre trois et neuf ans, au tableau des conducteurs susceptibles de conduire avec les facultés affaiblies par l'alcool.

La conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool décroît au Québec depuis 1997.

En effet, la conduite automobile après avoir consommé de l'alcool est à son plus bas niveau depuis les 13 dernières années. Ce sont aujourd'hui 36% des conducteurs qui affirment qu'il leur est arrivé, au cours de la dernière année, de conduire après avoir pris au moins une consommation d'alcool. Cela représente une baisse significative de huit points de pourcentage par rapport à 2009.

Les comportements préventifs, les conducteurs désignés et l'influence de l'entourage : des gestes à valoriser pour conserver les acquis.

Les conducteurs québécois doivent comprendre davantage l'importance de « prévoir le coup » lors de leurs sorties, notamment en demandant la collaboration d'un conducteur désigné. De fait, cette pratique demeure peu élevée avec les années, 59% des conducteurs ayant « prévu le coup » alors qu'ils savaient qu'ils allaient consommer de l'alcool à l'extérieur de leur domicile et 32% seulement ayant fait appel à un conducteur désigné pour le raccompagnement à la maison après la soirée.

L'influence de l'entourage doit aussi devenir un réflexe dans la population pour sensibiliser et empêcher les conducteurs de conduire avec les facultés affaiblies par l'alcool. Si cette action porte fruit dans bien des cas, elle demeure marginale avec seulement 13% des conducteurs ayant conduit leur véhicule après avoir consommé de l'alcool affirmant qu'une personne s'est interposée pour les empêcher de conduire alors qu'ils étaient dans un tel état.

Des risques compris, mais à mettre de l'avant.

Le risque encouru d'avoir un accident lors de la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool est très bien compris des conducteurs. Cependant, celui d'être arrêté par les policiers reste moindre depuis les dernières années. Par ailleurs, on compte 56% de conducteurs s'étant fait interceptés, ou connaissant quelqu'un qui l'a été, dans un barrage policier, une telle proportion pouvant certainement affaiblir la perception du risque d'être contrôlé et arrêté pour conduite sous l'influence de l'alcool.

La campagne Alcool 2010 offre une bonne performance auprès de la population ...

Le taux de notoriété spontanée de la campagne 2010 est excellent au sein de la population. De fait, ce taux de rappel spontané (55%) n'a pas été aussi élevé depuis 2004. De plus, le taux de rappel assisté est aussi très bon (67%) et comparable à celui de l'an dernier. Par ailleurs, le message a été très bien compris de la population, soit qu'il ne faut pas conduire sous l'influence de l'alcool.

... et semble avoir été pertinente auprès des Québécois.

En effet, ceux-ci jugent majoritairement la campagne 2010 comme véhiculant un message clair auprès de la population, attirant l'attention et présentant des arguments convaincants pour freiner la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool.

Toutefois,

Des slogans et des actions particulières à faire connaître ...

Si le slogan « On est tous responsables de notre conduite » est majoritairement connu des Québécois (64%) de façon assistée, il en est moindre pour le rappel spontané. Encore cette année, très peu de slogans peuvent être mentionnés par les Québécois de manière spontanée. Par ailleurs, la notoriété des actions particulières visant à faire respecter la loi concernant la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool doit être augmentée afin de faire connaître davantage les actions mises en place dans les régions.

... et une conscience sociale à maintenir.

Les conducteurs se sentent de moins en moins concernés par l'alcool au volant, peut-être parce que leur comportement change par rapport à la problématique. Il devient toutefois important de raviver la conscience des Québécois afin que chacun se sente et devienne responsable de sa conduite et ait une influence sur son entourage.

Au regard des résultats obtenus, on peut certainement conclure que les campagnes publicitaires sur la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool sont nécessaires afin de conserver les acquis des dernières années et de progresser socialement dans l'objectif de la sécurité routière.

Résultats détaillés

1. Profil des répondants

Cette section présente le profil sociodémographique des répondants de l'étude ainsi que la répartition de ces derniers en ce qui a trait à la détention de permis de conduire et à l'expérience de conduite.

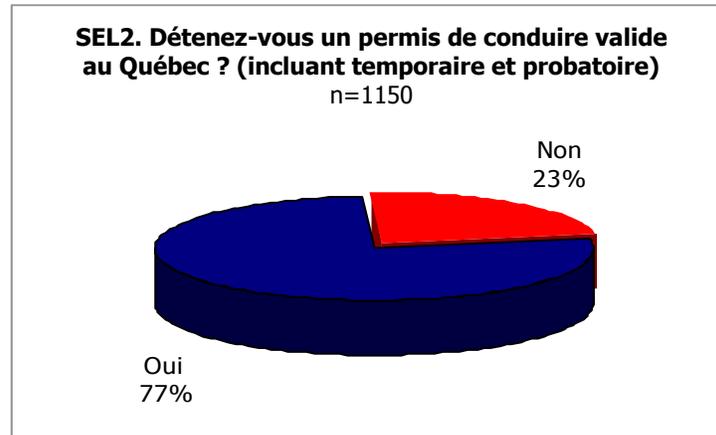
1.1 Profil sociodémographique des répondants

Profil sociodémographique	2010 n=1150	2009 n=1150	2008 n=1150	2007 n=1151	2006 n=1150	2005 n=1152	2004 n=1152
Âge							
16 à 19 ans	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
20 à 24 ans	8%	8%	8%	8%	9%	8%	8%
25 à 34 ans	17%	17%	17%	17%	16%	16%	16%
35 à 44 ans	21%	21%	21%	21%	20%	20%	20%
45 à 54 ans	19%	19%	19%	19%	19%	19%	19%
55 à 64 ans	13%	13%	13%	13%	14%	14%	14%
65 ans ou plus	16%	16%	16%	16%	16%	16%	16%
Scolarité							
Primaire / Secondaire (0-12 ans)	42%	42%	40%	42%	43%	44%	46%
Collégial (13-15 ans)	27%	28%	29%	25%	30%	27%	26%
Universitaire (16 ans ou plus)	31%	29%	29%	33%	27%	28%	27%
État civil							
Célibataire	24%	22%	22%	23%	22%	24%	25%
En couple (marié ou conjoint de fait)	61%	64%	64%	62%	63%	64%	61%
Séparé / Divorcé / Veuf	14%	13%	13%	14%	14%	12%	13%
Sexe							
Homme	49%	49%	49%	49%	48%	48%	48%
Femme	51%	51%	51%	51%	52%	52%	52%
Langue parlée à la maison							
Français	81%	81%	81%	81%	81%	81%	81%
Anglais	8%	15%	8%	8%	8%	19%	
Autre	11%	4%	11%	11%	11%		19%
Revenu familial annuel							
Moins de 20 000 \$	10%	8%	11%	9%	9%	10%	13%
Entre 20 000 \$ et 40 000 \$	21%	19%	21%	19%	25%	22%	24%
Entre 40 000 \$ et 60 000 \$	19%	19%	20%	21%	21%	18%	19%
Entre 60 000 \$ et 80 000 \$	13%	15%	13%	15%	11%	12%	14%
Entre 80 000 \$ et 100 000 \$	7%	9%	8%	7%	6%	8%	5%
Plus de 100 000 \$	11%	13%	11%	11%	9%	9%	7%
Préfère ne pas répondre (refus)	18%	17%	17%	17%	19%	21%	18%
Lieu de résidence							
Montréal RMR	47%	47%	47%	47%	47%	47%	47%
Québec RMR	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%
Ailleurs au Québec	43%	43%	43%	43%	43%	43%	43%

1.2 Titulaires de permis et expérience de conduite

En 2010, 77% des personnes interrogées détiennent un permis de conduire valide au Québec, que ce soit un permis temporaire ou probatoire.

Ces personnes sont majoritairement des conducteurs expérimentés, 64% détenant un permis depuis 20 ans ou plus. Ce profil est demeuré stable au fil du temps, tel que le démontre le tableau ci-dessous.



SEL3. Depuis combien d'années conduisez-vous ?
Titulaires de permis

	2010 n=1013	2009 n=996	2008 n=955	2007 n=993	2006 n=999	2005 n=976	2004 n=968	2003 n=934	2000 n=928	1997 n=1155
2 ans ou moins	9%	7%	7%	6%	8%	6%	8%	6%	4%	6%
3-9 ans	11%	13%	14%	11%	11%	9%	11%	11%	11%	14%
10-19 ans	16%	16%	17%	20%	18%	20%	19%	19%	23%	26%
20 ans ou plus	64%	64%	62%	63%	62%	64%	61%	65%	62%	54%
A un permis, mais ne conduit pas	0,3%	1%	0,3%	0,4%	1%	0,4%	1%	-	-	-

2. Consommation d'alcool et conduite automobile

Cette section aborde les habitudes de consommation d'alcool et de conduite automobile des personnes interrogées. Elle met en lumière différents aspects tels que la consommation d'alcool, la fréquentation de bars ou de restaurants où l'on vend de l'alcool, la conduite avec les facultés affaiblies, les comportements préventifs, la perception des risques d'être arrêté et d'avoir un accident, l'interception dans les barrages routiers et les déplacements dans un véhicule dont le conducteur est en état d'ébriété.

Plan de la section :

De manière plus spécifique, les thèmes abordés dans cette section sont :

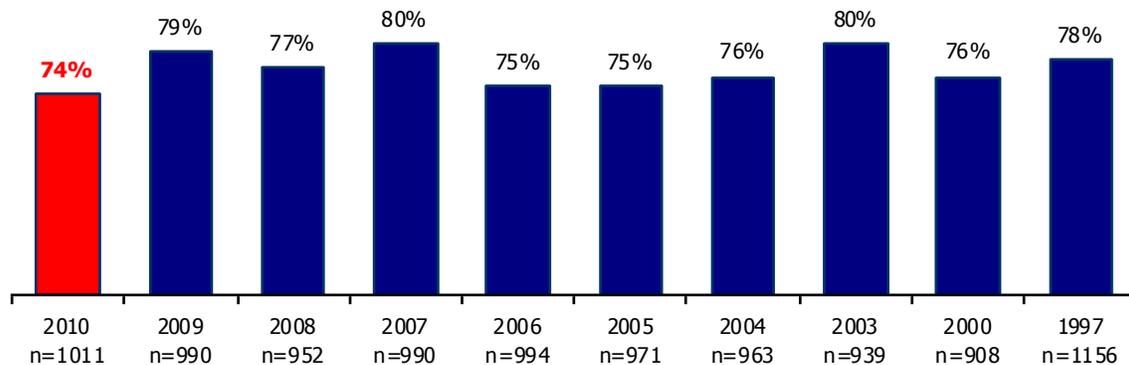
- 2.1 Consommation d'alcool au cours de la dernière année (QB1)
- 2.2 Fréquentation de bars ou de restaurants où l'on vend de l'alcool (QC29)
- 2.3 Fréquence de conduite après avoir consommé de l'alcool (QB2, QB3 et QB4)
- 2.4 Adoption d'un comportement préventif (QC24 et QC25)
- 2.5 Intervention afin d'empêcher le conducteur de prendre le volant (QB5 et QB6)
- 2.6 Perception du risque d'être arrêté (QB8)
- 2.7 Perception du risque d'avoir un accident (QB9)
- 2.8 Interception dans un barrage routier (QB10 et QB10B)
- 2.9 Fréquence de contacts avec un conducteur ayant les facultés affaiblies par l'alcool (QB11)
- 2.10 Fréquence d'intervention pour empêcher de conduire avec les facultés affaiblies par l'alcool (QB12 et QB13)
- 2.11 Passager d'un conducteur avec les facultés affaiblies par l'alcool (QB14)

2.1 Consommation d'alcool au cours de la dernière année

Globalement, 74% des conducteurs interrogés disent avoir consommé de l'alcool au moins une fois au cours des douze mois précédant la tenue du sondage. Notons que cette proportion est légèrement en deçà de celle observée en 2009 (79%).

Q.B1 Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé au moins une fois de consommer de l'alcool, ne serait-ce qu'une bière ou un verre de vin ?

Conducteurs
% de oui



Les personnes appartenant aux sous-groupes ci-dessous sont plus nombreuses à **avoir consommé de l'alcool pendant la dernière année** (74% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours de la dernière année (93%);
- ⇒ les personnes âgées de 35 à 44 ans (84%) et de 45 à 54 ans (80%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Québec (82%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (80%);
- ⇒ les individus dont le revenu familial est de 40 000 \$ et plus (80% de 40 000 \$ à 80 000 \$ et 90% de plus de 80 000 \$);
- ⇒ les hommes (77%);
- ⇒ les individus qui sont allés dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année où ils ont consommé de l'alcool : moins de 10 fois (82%), entre 10 et 25 fois (93%) ou plus de 25 fois (99%);
- ⇒ les conducteurs qui ont déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire alors qu'ils savaient qu'ils consommeraient à l'extérieur de leur domicile (88%);
- ⇒ les conducteurs ayant de 10 à 19 ans d'expérience (86%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (81%).

Soulignons qu'en 2010, le nombre d'hommes ayant consommé de l'alcool au cours des douze derniers mois est significativement plus élevé que le nombre de femmes (77% contre 71%), ce qui n'était pas le cas en 2009.

2.2 Fréquentation de bars ou de restaurants où l'on vend de l'alcool

Au total, ce sont 73% des personnes interrogées qui affirment être allées au moins une fois au cours des douze derniers mois dans des bars ou des restaurants où l'on vend de l'alcool et y avoir consommé une boisson alcoolisée. Ce résultat suit de près la tendance observée au cours des trois dernières années (76% en 2009 et en 2008, 77% en 2007).

Par ailleurs, 17% des personnes interrogées disent n'avoir jamais consommé d'alcool dans ce type d'établissement au cours de la dernière année. Cette proportion est également semblable à celles des études de 2009 (14%), 2008 (14%) et 2007 (15%).

La proportion de personnes qui fréquentent régulièrement des bars ou des restaurants (dix fois ou plus) où l'on vend de l'alcool et où elles en consomment est plutôt stable depuis les dernières années. En 2010, elle s'élève à 29% alors qu'elle était de 32% en 2009, 31% en 2008 et 27% en 2007.

Q.C29 Au cours des 12 derniers mois, combien de fois, environ, êtes-vous allé dans des bars ou des restaurants où l'on vend de l'alcool et où vous avez consommé de l'alcool ? Est-ce, approximativement... ?

	2010 n=1150	2009 n=1150	2008 n=1150	2007 n=1151	2006 n=1150	2005 n=1152	2004 n=1152
Aucune	17%	14%	14%	15%	19%	17%	20%
Moins de 10 fois	44%	44%	45%	50%	44%	39%	43%
De 10 à 25 fois	17%	19%	20%	15%	15%	19%	15%
Plus de 25 fois	12%	13%	11%	12%	12%	14%	12%
Ne boit pas / Ne boit jamais	10%	9%	9%	8%	10%	11%	11%

Les individus qui 29% ont 32% ou 31% s 27% s) 27% ou 33% sur 27% l'on vend de l'alcool et qui y ont consommé de l'alcool sont les suivants (12% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours de la dernière année (35%);
- ⇒ les jeunes adultes âgés de 20 à 24 ans (23%);
- ⇒ les personnes dont le revenu familial brut est supérieur à 80 000 \$ (22%);
- ⇒ les hommes (16%);
- ⇒ les francophones (14%);
- ⇒ les personnes qui, au cours des douze derniers mois, ont conduit un véhicule après avoir bu ne serait-ce qu'une consommation d'alcool (22%) ou au moins deux verres dans l'heure précédant le départ (33%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire alors qu'elles savaient qu'elles allaient boire de l'alcool (18%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (16%).

Par ailleurs, on observe certaines différences significatives entre les conducteurs et les autres personnes interrogées. En effet, les conducteurs sont plus nombreux à avoir fréquenté entre 10 et 25 fois des bars ou des restaurants où ils ont consommé de l'alcool (19% contre 10% des non-conducteurs). À l'inverse, les non-conducteurs sont plus nombreux à ne jamais avoir fréquenté ce type d'endroit au cours de la dernière année (29% contre 13% des conducteurs).

2.3 Fréquence de conduite après avoir consommé de l'alcool

En 2010, 36% des conducteurs ont confié avoir déjà, au cours de la dernière année, conduit un véhicule alors qu'ils avaient bu au moins une consommation d'alcool. Cette proportion est en baisse de huit points de pourcentage par rapport à 2009 (44%) et est la plus faible observée depuis 1997.

Par ailleurs, 13% affirment qu'il leur est arrivé de prendre deux consommations ou plus avant de prendre le volant et 4% disent avoir conduit après avoir pris plus de cinq consommations au cours de la même occasion. Ces résultats suivent de près ceux des dernières années.

Q.B2, Q.B3, Q.B4 Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de conduire un véhicule alors que vous aviez consommé... ?

Conducteurs
% de oui

	2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963	2003 n=939	2002 n=978	2000 n=908	1997 n=1156
Au moins une consommation	36%	44%	42%	43%	39%	40%	38%	40%	40%	44%	44%
2 consommations ou plus dans l'heure précédant le départ	13%	11%	12%	14%	10%	13%	12%	10%	9%	15%	14%
Plus de 5 consommations au cours de la même occasion	4%	3%	3%	4%	2%	5%	3%	2%	3%	4%	2%

Au regard des différences significatives, on dénote que les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **avoir pris le volant après avoir bu ne serait-ce qu'une consommation d'alcool** (36% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours de la dernière année (68%);
- ⇒ les individus dont le revenu familial annuel est supérieur à 80 000 \$ (55%);
- ⇒ les conducteurs ayant de 10 à 19 ans d'expérience (47%);
- ⇒ les personnes âgées de 45 à 54 ans (42%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (45%) et universitaire (41%);
- ⇒ les hommes (41%);
- ⇒ les francophones (38%);
- ⇒ les personnes qui sont allées dans les bars ou restaurants au cours de la dernière année et qui ont consommé, à cette occasion, de l'alcool : entre 10 et 25 fois (60%) ou plus de 25 fois (60%);
- ⇒ les personnes qui ont consommé de l'alcool au cours des douze derniers mois (49%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire alors qu'elles savaient qu'elles allaient boire (48%);
- ⇒ les personnes ayant déjà été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un l'ayant déjà été (46%).

Pour ce qui est des **personnes à risque de conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool (CFA)**, c'est-à-dire les conducteurs qui avouent avoir conduit après avoir pris au moins deux consommations alcoolisées dans l'heure précédant leur départ, ce sont principalement (13% des conducteurs) :

- ⇒ des jeunes adultes âgés de 20 à 24 ans (30%);
- ⇒ des hommes (18%);
- ⇒ des personnes ayant une scolarité de niveau collégial (17%);
- ⇒ les personnes qui sont allées de 10 à 25 fois (21%) ou plus de 25 fois (32%) dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui ont consommé de l'alcool à cette occasion;
- ⇒ des conducteurs ayant de trois à neuf ans d'expérience (21%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (18%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (18%).

Globalement, le profil de segmentation des conducteurs à risque de CFA a légèrement changé depuis 2009. En 2010, les personnes de 20 à 24 ans et les conducteurs cumulant de trois à neuf ans d'expérience sont maintenant considérés à risque de CFA. Il est à noter que l'âge et l'expérience de conduite ne faisaient pas partie des différences significatives relevées au cours des trois dernières années. Par ailleurs, les personnes ayant une scolarité de niveau collégial sont désormais statistiquement plus à risque de CFA que les personnes détenant un autre type de formation.

Cependant, le revenu familial, la région de résidence et la consommation de drogues n'apparaissent plus dans ce profil, tel que c'était le cas en 2009.

Le tableau ci-dessous présente l'évolution des résultats depuis 2003 relativement aux principaux groupes identifiés comme étant à risque de CFA (soit ceux qui admettent avoir conduit un véhicule alors qu'ils avaient pris au moins deux consommations dans l'heure précédant leur départ, au cours des douze mois précédant l'enquête).

Sous-groupes identifiés comme étant à risque de CFA Soit ceux ayant indiqué en plus forte proportion avoir pris le volant au cours des douze mois précédant l'enquête alors qu'ils avaient pris deux verres ou plus dans l'heure précédant le départ	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Hommes	n=437 18%	n=408 15%	n=332 19%	n=405 22%	n=391 15%	n=413 20%	n=431 17%	- 16%
Personnes qui sont allées 10 fois ou plus dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui ont consommé, à cette occasion, de l'alcool	n=300 25%	n=268 18%	n=315 23%	n=270 27%	n=268 22%	n=301 28%	n=272 25%	- -
Individus qui ont déjà été interceptés dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été	n=547 18%	n=574 14%	n=510 14%	n=573 18%	n=535 12%	n=572 18%	n=565 16%	- -

Depuis 2003, nous remarquons que les hommes apparaissent systématiquement parmi ceux ayant déclaré en plus forte proportion avoir pris le volant alors qu'ils avaient consommé au moins deux verres dans l'heure précédant leur départ (15% en 2009 versus 18% en 2010, augmentation pas statistiquement significative). Il est à noter que, par le passé, les personnes ayant un revenu familial annuel de plus de 80 000 \$ figuraient à chaque année dans ce profil, ce qui n'est plus le cas en 2010. Cette variable n'est donc pas présentée dans le tableau ci-dessous.

Depuis 2004, deux groupes supplémentaires apparaissent systématiquement au chapitre de ceux identifiés comme étant plus enclins à être à risque de CFA, soit les personnes qui sont allées dix fois ou plus dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui ont consommé, à cette occasion, de l'alcool (18% en 2009 et 25% en 2010, hausse statistiquement significative) ainsi que les individus qui ont déjà été interceptés dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (14% en 2009 et 18% en 2010, hausse pas statistiquement significative).

Conséquemment, malgré quelques variations, le profil du conducteur à risque est demeuré sensiblement le même au cours des sept dernières années.

Voici les sous-groupes de conducteurs qui sont les plus nombreux à **avoir conduit après avoir bu plus de cinq consommations au cours d'une même occasion** (4% des conducteurs) :

- ⇒ les personnes âgées de 20 à 24 ans (15%) et de 25 à 34 ans (8%);
- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours de la dernière année (13%);
- ⇒ les célibataires (9%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau collégial (7%);
- ⇒ les hommes (6%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Montréal (6%);
- ⇒ les conducteurs ayant de trois à neuf ans d'expérience (15%);
- ⇒ les personnes qui sont allées de 10 à 25 fois (8%) ou plus de 25 fois (11%) dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui ont consommé de l'alcool, à cette occasion;
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation à l'extérieur du domicile (6%);
- ⇒ les personnes ayant déjà été interceptées dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un l'ayant déjà été (5%).

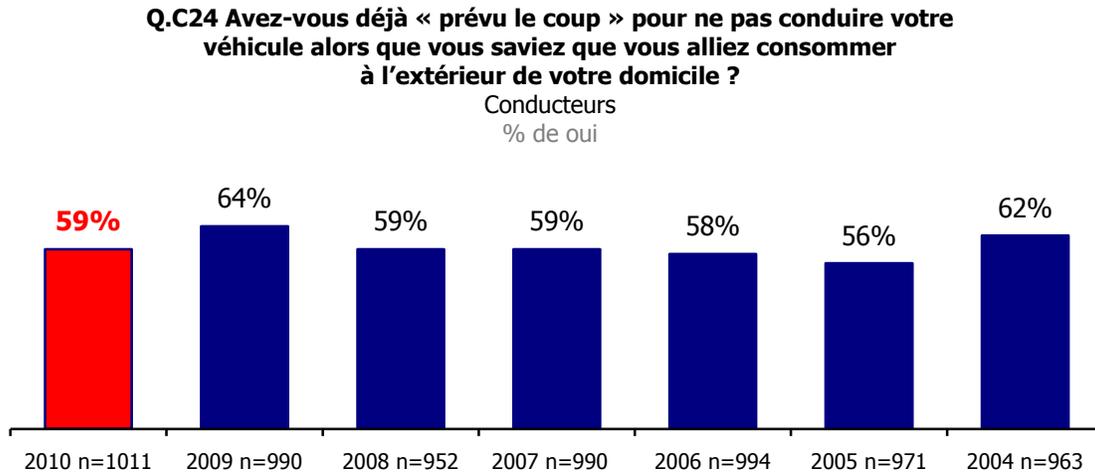
Comme observé en 2007 et en 2008, le sexe et l'état civil sont à nouveau des variables liées au profil des personnes ayant conduit après avoir bu plus de cinq consommations au cours de la même occasion.

Les conducteurs cumulant de trois à neuf ans d'expérience sont plus nombreux qu'en 2009 à faire partie de ce profil, cette proportion ayant passé de 6% en 2009 à 15% cette année.

Alors qu'en 2008 et en 2009 l'âge n'était pas une variable de ce profil, on observe maintenant que les conducteurs de 20 à 34 ans sont plus nombreux à avoir conduit après avoir bu plus de cinq consommations d'alcool lors d'une même occasion.

2.4 Adoption d'un comportement préventif

Dans l'ensemble, 59% des conducteurs disent avoir déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire leur véhicule alors qu'ils savaient qu'ils allaient consommer à l'extérieur de leur domicile. Notons qu'il s'agit d'un recul de cinq points de pourcentage par rapport au résultat de 2009 (64%).



Les conducteurs les plus nombreux à **avoir « prévu le coup »** dans une telle situation sont principalement (59% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 20 à 24 ans (90%) et de 25 à 34 ans (72%);
- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours de la dernière année (75%);
- ⇒ les individus dont le revenu familial annuel est supérieur à 80 000 \$ (72%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Québec (71%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (69%);
- ⇒ les francophones (62%);
- ⇒ les individus qui, au cours des 12 derniers mois, ont conduit après avoir consommé ne serait-ce qu'une seule consommation (78%) ou au moins deux verres dans l'heure précédant leur départ (86%);
- ⇒ les conducteurs ayant de trois à neuf ans d'expérience (82%) et de 10 à 19 ans d'expérience (75%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (68%);
- ⇒ les personnes qui sont allées dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui y ont consommé de l'alcool : moins de 10 fois (65%), entre 10 et 25 fois (81%) ou plus de 25 fois (81%).

Cette analyse révèle que plusieurs des sous-groupes à risque de CFA figurent parmi ceux qui ont mentionné, en plus fortes proportions, avoir « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile.

Q.C24 Avez-vous déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire votre véhicule alors que vous saviez que vous alliez consommer à l'extérieur de votre domicile ?

Conducteurs

% de oui

Résultats selon l'âge et le sexe

		2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963
Âge	16-19 ans	73%	94%	55%	91%	69%	61%	76%
	20-24 ans	90%	83%	79%	79%	79%	78%	72%
	25-34 ans	72%	66%	77%	76%	76%	74%	82%
	35-44 ans	63%	73%	68%	67%	61%	66%	70%
	45-54 ans	59%	68%	57%	58%	60%	58%	67%
	55-64 ans	44%	52%	50%	42%	43%	45%	41%
	65 ans ou plus	28%	35%	29%	25%	25%	19%	31%
Sexe	Homme	58%	65%	61%	58%	57%	58%	64%
	Femme	59%	63%	58%	60%	58%	54%	60%

Comparativement aux résultats de 2009, on dénote de plus fortes proportions de conducteurs de 20 à 24 ans (90%) et de 25 à 34 ans (72%) qui ont « prévu le coup » alors qu'on observe des baisses significatives pour tous les autres sous-groupes d'âge à cet égard.

En 2010, les manières de « prévoir le coup » sont sensiblement les mêmes que celles observées au cours des années précédentes. Ainsi, le recours à un chauffeur désigné demeure l'alternative la plus populaire (51%). De plus, près de deux personnes interrogées sur dix ont opté pour un taxi ou un transport en commun (19%), alors que 10% ont dormi ailleurs qu'à leur domicile (chez l'hôte ou dans un motel).

Q.C25 De quelle façon aviez-vous « prévu le coup » ?

Conducteurs qui ont déjà « prévu le coup »

	2010 n=567	2009 n=575	2008 n=545	2007 n=568	2006 n=575	2005 n=527	2004 n=616
Un ami, parent m'a reconduit / J'ai fait appel à un conducteur désigné	51%	47%	48%	51%	55%	49%	41%
J'ai pris un taxi, transport en commun	19%	22%	21%	22%	18%	19%	15%
Je suis resté à coucher chez la personne où j'étais; je me suis trouvé un motel	10%	12%	13%	11%	8%	11%	18%
J'ai laissé ma voiture à la maison	6%	5%	6%	3%	4%	8%	8%
J'ai utilisé un service de raccompagnement	5%	4%	4%	5%	4%	4%	4%
Je limite ma consommation d'alcool; je ne bois pas	4%	5%	5%	4%	6%	7%	6%
Je suis retourné à pied	3%	3%	1%	2%	2%	1%	2%
Autre	1%	3%	1%	1%	1%	1%	3%
Ne sait pas	2%	-	1%	1%	1%	-	3%

Plus précisément, notons que les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (58%) et celles qui sont en couple (55%) sont plus nombreuses à **avoir fait appel à un conducteur désigné** (51% de l'ensemble).

Par ailleurs, **prendre un taxi ou un transport en commun** est une alternative plus particulièrement utilisée par les sous-groupes suivants (19% de l'ensemble) :

- ⇒ les 25-34 ans (28%);
- ⇒ les conducteurs cumulant de 10 à 19 ans d'expérience (26%);
- ⇒ les personnes ayant un revenu familial brut supérieur à 80 000 \$ (24%).

En revanche, les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours de la dernière année (32%) et les célibataires (17%) sont plus nombreuses à **être restées à coucher chez l'hôte ou dans un motel** (10% de l'ensemble).

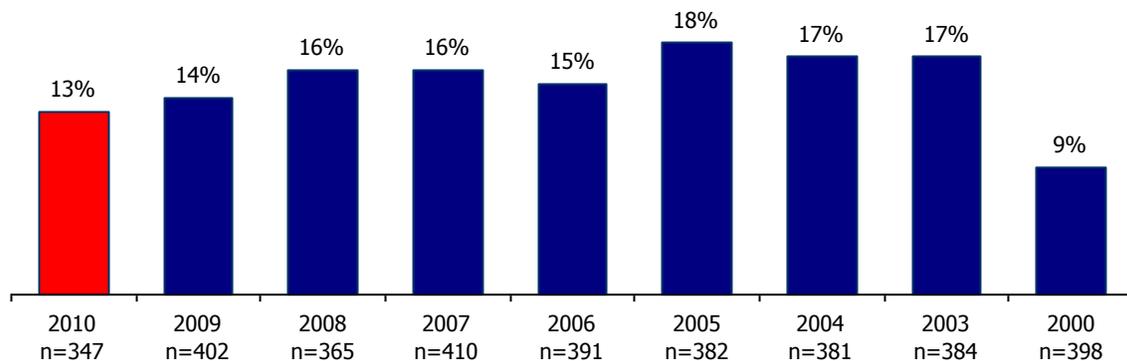
2.5 Intervention afin d'empêcher le conducteur de prendre le volant

Globalement, 13% des conducteurs ayant conduit au cours de la dernière année après avoir bu ne serait-ce qu'une seule consommation d'alcool affirment que quelqu'un a déjà essayé de les convaincre de ne pas prendre la route dans une telle situation. Ce pourcentage est plutôt stable depuis les dernières années.

Q.B5 Quelqu'un a-t-il déjà essayé de vous convaincre de ne pas conduire alors que vous aviez consommé de l'alcool ?

Conducteurs ayant conduit après avoir consommé de l'alcool, ne serait-ce qu'une seule consommation, au cours de la dernière année

% de oui



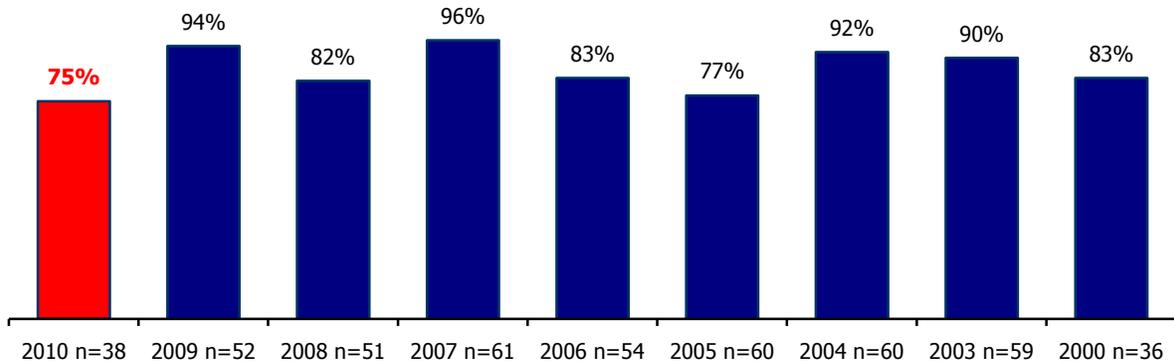
Ce type d'intervention a plus particulièrement été effectué auprès des sous-groupes suivants (13% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours de la dernière année (31%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (19%);
- ⇒ les hommes (18%);
- ⇒ les personnes qui sont allées plus de 25 fois dans la dernière année dans des bars ou des restaurants où elles ont consommé de l'alcool (23%);
- ⇒ les conducteurs qui ont de 10 à 19 ans d'expérience (21%);
- ⇒ les personnes ayant conduit après avoir bu au moins deux verres d'alcool dans l'heure précédant leur départ (18%);
- ⇒ les conducteurs qui disent avoir déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire après avoir bu (16%).

Fait à noter, 82% des conducteurs qui ont pris le volant après avoir bu au moins deux verres dans l'heure précédant le départ affirment que personne n'a essayé de les convaincre de ne pas conduire dans cet état. À titre comparatif, cette proportion était de 75% en 2009 et de 79% en 2008.

Plus précisément, les trois quarts des conducteurs auprès desquels quelqu'un est intervenu pour ne pas qu'ils conduisent après avoir bu ont accepté de ne pas conduire suite à cette intervention (75%). Cette proportion est la plus faible observée depuis 2000 et représente une baisse importante par rapport au résultat de 2009. Il faut toutefois analyser ce résultat avec discernement compte tenu du faible nombre de répondants que cela représente (n=38).

Q.B6 Si oui, avez-vous accepté de ne pas conduire ?
% de oui



Quant à **ceux ayant refusé de ne pas conduire** suite à l'intervention de quelqu'un (huit personnes), ils invoquent les raisons suivantes pour justifier leur comportement (QB7) :

- ⇒ pas assez bu pour dépasser la limite (n=4);
- ⇒ pas de risque d'accident / se sentait capable de conduire, en forme, en contrôle (n=2);
- ⇒ devait rentrer, heure de rentrer (n=1);
- ⇒ cela ne concerne que moi (n=1).

2.6 Perception du risque d'être arrêté

En 2010, la perception du risque d'être arrêté pour avoir conduit avec les facultés affaiblies par l'alcool est similaire à celle observée au cours des dernières années, quoique l'on observe une tendance à la hausse depuis 1997. En effet, 64% jugent que ce risque est élevé alors que cette proportion était de 63% en 2009 et de 60% en 2008. Par ailleurs, trois personnes interrogées sur dix (30%) considèrent que ce risque est faible.

**Q.B8 Si vous conduisiez avec les facultés affaiblies par l'alcool,
croyez-vous que votre risque d'être arrêté par la police serait...**
Conducteurs

	2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963	2003 n=934	2000 n=903	1997 n=1143
Très élevé	19%	20%	20%	19%	19%	19%	20%	16%	16%	19%
Élevé	45%	43%	40%	39%	42%	41%	37%	38%	35%	37%
<i>Total élevé</i>	<i>64%</i>	<i>63%</i>	<i>60%</i>	<i>58%</i>	<i>61%</i>	<i>60%</i>	<i>57%</i>	<i>54%</i>	<i>51%</i>	<i>56%</i>
Faible	23%	24%	29%	29%	29%	26%	28%	30%	31%	28%
Très faible	7%	9%	9%	10%	5%	9%	9%	11%	10%	9%
<i>Total faible</i>	<i>30%</i>	<i>33%</i>	<i>38%</i>	<i>40%</i>	<i>34%</i>	<i>35%</i>	<i>37%</i>	<i>41%</i>	<i>41%</i>	<i>37%</i>
Ne sait pas	6%	4%	2%	2%	5%	6%	6%	5%	8%	7%

Les conducteurs qui disent avoir pris le volant après avoir bu au moins deux consommations d'alcool dans l'heure précédant leur départ sont plus nombreux à qualifier de faible ou de très faible le risque de se faire arrêter que les conducteurs qui n'ont pas adopté ce comportement (40% contre 26%).

2.7 Perception du risque d'avoir un accident

Globalement, un peu plus de huit personnes interrogées sur dix (84%) estiment que le risque d'avoir un accident suite à la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool est élevé ou très élevé.

Rappelons que cette perception est plutôt stable depuis 2007 après avoir connu une tendance à la hausse de 1997 à 2007.

Q.B9 Si vous conduisiez avec les facultés affaiblies par l'alcool, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait... Conducteurs

	2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963	2003 n=934	2000 n=903	1997 n=1143
Très élevé	39%	40%	41%	41%	37%	39%	42%	32%	34%	32%
Élevé	45%	46%	45%	47%	47%	44%	39%	45%	44%	43%
<i>Total élevé</i>	<i>84%</i>	<i>86%</i>	<i>86%</i>	<i>88%</i>	<i>84%</i>	<i>83%</i>	<i>81%</i>	<i>77%</i>	<i>78%</i>	<i>75%</i>
Faible	10%	9%	9%	9%	10%	11%	12%	15%	13%	16%
Très faible	3%	4%	3%	2%	3%	3%	4%	5%	3%	4%
<i>Total faible</i>	<i>12%</i>	<i>13%</i>	<i>12%</i>	<i>11%</i>	<i>13%</i>	<i>14%</i>	<i>16%</i>	<i>20%</i>	<i>16%</i>	<i>20%</i>
Ne sait pas	4%	1%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	6%	5%

Percevoir que le risque d'accident suite à la conduite sous l'influence de l'alcool est **faible ou très faible** est une tendance plus marquée chez les sous-groupes suivants (12% de l'ensemble) :

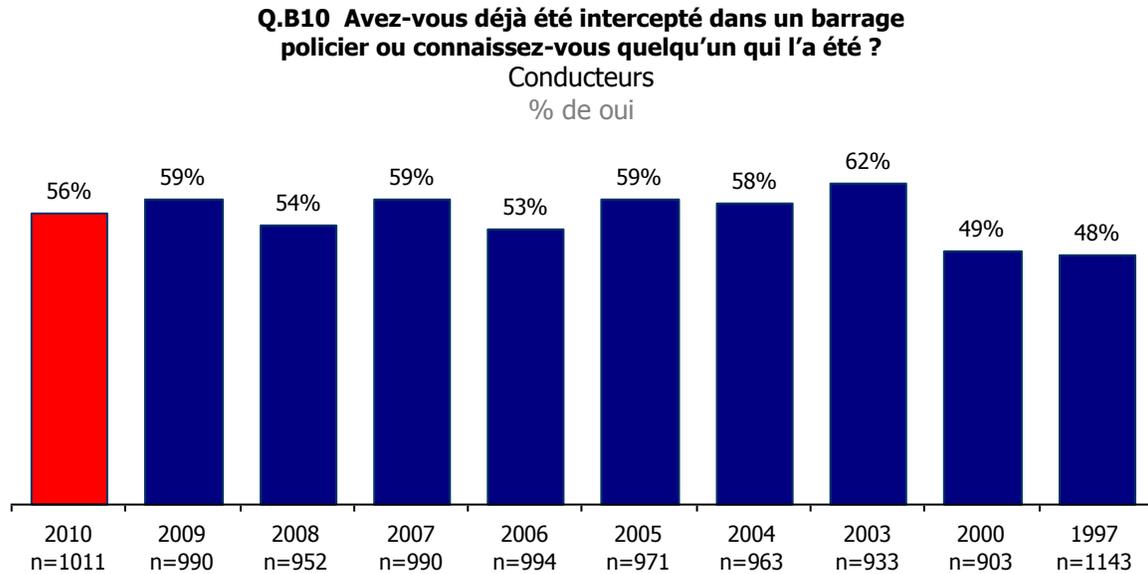
- ⇒ les individus dont le revenu familial annuel se situe entre 40 000 \$ et 80 000 \$ (16%);
- ⇒ les hommes (15%);
- ⇒ les personnes ayant spécifié avoir conduit un véhicule, au cours de la dernière année, après avoir bu au moins deux verres dans l'heure précédant leur départ (26%).

En revanche, les personnes qui jugent que ce risque d'accident est **élevé ou très élevé** sont les suivantes (84% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours des douze derniers mois (96%);
- ⇒ les personnes ayant un revenu familial annuel supérieur à 80 000 \$ (91%);
- ⇒ les personnes âgées de 25 à 34 ans (92%) et de 35 à 44 ans (90%);
- ⇒ les femmes (87%);
- ⇒ les personnes n'ayant pas conduit après avoir bu au moins deux verres d'alcool dans l'heure précédant leur départ (87%).

2.8 Interception dans un barrage routier

En 2010, 56% des conducteurs interrogés disent avoir déjà été interceptés dans un barrage policier ou connaître quelqu'un qui l'a été. Ce résultat est stable par rapport à celui de 2009.



Le fait d'**avoir été intercepté ou de connaître quelqu'un qui l'a été** a été soulevé, en plus fortes proportions, par les sous-groupes suivants (56% de l'ensemble) :

- ⇒ les individus ayant un revenu familial annuel supérieur à 80 000 \$ (69%);
- ⇒ les conducteurs âgés de 45 à 54 ans (62%);
- ⇒ les personnes en couple (61%);
- ⇒ les hommes (60%);
- ⇒ les résidents de régions autres que Montréal RMR ou Québec RMR (59%);
- ⇒ les francophones (57%);
- ⇒ les personnes ayant déjà conduit après avoir consommé de l'alcool au cours de la dernière année (70%);
- ⇒ les individus qui sont allés de 10 à 25 fois (67%) et plus de 25 fois (68%) dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui y ont consommé de l'alcool;
- ⇒ les conducteurs ayant de 10 à 19 ans d'expérience (67%).

De manière plus spécifique, les personnes ayant affirmé avoir déjà été interceptées dans un barrage policier ou connaître quelqu'un qui l'a déjà été ont été appelées à préciser si elles avaient personnellement vécu cette situation au cours des douze derniers mois. Ainsi, 29% d'entre elles ont affirmé avoir personnellement été interceptées dans un barrage policier, alors que 71% disent connaître quelqu'un qui l'a été, mais ne pas avoir vécu cette situation personnellement.

Lorsque l'on ramène ces proportions sur l'ensemble des conducteurs, on constate que c'est 16% d'entre eux qui mentionnent avoir personnellement été interceptés dans un barrage policier au cours des 12 derniers mois. Par ailleurs, 39% connaissent quelqu'un qui l'a été, mais n'ont pas vécu personnellement cette situation et 44% n'ont vécu aucune de ces situations au cours de la dernière année.

Par rapport à 2009, on enregistre une baisse de cinq points de pourcentage quant aux conducteurs qui disent seulement connaître quelqu'un qui a été intercepté.

Répartition du vécu des conducteurs quant à l'interception dans un barrage policier au cours des douze derniers mois
Conducteurs

	2010 n=1011	2009 n=990
S'est fait intercepter personnellement dans un barrage policier au cours des douze derniers mois	16%	15%
Connaît quelqu'un qui s'est fait intercepter dans un barrage policier au cours des douze derniers mois (mais ne l'a pas été personnellement)	39%	44%
N'a vécu aucune de ces situations	44%	41%

Les conducteurs âgés de 45 à 54 ans (22%) et les conducteurs cumulant 20 ans d'expérience et plus (19%) ont rapporté en plus grand nombre avoir été **personnellement** interceptés dans un barrage policier au cours des douze derniers mois (16% de l'ensemble).

2.9 Fréquence de contacts avec un conducteur ayant les facultés affaiblies par l'alcool

Les trois quarts des personnes interrogées (75%) affirment n'avoir jamais, au cours des douze derniers mois, été en contact avec un parent, un ami ou une connaissance qui avait trop bu pour conduire de manière sécuritaire. Cette proportion est significativement supérieure de six points de pourcentage par rapport au résultat de 2009. Par ailleurs, 25% des personnes interrogées disent s'être retrouvées dans cette situation au moins une fois, ce qui représente une baisse de cinq points de pourcentage par rapport à 2009.

Q.B11 Au cours des 12 derniers mois, combien de fois avez-vous été dans une situation où vous étiez avec un parent/ami/connaissance qui avait trop bu pour conduire de manière sécuritaire ?

Conducteurs



	2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963	2003 n=931
Aucune	75%	69%	70%	72%	75%	70%	73%	65%
1 fois	9%	9%	9%	7%	9%	7%	9%	10%
2 fois	6%	9%	7%	9%	6%	8%	6%	10%
3-4 fois	4%	6%	7%	6%	4%	5%	7%	6%
5 fois ou +	5%	6%	7%	7%	6%	9%	5%	9%
<i>Total 1 fois ou plus</i>	25%	30%	30%	27%	25%	29%	27%	35%

Parmi les personnes s'étant retrouvées **au moins une fois** en présence d'une personne qui avait trop bu pour conduire de manière sécuritaire, on retrouve, en plus fortes proportions, les sous-groupes suivants (25% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 20 à 24 ans (45%);
- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours des douze derniers mois (40%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (32%);
- ⇒ les francophones (27%);
- ⇒ les individus qui, au cours de 12 derniers mois, ont conduit après avoir pris ne serait-ce qu'une seule consommation d'alcool (37%) ou au moins deux consommations dans l'heure précédant leur départ (47%);
- ⇒ les individus qui sont allés de 10 à 25 fois (35%) et plus de 25 fois (41%) dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui y ont consommé de l'alcool;
- ⇒ les conducteurs ayant de trois à neuf ans d'expérience (39%);
- ⇒ les conducteurs qui disent avoir déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire après avoir bu (35%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a été (31%).

2.10 Fréquence d'intervention pour empêcher de conduire avec les facultés affaiblies par l'alcool

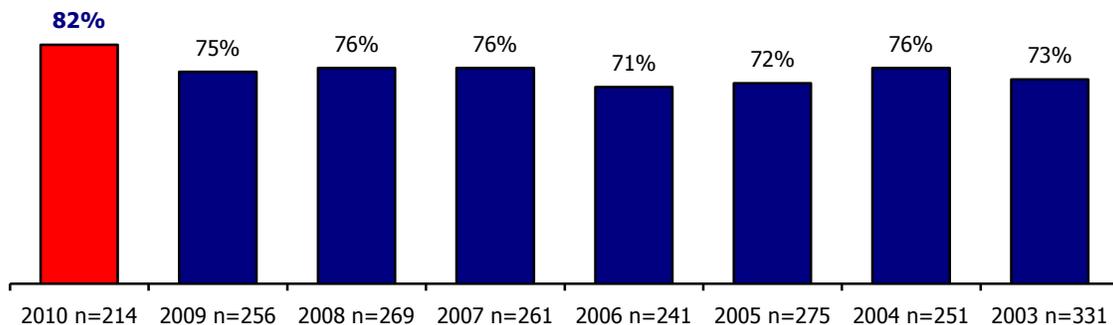
Les conducteurs ayant été en présence de conducteurs qui avaient trop bu pour conduire de façon sécuritaire ont été interrogés à savoir s'ils avaient tenté d'empêcher ces personnes de conduire. Ainsi, 82% ont répondu par l'affirmative. Cette proportion est la plus élevée depuis 2003 (augmentation significative de neuf points de pourcentage par rapport à 2003). Il s'agit également d'une hausse de sept points de pourcentage par rapport au résultat de 2009.

Soulignons qu'il faut interpréter ce résultat avec discernement, étant donné qu'il risque d'être influencé par la désirabilité sociale. En effet, les gens peuvent avoir une certaine réticence à avouer n'avoir rien fait de peur d'être jugés.

Q.B12 Rappelez-vous la dernière fois où vous avez été dans cette situation. Avez-vous fait quelque chose pour tenter de l'empêcher de conduire ?

Conducteurs qui ont été en présence de conducteurs qui avaient trop bu pour conduire d'une façon sécuritaire au cours des 12 derniers mois

% de oui



Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **avoir tenté d'empêcher** une personne qui avait trop bu de conduire, au cours de la dernière année (82% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes qui sont allées dans des bars ou des restaurants plus de 25 fois où elles ont consommé de l'alcool (92%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (89%);
- ⇒ les individus qui ont déjà été interceptés dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a été (86%).

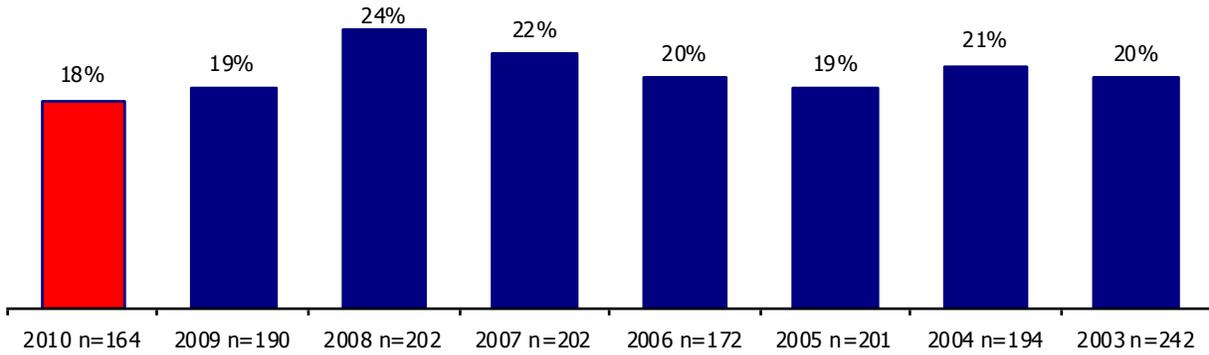
À l'inverse, **ne pas être intervenu** est un comportement plus répandu chez les sous-groupes suivants (18% de l'ensemble) :

- ⇒ les conducteurs qui n'ont pas déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire après avoir bu (33%);
- ⇒ les personnes âgées de 45 à 54 ans (32%);
- ⇒ les conducteurs qui n'ont pas été interceptés dans un barrage policier ou qui ne connaissent personne qui l'a déjà été (28%).

Tel qu'observé en 2009, intervenir afin d'empêcher une personne de conduire sous l'influence de l'alcool est un acte qui porte fruit. En effet, le conducteur concerné n'a pas conduit son véhicule dans 81% des cas.

Q.B13 A-t-il conduit quand même ?

% de oui



Notons que les interventions des personnes qui ont fréquenté plus de 25 fois des bars ou des restaurants où elles ont consommé de l'alcool (28%) se sont plus souvent soldées par un échec que celles des autres sous-groupes.

2.11 Passager d'un conducteur avec les facultés affaiblies par l'alcool

Globalement, ce sont 4% des personnes interrogées qui affirment avoir pris place dans un véhicule où le conducteur avait consommé trop d'alcool pour conduire de manière sécuritaire, au cours des douze derniers mois. Cette proportion est inférieure de quatre points de pourcentage à celle observée en 2009, soit 8%.

Pour ce qui est des conducteurs seulement, on observe le même pourcentage, quoique la baisse par rapport à 2009 est légèrement moins élevée (4% en 2010 contre 7% en 2009).

Q.B14 Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà pris place dans un véhicule où le conducteur avait consommé trop d'alcool pour conduire de manière sécuritaire ?

% de oui

	2010 n=1150	2009 n=1150	2008 n=1150	2007 n=1151	2006	2005	2004	2003
Conducteurs	(n=1011) 4%	(n=990) 7%	(n=952) 7%	(n=990) 6%	(n=994) 6%	(n=971) 6%	(n=963) 5%	(n=934) 7%
Total	4%	8%	7%	6%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
16-19 ans	3%	4%	14%	23%	9%	34%	10%	17%
20-24 ans	13%	29%	13%	19%	21%	15%	15%	27%
25-34 ans	3%	9%	11%	2%	9%	7%	7%	14%
35-44 ans	2%	5%	8%	4%	3%	4%	3%	5%
45-54 ans	4%	6%	2%	3%	3%	5%	4%	3%
55-64 ans	3%	8%	6%	3%	2%	3%	2%	1%
65 ans ou plus	3%	2%	2%	3%	5%	2%	1%	5%

Note : En 2010, 2009, 2008 et 2007, la question a été posée à l'ensemble des répondants et non seulement aux conducteurs, comme ce fut le cas par le passé.

Comme par le passé, c'est parmi les personnes âgées de 20 à 24 ans qu'on retrouve le plus grand nombre d'individus ayant pris le risque de se faire reconduire par un conducteur en état d'ébriété (13%). Toutefois, cette proportion a diminué de manière significative de 2009 à 2010, passant de 29% à 13%.

Comparativement aux années précédentes, l'âge constitue la seule variable où l'on observe des différences significatives.

3. Conducteurs désignés

Cette section traite du recours à un conducteur désigné, que celui-ci soit le répondant lui-même ou une autre personne. Ainsi, les personnes interrogées se sont prononcées sur la fréquence d'utilisation d'un conducteur désigné, sur son genre, sur sa consommation d'alcool ainsi que sur le moment où la décision d'avoir ou d'être un conducteur désigné a été prise.

Plan de la section :

De manière plus spécifique, les thèmes abordés dans cette section sont :

- 3.1 Fréquence d'utilisation et sexe du conducteur désigné (QB15, QB16 et QB19)
- 3.2 Consommation par le conducteur désigné (QB17 et QB20)
- 3.3 Moment de la décision de désigner un conducteur (QB18 et QB21)

3.1 Fréquence d'utilisation et sexe du conducteur désigné

Près du tiers des conducteurs (32%) se sont fait raccompagner par un conducteur désigné, au cours des douze derniers mois. De plus, 41% des conducteurs interrogés disent avoir agi comme conducteur désigné. Ces proportions sont en continuité avec celles des années précédentes.

Suivant la tendance des dernières années, on compte moins de personnes raccompagnées que de conducteurs désignés.

Q.B15 Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de vous faire raccompagner par une personne qui avait accepté d'être le conducteur désigné ?

Conducteurs

	2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963	2003 n=934
Oui	32%	32%	33%	26%	27%	29%	29%	29%
Non	67%	68%	67%	74%	73%	70%	71%	71%

Q.B16 Sexe du conducteur désigné	n=304	n=280	n=313	n=239	n=252	n=262	n=259	n=279
Homme	54%	42%	53%	45%	48%	50%	47%	52%
Femme	45%	56%	46%	54%	52%	47%	53%	48%

On observe de plus fortes proportions de conducteurs qui disent **s'être fait raccompagner par un conducteur désigné** au cours de la dernière année au sein des sous-groupes suivants (Q.B15; 32% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 20 à 24 ans (59%) et de 25 à 34 ans (45%);
- ⇒ les personnes ayant un revenu familial brut de plus de 80 000 \$ (47%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Québec (44%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau collégial (43%);
- ⇒ les personnes en couple (35%);
- ⇒ les francophones (34%);
- ⇒ les personnes qui sont allées dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui y ont consommé de l'alcool : entre 10 et 25 fois (61%) et plus de 25 fois (53%);
- ⇒ les conducteurs ayant de trois à neuf ans d'expérience (45%) et de 10 à 19 ans d'expérience (52%);
- ⇒ les conducteurs qui disent avoir déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire après avoir bu (49%);
- ⇒ les personnes qui ont été interceptées dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a été (41%).

À l'inverse, parmi les conducteurs qui sont les plus nombreux **à ne pas s'être fait raccompagner par un conducteur désigné**, on retrouve plus particulièrement (67% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 45 ans et plus (73% de 45 à 54 ans, 79% de 55 à 64 ans et 93% de 65 ans et plus);
- ⇒ les personnes ayant un revenu familial annuel inférieur ou égal à 40 000 \$ (75%);
- ⇒ les individus ayant une formation de niveau primaire ou secondaire (73%);
- ⇒ les femmes (70%);
- ⇒ les conducteurs qui n'ont pas déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire après avoir bu (89%);
- ⇒ les personnes qui sont allées dans des bars ou des restaurants où elles ont consommé de l'alcool moins de 10 fois (73%) et celles qui n'y sont pas allées (89%);
- ⇒ les personnes qui ne se sont pas déjà fait intercepter dans un barrage policier et qui ne connaissent personne qui l'a été (76%);
- ⇒ les conducteurs ayant 20 ans et plus d'expérience (75%).

Q.B19 Au cours des 12 derniers mois, avez-vous été le conducteur désigné de quelqu'un d'autre ?

Conducteurs

	2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963	2003 n=934
Oui	41%	42%	39%	39%	39%	41%	38%	42%
Non	58%	57%	61%	61%	61%	59%	62%	58%

Sexe du conducteur désigné	n=376	n=370	n=366	n=395	n=388	n=387	n=390	n=408
Homme	45%	45%	42%	46%	44%	48%	45%	42%
Femme	55%	55%	58%	54%	56%	52%	55%	58%

Les personnes qui disent **avoir agi comme conducteur désigné** sont plus particulièrement (41% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 20 à 24 ans (69%) et de 25 à 34 ans (60%);
- ⇒ les personnes qui ont consommé des drogues au moins une fois au cours des douze derniers mois (61%);
- ⇒ les personnes ayant un revenu familial annuel supérieur à 80 000 \$ (53%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Québec (51%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (48%);
- ⇒ les femmes (48%);
- ⇒ les francophones (43%);
- ⇒ les personnes qui sont allées de 10 à 25 fois (54%) et plus de 25 fois (59%) dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui y ont consommé de l'alcool;
- ⇒ les conducteurs ayant de trois à neuf ans d'expérience (62%) et de 10 à 19 ans d'expérience (56%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire après avoir bu (53%);
- ⇒ les personnes qui ont été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (50%).

3.2 Consommation par le conducteur désigné

De 2009 à 2010, la distribution du nombre de consommations prises par le conducteur désigné (que celui-ci soit le répondant ou une autre personne) dans les deux heures précédant son départ demeure plutôt stable.

Rappelons qu'en 2009, les individus interrogés étaient d'avis que les conducteurs désignés qui les accompagnaient consommaient davantage d'alcool qu'eux-mêmes en position de conducteur désigné. En 2010, le nombre de consommations est distribué de manière similaire entre ces deux types de conducteurs. En effet, près de sept conducteurs désignés sur dix n'ont pris aucun verre dans les deux heures précédant leur départ (67% lorsqu'une autre personne est désignée et 69% lorsque le répondant est conducteur désigné) et plus de deux conducteurs sur dix en ont bu un seul (23% lorsqu'une autre personne est désignée et 21% lorsque le répondant est le conducteur désigné).

Par ailleurs, 2% des personnes interrogées estiment que leur conducteur désigné avait bu trois consommations ou plus dans les deux heures précédant leur départ, ce qui représente une amélioration de quatre points de pourcentage par rapport au résultat de 2009. Seulement un individu a avoué avoir adopté ce comportement alors qu'il était lui-même conducteur désigné.

Q.B17 Toujours lors de cette occasion, combien de verres le conducteur désigné avait-il pris dans les 2 heures précédant votre départ ?

Q.B20 Rappelez-vous la dernière fois où cette situation s'est produite. Combien de verres aviez-vous pris dans les 2 heures précédant votre départ ?

	B17. Lorsqu'un autre est conducteur désigné								B20. Lorsque le répondant est conducteur désigné							
	2010 n=304	2009 n=280	2008 n=313	2007 n=239	2006 n=252	2005 n=262	2004 n=253	2003 n=271	2010 n=376	2009 n=370	2008 n=366	2007 n=395	2006 n=388	2005 n=387	2004 n=390	2003 n=408
Aucun ou - d'un verre	67%	62%	70%	75%	72%	69%	72%	65%	69%	72%	69%	69%	75%	72%	72%	74%
Un	23%	17%	18%	17%	18%	19%	22%	24%	21%	19%	21%	25%	18%	17%	21%	20%
Deux	6%	8%	4%	4%	5%	5%	4%	7%	7%	8%	6%	5%	4%	9%	6%	4%
Trois ou +	2%	6%	3%	2%	3%	3%	1%	4%	0%	1%	3%	1%	2%	2%	1%	3%

Globalement, presque tous les répondants affirment que deux verres ou moins ont été consommés par le conducteur désigné, que celui-ci soit le répondant (97%) ou une autre personne (96%).

À cet égard, il est à noter qu'aucune différence significative ne peut être relevée, compte tenu du faible nombre de personnes qui ont accompagné quelqu'un après avoir pris deux verres ou plus dans les deux heures précédant le départ ou qui sont montées dans la voiture d'une personne ayant bu ce nombre de consommations.

3.3 Moment de la décision de désigner un conducteur

La décision d'avoir un conducteur désigné a été prise avant de commencer à boire dans la majorité des cas, comme observé par le passé. En effet, cette proportion est de 79% lorsque le répondant était le conducteur désigné et de 87% lorsque cette responsabilité était attribuée à une autre personne.

À l'inverse, dans respectivement 18% et 11% des cas, cette décision a été prise après avoir commencé à boire. Cette proportion est plus élevée que celle observée en 2009 lorsque le répondant est le conducteur désigné.

Q.B18 Toujours lors de cette occasion, est-ce que la décision d'avoir un conducteur désigné avait été prise avant ou après avoir commencé à boire ?
Q.B21 Toujours lors de cette occasion, est-ce que la décision d'être le conducteur désigné avait été prise avant ou après que vous et cette autre personne ayez commencé à boire ?

	B18. Lorsqu'un autre est conducteur désigné								B21. Lorsque le répondant est conducteur désigné							
	2010 n=304	2009 n=280	2008 n=313	2007 n=239	2006 n=252	2005 n=262	2004 n=259	2003 n=279	2010 n=376	2009 n=370	2008 n=366	2007 n=395	2006 n=388	2005 n=387	2004 n=390	2003 n=410
Avant de commencer à boire	87%	84%	83%	85%	88%	81%	83%	89%	79%	85%	75%	77%	82%	81%	81%	79%
Après avoir commencé à boire	11%	12%	15%	12%	10%	16%	14%	7%	18%	12%	22%	19%	15%	16%	17%	15%
Avant que le conducteur désigné seulement ait commencé à boire	0%	3%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	2%
Ne sait pas	2%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	-	4%

Prendre la décision de **se faire reconduire par un conducteur désigné après avoir commencé à boire** (11% de l'ensemble) est un comportement plus fréquent chez les personnes âgées de 55 à 64 ans (24%) et chez les hommes (15%).

Par ailleurs, les individus qui ont **accepté d'être conducteur désigné après qu'eux et la personne qui les accompagnait aient commencé à boire** (18% de l'ensemble) sont plus particulièrement les célibataires (26%), les personnes ayant une formation de niveau primaire ou secondaire (25%) et les hommes (25%).

4. Consommation de drogues et conduite automobile

Cette section traite de la consommation de drogues en lien avec la conduite automobile. Les individus interrogés ont ainsi indiqué s'ils avaient consommé des drogues au cours de la dernière année et, le cas échéant, s'ils avaient conduit après avoir consommé du cannabis et s'il leur était arrivé d'être passager d'un conducteur avec les facultés affaiblies par la drogue.

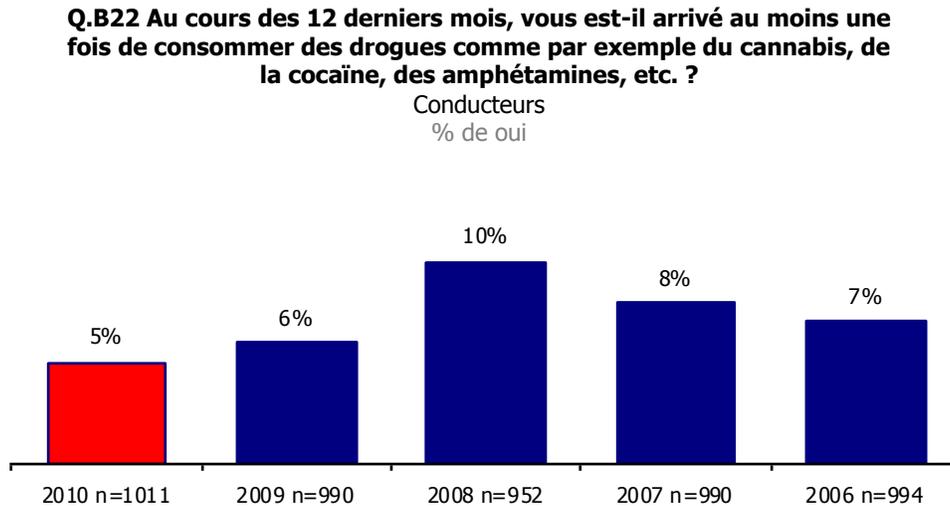
Plan de la section :

De manière plus spécifique, les thèmes abordés dans cette section sont :

- 4.1 Consommation de drogues au cours de la dernière année (QB22)
- 4.2 Conduite après avoir consommé du cannabis (QB23 et QB24)
- 4.3 Passager d'un conducteur avec les facultés affaiblies par la drogue (QB25)

4.1 Consommation de drogues au cours de la dernière année

Dans l'ensemble, ce sont 5% des conducteurs interrogés qui avouent avoir consommé, au moins une fois au cours des douze derniers mois, des drogues comme du cannabis, de la cocaïne et des amphétamines. Ce résultat est semblable à celui de l'étude de 2009 (6%).



Les **personnes qui ont fait cet aveu** sont plus nombreuses parmi les sous-groupes suivants (5% de l'ensemble) :

- ⇒ les célibataires (12%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Québec (10%);
- ⇒ les individus ayant une formation de niveau collégial (9%);
- ⇒ les personnes qui sont allées plus de 25 fois dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui y ont consommé de l'alcool (13%);
- ⇒ les conducteurs cumulant deux ans d'expérience ou moins (11%);
- ⇒ les individus qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation à l'extérieur du domicile (6%).

Les caractéristiques liées à la scolarité, à la fréquentation de bars ou de restaurants et au fait d'avoir « prévu le coup » présentées ci-dessus correspondent au profil des conducteurs à risque de CFA.

De plus, en regroupant les individus de 16 à 24 ans, on remarque qu'ils sont les principaux consommateurs de drogues, près du quart (25%) en ayant déjà pris au cours de la dernière année.

Comme en 2009, le sexe n'est pas une variable significativement reliée à la consommation de drogues.

4.2 Conduite après avoir consommé du cannabis

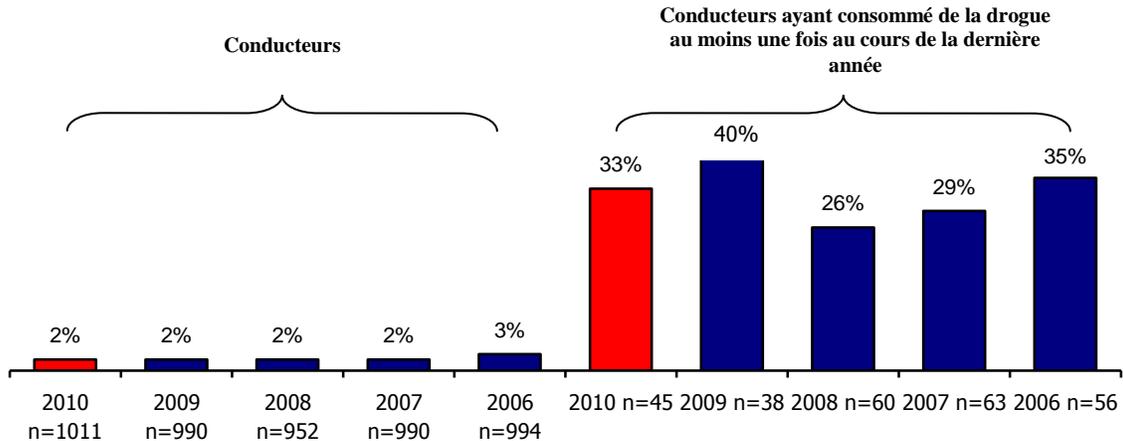
Globalement, 2% des conducteurs interrogés avouent avoir conduit un véhicule après avoir consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne et des amphétamines, au cours des douze mois précédant l'étude.

En analysant ce résultat sur la base des 45 personnes ayant affirmé avoir consommé de la drogue au moins une fois au cours de la dernière année, cette proportion grimpe à 33%. Notons que cette baisse par rapport au résultat de 2009 (40%) n'est pas significative.

Compte tenu du faible nombre de répondants (n=45), ces résultats doivent être uniquement interprétés comme des tendances.

Q.B23 Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de conduire un véhicule alors que vous aviez consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne, des amphétamines, etc. ?

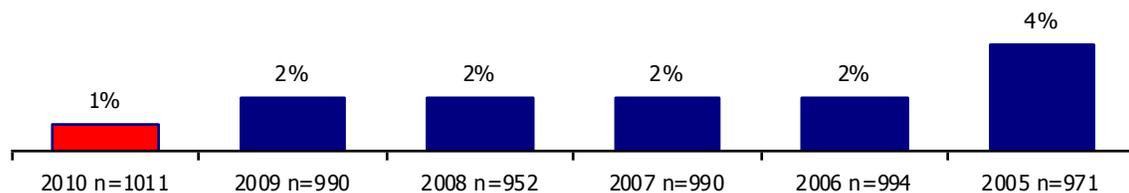
% de oui



En ce qui a trait à la conduite dans les deux heures suivant la consommation de cannabis, seulement 1% des conducteurs interrogés disent avoir déjà adopté ce comportement (n=9 personnes), soit sensiblement la même proportion qu'en 2009.

Q.B24 Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de conduire après avoir consommé du cannabis dans les deux heures précédant votre départ ?

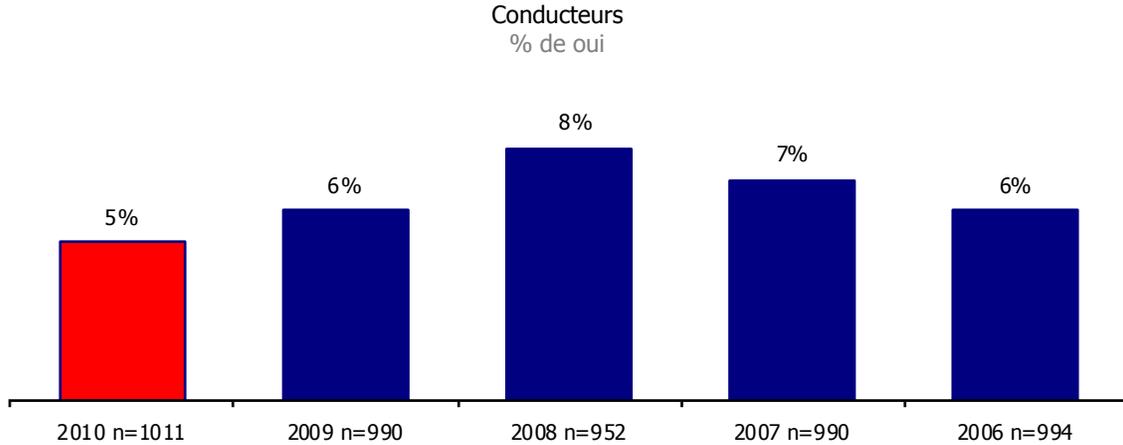
Conducteurs
% de oui



4.3 Passager d'un conducteur avec les facultés affaiblies par la drogue

Au total, 5% des conducteurs interrogés ont déjà, au cours des douze derniers mois, pris place dans un véhicule, alors que le conducteur avait consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne et des amphétamines, soit sensiblement la même proportion qu'en 2009.

Q.B25 Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà pris place dans un véhicule où le conducteur avait consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne, des amphétamines, etc. ?



Les **personnes qui ont pris ce risque** sont plus particulièrement (5% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes qui ont consommé des drogues au moins une fois au cours des douze derniers mois (52%);
- ⇒ les individus âgés de 20 à 24 ans (17%);
- ⇒ les conducteurs cumulant de trois à neuf ans d'expérience (15%);
- ⇒ les célibataires (10%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Québec (8%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau collégial (6%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire sous l'influence de l'alcool (6%).

On observe des ressemblances entre ce profil et celui des personnes à risque de CFA, notamment en ce qui a trait à l'âge et à l'expérience de conduite.

5. Pénétration de la campagne

Cette section présente les résultats relatifs à la notoriété, à la compréhension et à l'évaluation des publicités et des slogans portant sur l'alcool au volant et, plus précisément, des éléments publicitaires ayant été diffusés à la télévision ou à la radio au cours du mois précédant le sondage.

Plan de la section :

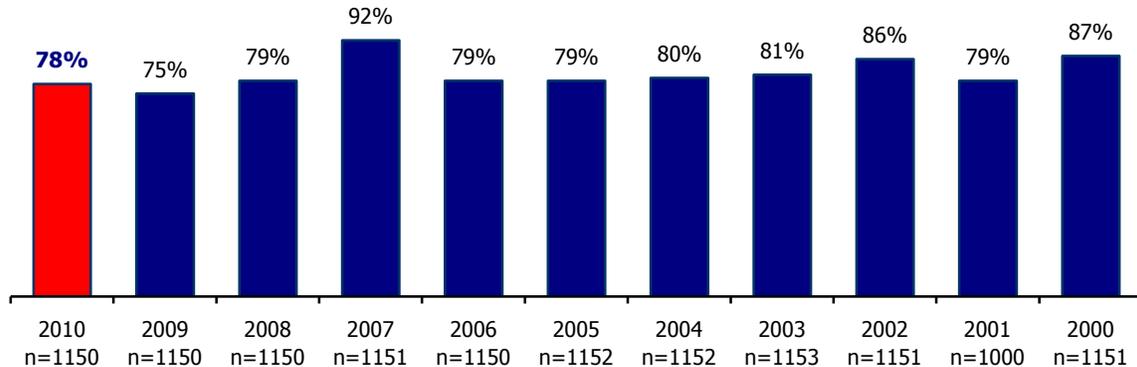
De manière plus spécifique, les thèmes abordés dans cette section sont :

- 5.1 Rappel spontané de la campagne (QC1)
- 5.2 Éléments de rappels spontanés (QC2)
- 5.3 Notoriété des actions particulières (QC3 et QC4)
- 5.4 Publicité télévisée – notoriété (QC7A)
- 5.5 Publicité télévisée – compréhension (QC8)
- 5.6 Publicité télévisée – évaluation (QC9 à QC12)
- 5.7 Publicité radio – notoriété (QC7B)
- 5.8 Publicité radio – compréhension (QC8)
- 5.9 Publicité radio – évaluation (QC9 à QC12)
- 5.10 Slogan – notoriété (QC17 et QC18)

5.1 Rappel spontané de la campagne

En 2010, plus des trois quarts des personnes interrogées (78%) se souviennent avoir vu, lu ou entendu de la publicité portant sur l'alcool au volant au cours du dernier mois. Ce taux de rappel spontané est légèrement supérieur à celui de l'an dernier (75%).

Q.C1 Au cours du dernier mois, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu de la publicité sur l'alcool au volant ?
% de oui



Note : Cette question était différente en 2005 et 2006. Le taux de rétention investigué portait alors sur une période de deux mois, alors qu'avant 2005 et après 2006, on cherche à connaître le taux de rappel spontané au cours du dernier mois précédant l'enquête.

Ainsi, les personnes qui sont les plus nombreuses à **avoir remarqué ce type de publicité** au cours du dernier mois sont principalement (78% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 55 à 64 ans (83%);
- ⇒ les résidents de Québec RMR (83%) et ceux des autres régions que Québec RMR ou Montréal RMR (81%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (82%);
- ⇒ les francophones (81%);
- ⇒ les conducteurs cumulant 20 ans ou plus d'expérience (81%).

On constate qu'aucun sous-groupe faisant partie du profil des personnes à risque de CFA ne figure parmi ceux qui sont les plus nombreux à avoir remarqué une publicité sur l'alcool au volant (rappel spontané).

5.2 Éléments de rappels spontanés

Les individus qui se souvenaient avoir vu, lu ou entendu de la publicité sur l'alcool ont été invités à décrire ce qu'ils en avaient retenu. Il est ici important de souligner qu'exceptionnellement cette année, deux publicités ont été diffusées dans une période rapprochée, soit celles de la campagne Alcool 2010 (voiture du couple qui devient la voiture de police lors de l'arrestation) et Alcool Jeunes 2010 (jeune qui demande 10 \$ à son père pour un taxi).

Globalement, plus de six personnes sur dix (63%) ont décrit l'une ou l'autre des deux publicités citées précédemment. Cette proportion est plus particulièrement élevée chez les sous-groupes suivants :

- ⇒ les personnes âgées de 35 à 44 ans (71%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (68%);
- ⇒ les francophones (67%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a été (65%).

Plus spécifiquement, encore cette année, c'est la **publicité télévisée « Voiture du couple qui devient la voiture de police lors de l'arrestation »** qui a été mentionnée dans une plus forte proportion. En effet, 55% des personnes interrogées ont spontanément fait référence à cette publicité alors qu'en 2009 ce taux de rappel était de 44%. Notons qu'aucun taux de rappel pour une publicité spécifique n'a atteint une telle proportion depuis 2004.

De plus, 8% des individus ont cité **la publicité télévisée présentant un jeune qui demande 10 \$ à son père pour un taxi**. Au regard des différences significatives, on remarque que cette campagne, lancée en 2010, a été spontanément mentionnée par de plus fortes proportions de personnes de 55 à 64 ans (12%) et de conducteurs ayant plus de 20 ans d'expérience (10%). Rappelons que la campagne de 2009 avait surtout touché les personnes de 45 à 54 ans, alors que celle de 2008 avait été davantage mentionnée par les personnes de 25 à 34 ans.

Par ailleurs, 6% des personnes interrogées ont simplement répondu qu'elles se souvenaient d'une publicité télévisée (autre ou sans précision). Cette proportion est la plus faible observée en six ans : de 2004 à 2009, elle s'est maintenue entre 12% et 46%.

Tel que soulevé en 2009, les **slogans** et les autres éléments de rappel n'ont pas suscité l'attention de la population à l'étude en 2010. Le slogan « Et vous? Vous conduisez après avoir pris quelques verres ? » est le seul à avoir été spontanément évoqué, et ce, par uniquement 1% des personnes interrogées. De plus, alors qu'au cours des six dernières années la proportion de personnes ayant mentionné les nouvelles (radio, télévision, journaux) se situait entre 11% et 27%, elle n'est que de 8% en 2010.

Q.C2 Qu'est-ce que vous vous souvenez d'avoir vu, lu ou entendu ?
 Personnes qui se souviennent spontanément de publicités sur l'alcool au volant
 (Total de 3 mentions possibles)

		2010 n=933	2009 n=895	2008 n=930	2007 n=1052	2006 n=935	2005 n=910	2004 n=933
Publicités télévisées	Pub télé « Voiture du couple qui devient la voiture de police lors de l'arrestation » - Alcool 2009 et 2010 -	55%	44%	-	-	-	-	-
	Pub télé « Jeune qui demande 10 \$ à son père pour un taxi » - Alcool Jeunes 2010 -	8%	-	-	-	-	-	-
	Total Publicités télé diffusées en 2010	63%	-	-	-	-	-	-
	Pub télé « Jeunes qui sortent d'un bar » - Alcool 2007 et 2008 -	-	2%	30%	37%	-	-	-
	Pub télé « Homme dans une auto de police et, par la suite, dans un taxi » - Alcool 2005 et 2006 -	-	-	-	-	17%	17%	-
	Pub télé « Grand-mère » - Vitesse 2007 -	-	-	-	7%	-	-	-
	Pub télé « Homme à l'urgence » - Sécurité routière 2007 -	-	-	-	4%	-	-	-
	Pub télé « Le party » - Alcool 2004 -	-	-	-	-	1%	1%	8%
	Pub télé « Empêche un ami de partir » - Alcool 2003 -	-	-	-	-	3%	2%	17%
	Pub télé pour un service de raccompagnement	-	-	-	-	1%	1%	-
Pub télé (autre ou sans précision)	6%	12%	46%	32%	38%	34%	46%	

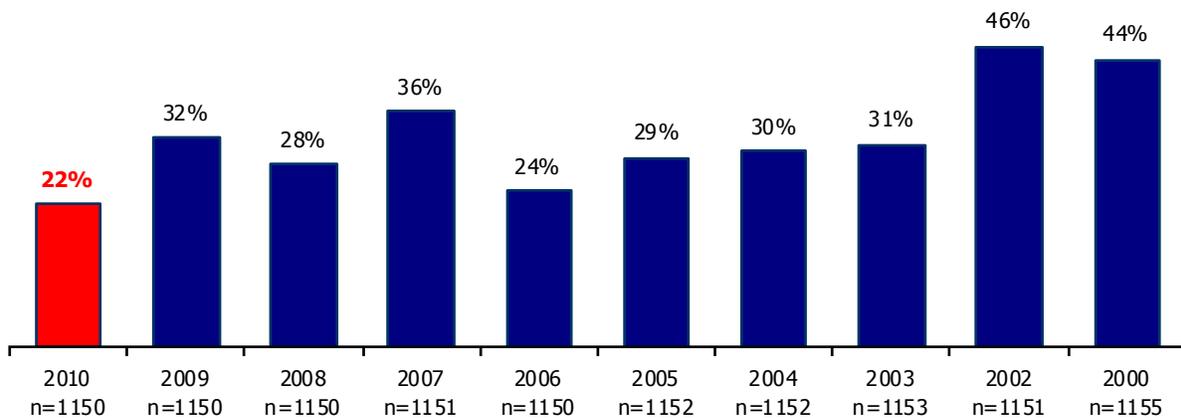
		2010 n=933	2009 n=895	2008 n=930	2007 n=1052	2006 n=935	2005 n=910	2004 n=933
Slogans	Et vous? Vous conduisez après avoir pris quelques verres ?	1%	2%	-	-	-	-	-
	On est tous responsables de notre conduite - 2010, 2009, 2008 et 2007 -	-	-	1%	-	-	-	-
	Prévoyez le coup! Lorsqu'on boit, on ne conduit pas - Alcool 2006, 2005 et 2004 -	-	-	-	-	1%	1%	1%
	Insistez. Empêchez vos amis de boire et conduire - Alcool 2003 -	-	-	-	-	1%	-	-
	L'alcool au volant, ça s'arrête ici	-	-	-	1%	1%	1%	1%
	L'alcool au volant, c'est criminel	-	-	-	1%	3%	3%	3%
	Autres slogans divers	1%	3%	6%	4%	6%	4%	6%

		2010 n=933	2009 n=895	2008 n=930	2007 n=1052	2006 n=935	2005 n=910	2004 n=933
Autres	Aux nouvelles (radio, télévision, journaux)	8%	18%	11%	14%	20%	27%	25%
	L'alcool en général	2%	4%	-	-	-	-	-
	Les jeunes au volant / Accidents impliquant des jeunes / Les jeunes et l'alcool	3%						
	Publicité RADIO ANGLAISE Homme qui appelle sa femme au poste de police	2%	3%	-	-	-	-	-
	Affiches ou panneaux publicitaires (autre ou sans précision)	2%	3%	2%	3%	-	-	-
	La vitesse en général	1%	2%	-	-	-	-	-
	Publicité de MADD	1%	1%	-	-	-	-	-
	Publicité des verres qui s'accumulent	1%	1%	-	-	-	-	-
	Messages sur Internet	1%	-	-	1%	-	-	-
	Barrages routiers	-	1%	1%	1%	1%	-	-
	Opération Nez rouge	-	1%	-	-	-	-	-
	Publicité dans les journaux	2%	2%	-	-	-	-	-
	Publicité à la radio	-	-	1%	-	1%	-	-
	Panneaux routiers «doigt et poing»	-	-	-	-	5%	9%	4%
	Tréteaux barrages routiers «Alcool au volant»	-	-	-	-	1%	3%	3%
	Feuillets d'information sur les facultés affaiblies (remis au barrage)	-	-	-	-	1%	2%	1%
	Autre : spécifiez	4%	2%	8%	10%	6%	3%	8%
	Ne sait pas	10%	12%	7%	7%	13%	11%	8%

5.3 Notoriété des actions particulières

En 2010, un peu plus de deux personnes interrogées sur dix (22%) affirment avoir vu, lu ou entendu parler d'actions particulières faites dans leur région afin de faire respecter la loi concernant la conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool, au cours du dernier mois. Ainsi, ce taux de notoriété connaît une baisse significative de dix points de pourcentage par rapport à celui enregistré en 2009. Il s'agit, en fait, du plus faible taux de notoriété observé depuis 2000, une proportion similaire ayant été relevée en 2006 (24%).

Q.C3 Au cours du dernier mois, avez-vous vu, lu ou entendu parler d'actions particulières faites dans votre région afin de faire respecter la loi concernant la conduite avec facultés affaiblies par l'alcool ?
% de oui



Note : Cette question était différente en 2005 et 2006. Le taux de rétention investigué portait alors sur une période de deux mois, alors qu'avant 2005 et après 2006, on cherche à connaître le taux de rappel au cours du dernier mois précédant l'enquête.

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à **avoir vu, lu ou entendu parler de ces actions particulières** (22% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 55 à 64 ans (37%) et de 65 ans et plus (28%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Québec (32%) et d'autres régions (que Québec RMR et Montréal RMR, 26%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (28%);
- ⇒ les personnes qui, au cours des douze derniers mois, ne sont pas allées dans des bars ou des restaurants où elles y auraient consommé de l'alcool (29%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas consommé d'alcool au cours des douze mois précédant l'enquête (29%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (26%).

À l'inverse, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **ne pas avoir vu, lu ou entendu parler de ces actions** (77% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 20 à 24 ans (93%) et de 25 à 34 ans (86%);
- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Montréal (82%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau collégial (81%) ou universitaire (82%);
- ⇒ les personnes en couple (79%);
- ⇒ les personnes qui, au cours des douze derniers mois, sont allées entre 10 et 25 fois dans des bars ou des restaurants et qui y ont consommé de l'alcool (87%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » pour ne pas conduire alors qu'elles savaient qu'elles allaient boire (79%);
- ⇒ les personnes ayant consommé de l'alcool au cours de la dernière année (79%).

Les personnes qui ont été informées des actions particulières faites dans leur région l'ont principalement été par le biais de la télévision (30%), des journaux (21%) et de la radio (20%). Bien que ces médias se soient maintenus en tête de liste au cours des huit dernières années, chacun d'entre eux enregistre un recul de six à neuf points de pourcentage par rapport aux données de 2009.

Tels que par le passé, le bouche à oreille (15%), les panneaux routiers (11%) et les barrages routiers (le fait d'en voir (12%) et d'en entendre parler (7%)) sont encore des moyens de diffusion notables. On ne décèle toutefois aucune différence significative entre 2009 et 2010.

Q.C4 Comment avez-vous été informé des actions particulières faites dans votre région ?

Répondants qui se souviennent d'actions particulières
(Total des 3 mentions possibles)

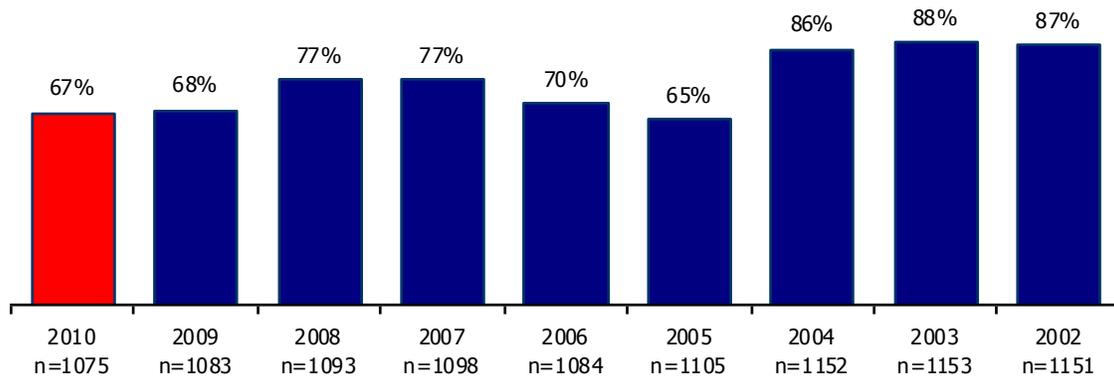
	2010 n=305	2009 n=393	2008 n=315	2007 n=402	2006 n=278	2005 n=330	2004 n=364	2003 n=342	2002 n=505
À la télévision	30%	39%	37%	35%	35%	29%	32%	32%	36%
Dans les journaux	21%	29%	26%	35%	24%	26%	23%	35%	29%
À la radio	20%	26%	19%	25%	18%	17%	20%	37%	30%
Bouche à oreille	15%	14%	9%	9%	8%	12%	12%	14%	14%
Sur panneaux routiers	11%	15%	13%	5%	7%	13%	11%	12%	8%
A vu un barrage routier	12%	11%	15%	14%	19%	19%	20%	11%	15%
A entendu parler de barrages routiers	7%	11%	3%	6%	4%	10%	10%	11%	13%
Affiches (bars, restos, dépanneurs)	1%	1%	1%	2%	4%	4%	9%	12%	14%
Par un service de raccompagnement (Nez rouge, etc.)	2%	-	2%	2%	2%	-	-	-	-
À l'école	1%	1%	2%	3%	-	-	-	-	-
Par Internet	1%	1%	2%	-	-	-	-	-	-
S'est fait intercepter dans un barrage	-	3%	3%	2%	2%	3%	2%	3%	3%
Présence policière accrue sur les routes	-	1%	1%	2%	2%	-	-	-	-
Autre	5%	3%	5%	4%	2%	2%	4%	4%	6%
NSP/NRP	4%	3%	1%	1%	4%	1%	2%	2%	3%

5.4 Publicité télévisée - notoriété

De manière assistée, 67% des personnes ayant répondu au sondage en français affirment se souvenir avoir vu la publicité télévisée « Couple qui part d'une soirée chez des amis et qui se fait arrêter ». Cette proportion est similaire à celle de 2009 (68%).

Q.C7A Au cours du dernier mois, vous souvenez-vous d'avoir VU une annonce à la TÉLÉVISION où l'on voit un couple dans la quarantaine qui part d'une soirée chez des amis où ils ont consommé de l'alcool et dont l'homme se fait arrêter ensuite par des policiers sur la route? Vous souvenez-vous avoir vu ce message à la télévision ?

Francophones
% de oui



Note : Cette question était différente en 2005 et 2006. Le taux de rétention investigué portait alors sur une période de deux mois, alors qu'avant 2005 et après 2006, on cherche à connaître le taux de rappel au cours du dernier mois précédant l'enquête. De plus, les campagnes télévisées de 2005 à 2010 inclusivement ont été uniquement diffusées en français.

Cette publicité en français **a été remarquée** par des proportions plus élevées de personnes appartenant aux sous-groupes suivants (67% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 45 à 64 ans (75%);
- ⇒ les hommes (72%);
- ⇒ les francophones (71%);
- ⇒ les répondants qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (76%);
- ⇒ les individus qui sont allés plus de 25 fois dans des bars ou des restaurants où ils ont consommé de l'alcool (75%);
- ⇒ les personnes ayant déjà été interceptées dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a été (73%);
- ⇒ les titulaires de permis de conduire (69%).

À l'inverse, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **ne pas se souvenir de cette publicité** (31% de l'ensemble) :

- ⇒ les non francophones (66%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (39%);
- ⇒ les personnes âgées de 16 à 19 ans (50%) et celles de 65 ans et plus (41%);
- ⇒ les femmes (35%);
- ⇒ les conducteurs cumulant deux ans d'expérience ou moins (47%);
- ⇒ les personnes qui ne sont pas titulaires d'un permis de conduire (38%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas fréquenté de bars ou des restaurants où elles y auraient consommé de l'alcool (40%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (38%);
- ⇒ les personnes n'ayant pas été interceptées dans un barrage policier et qui ne connaissent personne qui l'a été (34%).

À titre informatif, notons que 72% des personnes ayant conduit, au cours de la dernière année, après avoir bu au moins deux verres dans l'heure précédant leur départ disent se souvenir de cette publicité.

Plus précisément, 44% des personnes qui ont déjà conduit après avoir pris plus de cinq consommations d'alcool lors de la même occasion ne se souviennent pas de la publicité évaluée.

Comparaison de la performance publicitaire

Nous pouvons qualifier d'élevée la notoriété de 67% de la publicité francophone télévisée d'Alcool 2010. De fait, cette notoriété est supérieure à la norme Léger Marketing pour une campagne télévisée au Québec de 200-300 peb/semaine qui se situe entre 45% et 60%.

Toutefois, lorsque nous comparons le résultat de la publicité francophone télévisée d'Alcool 2010 avec la norme SAAQ pour ses campagnes Alcool, la publicité de cette année semble être un peu moins performante (67% contre 77%).

NORMES SAAQ	
Notoriété assistée d'une publicité télévisée au Québec	
Campagne Alcool 2010	67%
Norme SAAQ des campagnes Alcool	77%
Norme SAAQ des campagnes Vitesse	72%
Normes SAAQ des campagnes Piétons	47%
Norme provinciale Léger Marketing (200-300 peb/semaine)	45%-60%

5.5 Publicité télévisée - compréhension

Interrogés sur le message véhiculé par la publicité télévisée « Couple qui part d'une soirée chez des amis et qui se fait arrêter », les francophones l'ayant remarqué ont évoqué plus de 15 réponses. Globalement, la rétention du message publicitaire est similaire à l'année dernière.

Plus précisément, pour plus de la moitié de ceux-ci, le message transmis est « ne pas conduire quand on a bu » (55%). On retrouve, en moins fortes proportions, des mentions liées au fait qu'une arrestation peut arriver à n'importe qui, pas seulement aux récidivistes (11%), qu'on peut être arrêté même si on n'a pas consommé beaucoup (9%), que ce n'est pas parce qu'on pense être apte à conduire qu'on l'est (8%) et que l'alcool au volant concerne tout le monde (8%).

Q.C8 Que voulait dire ce message selon vous ?

Francophones qui ont remarqué la publicité télévisée

(Total des 2 mentions possibles)

	2010 n=738	2009 n=739	2008 n=845	2007 n=875	2006 n=769	2005 n=730
Ne pas conduire quand on a bu	55%	50%	60%	53%	35%	39%
Une arrestation peut arriver à n'importe qui; pas seulement aux récidivistes	11%	14%	-	2%	-	-
On peut être arrêté même si on n'a pas consommé beaucoup	9%	21%	-	-	-	-
Ce n'est pas parce qu'on pense être apte à conduire qu'on l'est	8%	6%	-	-	-	-
L'alcool au volant concerne tout le monde	8%	6%	-	-	-	-
Responsabiliser le conducteur	5%	6%	8%	9%	5%	4%
Combattre l'alcool au volant	6%	2%	11%	7%	1%	3%
Prévoir (...un moyen de transport sécuritaire)	4%	4%	4%	3%	16%	18%
Avoir un conducteur désigné, appeler quelqu'un	3%	2%	3%	4%	-	-
Empêcher les proches de conduire lorsqu'ils ont bu	2%	6%	-	-	-	-
Les policiers sont présents sur la route	1%	2%	-	-	-	-
Il y a des conséquences si on conduit après avoir bu	1%	1%	16%	26%	16%	13%
Prendre un taxi	1%	1%	2%	2%	51%	46%
Écouter les conseils de prudence des proches	1%	-	-	-	-	-
Être prudent au volant	1%	-	2%	2%	-	-
L'insouciance des jeunes par rapport à l'alcool, à la vitesse, en général	-	-	6%	9%	-	-
Ne pas embarquer avec quelqu'un qui a bu	-	-	4%	3%	-	-
Utiliser un service de raccompagnement	-	-	3%	4%	5%	7%
La responsabilité des parents	-	-	2%	3%	-	-
Autre	5%	2%	7%	3%	3%	4%
Ne sait pas	1%	2%	2%	1%	1%	2%

5.6 Publicité télévisée - évaluation

Plus de neuf francophones ayant remarqué la publicité télévisée Alcool 2010 sur dix s'entendent pour dire que son message est clair (98%), qu'elle a su attirer leur attention (92%) et qu'elle est convaincante (92%).

Par ailleurs, plus de la moitié des personnes interrogées affirment que cette publicité traite de choses qui les concernent (51%). Cette proportion est significativement inférieure à celle de 2009 (57%) et la plus faible observée depuis 2004.

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à **affirmer que cette publicité n'a pas attiré leur attention** (7% de l'ensemble) :

- ⇒ les conducteurs cumulant de trois à neuf ans d'expérience (17%);
- ⇒ les personnes qui sont allées 10 fois et plus dans des bars ou des restaurants au cours de la dernière année et qui y ont consommé de l'alcool (12%);
- ⇒ les personnes qui ont conduit, au cours des douze derniers mois, après avoir bu ne serait-ce qu'une consommation d'alcool (10%).

Être d'avis que **cette publicité traite de choses qui ne les concernent pas** est une opinion plus répandue chez les sous-groupes suivants (48% de l'ensemble) :

- ⇒ les résidents de la région métropolitaine de Montréal (52%);
- ⇒ les personnes ayant un revenu familial brut inférieur ou égal à 40 000 \$ (49%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas consommé d'alcool au cours des douze derniers mois (67%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas consommé d'alcool dans des bars ou des restaurants au cours des douze derniers mois (60%);
- ⇒ les personnes n'ayant pas déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (60%).

Tel qu'observé en 2009, il n'y a pas de différence significative entre le sexe des personnes interrogées.

Q.C9 à Q.C12 J'aimerais que vous m'indiquiez votre degré d'accord avec les énoncés suivants...

Francophones qui ont remarqué la publicité télévisée

	Le message était clair							Cette publicité attire mon attention						
	2010 n=738	2009 n=739	2008 n=845	2007 n=875	2006 n=769	2005 n=730	2004 n=1040	2010 n=738	2009 n=739	2008 n=845	2007 n=875	2006 n=769	2005 n=730	2004 n=1040
Tout à fait d'accord	78%	72%	76%	69%	76%	72%	77%	60%	57%	74%	66%	61%	55%	63%
Plutôt d'accord	20%	24%	22%	27%	22%	26%	21%	32%	36%	22%	28%	34%	38%	32%
<i>Total en accord</i>	98%	96%	98%	96%	99%	98%	98%	92%	93%	96%	94%	94%	93%	95%
Plutôt en désaccord	2%	3%	1%	3%	1%	1%	1%	5%	6%	2%	4%	4%	5%	4%
Tout à fait en désaccord	1%	1%	-	1%	-	-	-	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
<i>Total en désaccord</i>	3%	4%	2%	4%	1%	1%	1%	7%	7%	4%	5%	5%	6%	5%

	Cette publicité est convaincante							Cette publicité traite de choses qui me concernent						
	2010 n=738	2009 n=739	2008 n=845	2007 n=875	2006 n=769	2005 n=730	2004 n=1040	2010 n=738	2009 n=739	2008 n=845	2007 n=875	2006 n=769	2005 n=730	2004 n=1040
Tout à fait d'accord	61%	55%	72%	61%	55%	53%	54%	29%	31%	32%	31%	30%	28%	38%
Plutôt d'accord	31%	34%	22%	28%	37%	38%	37%	22%	26%	24%	32%	24%	24%	24%
<i>Total en accord</i>	92%	89%	94%	89%	91%	91%	91%	51%	57%	56%	63%	55%	52%	62%
Plutôt en désaccord	6%	8%	4%	7%	6%	6%	6%	23%	20%	19%	18%	19%	26%	19%
Tout à fait en désaccord	2%	2%	1%	3%	1%	2%	1%	25%	22%	23%	17%	23%	19%	18%
<i>Total en désaccord</i>	8%	10%	5%	10%	8%	8%	7%	48%	42%	42%	35%	42%	46%	37%

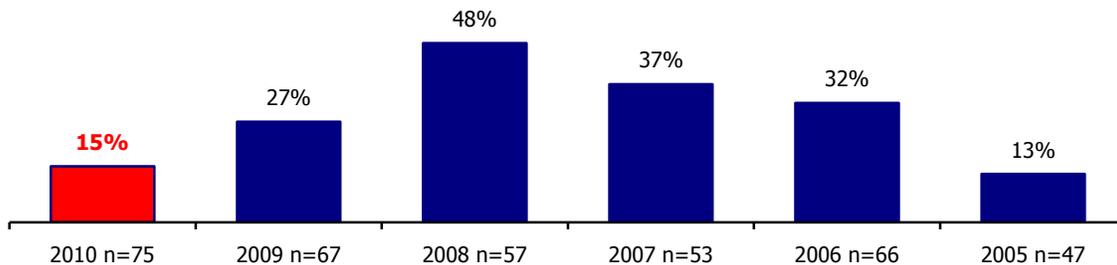
5.7 Publicité radio - notoriété

En 2010, le taux de notoriété assistée de la publicité radio évaluée auprès des personnes anglophones se chiffre à 15%. Cette proportion est statistiquement inférieure à celle observée en 2009 (27%).

Par ailleurs, en raison de la faible taille de l'échantillon, ce résultat doit être interprété comme une tendance. Notons également qu'on ne décèle aucune différence significative entre les sous-groupes à l'étude pour cette question.

Q.C7B Au cours du dernier mois, avez-vous ENTENDU un message à la RADIO où un homme appelle sa femme du poste de police après son arrestation pour conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool ? Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio ?

Anglophones seulement



Note : Cette question était différente en 2005 et 2006. Le taux de rétention investigué portait alors sur une période de deux mois, alors qu'en 2007, 2008, 2009 et 2010, nous cherchons à connaître le taux de rappel au cours du dernier mois précédant l'enquête.

Comparaison de la performance publicitaire

Avec un résultat de 15% de notoriété, la publicité radiophonique anglaise de la campagne Alcool 2010 performe de façon comparable à la norme Léger Marketing pour une publicité radio au Québec de 100-200 peb/semaine qui se situe entre 10% et 20%.

Cependant, lorsque nous comparons le résultat avec la norme SAAQ pour les campagnes Alcool, nous remarquons que la publicité de cette année a une performance inférieure (15% contre 31%), mais elle est supérieure aux normes des campagnes Vitesse (10%) et Piétons (10%).

NORMES SAAQ	
Notoriété assistée d'un message radio en anglais dans la région de Montréal RMR	
Campagne Alcool 2010	15%
Norme SAAQ des campagnes Alcool	31%
Norme SAAQ des campagnes Vitesse	10%
Norme SAAQ des campagnes Piétons	10%
Norme provinciale Léger Marketing (100-200 peb/semaine)	10%-20%

5.8 Publicité radio - compréhension

Les personnes anglophones qui se souviennent avoir entendu la publicité radio (n=13) ont principalement mentionné que son message était « ne pas conduire quand on a bu » (n=6), « ce n'est pas parce que l'on pense être apte à conduire qu'on l'est » (n=6), « ce n'est pas parce que l'on pense être apte à conduire qu'on l'est » (n=3) et « l'alcool au volant concerne tout le monde » (n=2).

Q.C8 Que voulait dire ce message selon vous ?

Anglophones qui ont remarqué la publicité radio
(Total des 2 mentions possibles)

	2010 n=13	2009 n=13	2008 n=26	2007 n=23	2006 n=22	2005 n=8
Ne pas conduire quand on a bu	6	6	17	16	11	3
Ce n'est pas parce que l'on pense être apte à conduire qu'on l'est	3	-	-	-	-	-
L'alcool au volant concerne tout le monde	2	2	-	-	-	-
Une arrestation peut arriver à n'importe qui; pas seulement aux récidivistes	1	3	-	-	-	-
On peut être arrêté pour alcool au volant même si l'on n'a pas consommé beaucoup	1	-	-	-	-	-
Les policiers sont présents sur la route	1	1	-	-	-	-
Prévoir à l'avance (un moyen de transport)	1	-	2	2	-	-
Prendre un taxi	-	-	2	1	-	-
Être prudent au volant	-	-	2	1	-	-
Utiliser un service de raccompagnement	-	-	1	1	1	-
Responsabiliser le conducteur	-	-	1	1	1	-
Combattre l'alcool au volant	-	-	1	1	2	1
Il y a des conséquences à conduire après avoir bu	-	-	-	5	7	2
Avoir un conducteur désigné, appeler quelqu'un	-	-	-	1	-	-
Ça peut arriver à n'importe qui	-	-	-	1	-	-
L'insouciance des jeunes par rapport à l'alcool, à la vitesse, en général	-	-	-	1	-	-
Autre	1	-	2	3	3	1
Ne sait pas	-	2	1	-	1	1

Note : Étant donné la faible taille d'échantillonnage, les résultats sont présentés en données absolues (non pondérées). Par ailleurs, ces résultats doivent être interprétés comme des tendances étant donné la faible taille d'échantillonnage.

5.9 Publicité radio - évaluation

Tous les anglophones qui se souvenaient avoir entendu la publicité radio jugent que son message est clair (n=13), qu'elle attire leur attention (n=13) et qu'elle est convaincante (n=13).

Par ailleurs, 5 des 13 personnes interrogées sont d'avis que cette publicité traite de choses qui les concernent.

Q.C9 à Q.C12 J'aimerais que vous m'indiquiez votre degré d'accord avec les énoncés suivants...

Anglophones qui ont remarqué la publicité radio

	Le message était clair						Cette publicité attire mon attention					
	2010 n=13	2009 n=13	2008 n=26	2007 n=23	2006 n=22	2005 n=8	2010 n=13	2009 n=13	2008 n=26	2007 n=23	2006 n=22	2005 n=8
Tout à fait d'accord	11	4	15	10	8	6	6	6	12	8	13	5
Plutôt d'accord	2	6	11	10	14	2	7	5	13	12	8	3
<i>Total en accord</i>	<i>13</i>	<i>10</i>	<i>26</i>	<i>20</i>	<i>22</i>	<i>8</i>	<i>13</i>	<i>11</i>	<i>25</i>	<i>20</i>	<i>21</i>	<i>8</i>
Plutôt en désaccord	-	2	-	1	-	-	-	2	1	3	1	-
Tout à fait en désaccord	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Total en désaccord</i>	<i>-</i>	<i>3</i>	<i>-</i>	<i>3</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

	Cette publicité est convaincante						Cette publicité traite de choses qui me concernent					
	2010 n=13	2009 n=13	2008 n=26	2007 n=23	2006 n=22	2005 n=8	2010 n=13	2009 n=13	2008 n=26	2007 n=23	2006 n=22	2005 n=8
Tout à fait d'accord	7	3	13	8	10	4	3	5	15	6	4	5
Plutôt d'accord	6	7	5	10	11	4	2	6	9	11	12	1
<i>Total en accord</i>	<i>13</i>	<i>10</i>	<i>18</i>	<i>18</i>	<i>21</i>	<i>8</i>	<i>5</i>	<i>11</i>	<i>24</i>	<i>17</i>	<i>16</i>	<i>6</i>
Plutôt en désaccord	-	2	6	3	1	-	6	2	2	5	3	1
Tout à fait en désaccord	-	1	2	2	-	-	1	-	-	1	2	1
<i>Total en désaccord</i>	<i>-</i>	<i>3</i>	<i>8</i>	<i>5</i>	<i>1</i>	<i>-</i>	<i>7</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>6</i>	<i>5</i>	<i>2</i>

Note : Étant donné la faible taille d'échantillonnage, les résultats sont présentés en données absolues (non pondérées). Par ailleurs, ces résultats doivent être interprétés comme des tendances étant donné la faible taille d'échantillonnage.

5.10 Slogan - notoriété

Notoriété spontanée du slogan de la campagne publicitaire Alcool 2010

Parmi les personnes ayant remarqué la publicité télévisée ou la publicité radiophonique, seulement trois ont mentionné spontanément le slogan « On est tous responsables de notre conduite » malgré le fait qu'il soit utilisé depuis maintenant quatre années consécutives.

Tel qu'observé antérieurement, neuf individus sur dix (90%) ne sont pas en mesure de dire quel était le slogan de la campagne publicitaire sur l'alcool au volant de cette année.

Q.C17 Pouvez-vous me dire quel était le slogan de la campagne publicitaire sur l'alcool au volant cette année ?

Ceux qui ont remarqué la publicité télévisée ou radio

	2010 n=751	2009 n=752	2008 n=871	2007 n=898	2006 n=791	2005 n=738	2004 n=1040	2003 n=1027	2002 n=1014
« L'alcool au volant... c'est criminel »	3%	2%	2%	4%	3%	4%	4%	7%	9%
« La modération a bien meilleur goût »	1%	-	1%	1%	1%	-	-	-	-
« L'alcool au volant... ça s'arrête ici »	-	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%
L'alcool tue/l'alcool au volant tue	-	1%	1%	1%	1%	-	3%	2%	2%
« Insistez. Empêchez vos ami(e)s... »	-	1%	-	-	-	-	-	3%	2%
« Ça peut vous arriver », « Cela n'arrive pas qu'aux autres »	-	1%	-	-	-	-	-	-	-
« Prévoyez le coup! Lorsqu'on boit, on ne conduit pas »	-	-	1%	-	2%	2%	-	NA	NA
« Et vous? Vous conduisez après avoir pris quelques verres ? »	-	-	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
« On est tous responsables de notre conduite »	0,4%	-	-	-	NA	NA	NA	NA	NA
Autre	5%	6%	4%	5%	4%	3%	4%	8%	11%
NSP/NRP	90%	89%	90%	89%	89%	89%	87%	79%	74%

Note : Le même slogan a été utilisé lors des campagnes de 2007 à 2010 inclusivement (« On est tous responsables de notre conduite »). Le même slogan a été utilisé lors des campagnes 2004, 2005 et 2006 (« Prévoyez le coup! Lorsqu'on boit, on ne conduit pas. »). Le slogan de 2003 et de 2002 était « Insistez. Empêchez vos amis de boire et conduire ».

Étant donné la faible taille de l'échantillon anglophone qui a remarqué la publicité radio (n=13, en 2010 par exemple), les résultats sont présentés sur le total de ceux qui ont vu l'une ou l'autre des deux publicités (télévisée ou radio).

Notoriété assistée du slogan de la campagne publicitaire Alcool 2010

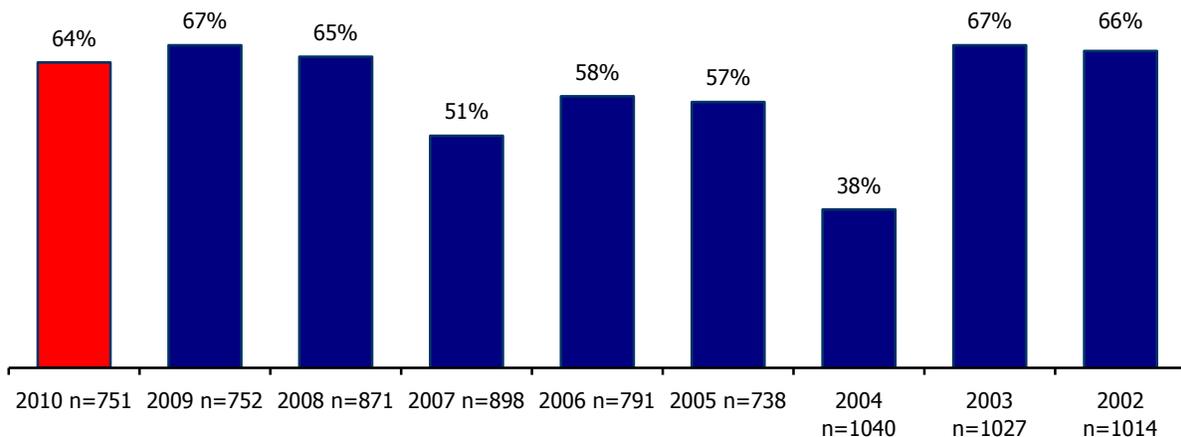
Toujours parmi les personnes ayant remarqué la publicité télévisée ou la publicité radiophonique, 64% d'entre elles disent, de manière assistée, se souvenir avoir lu ou entendu le slogan « On est tous responsables de notre conduite ».

Ce taux de notoriété assistée est semblable à ceux des deux dernières années (67% en 2009 et 65% en 2008).

Q.C18 Vous souvenez-vous avoir lu ou entendu le slogan « On est tous responsables de notre conduite »

Ceux qui ont remarqué la publicité télévisée ou radio

% de oui



Note : Le même slogan a été utilisé lors des campagnes de 2007 à 2010 (« On est tous responsables de notre conduite »). Le même slogan a été utilisé lors des campagnes 2004, 2005 et 2006 (« Prévoyez le coup! Lorsqu'on boit, on ne conduit pas. »). Le slogan de 2003 et de 2002 était « Insistez. Empêchez vos amis de boire et conduire ».

Étant donné la faible taille de l'échantillon anglophone qui a remarqué la publicité radio (n=13, en 2010 par exemple), les résultats sont présentés sur le total de ceux qui ont vu l'une ou l'autre des deux publicités (télévisée ou radio).

Notons que ce **taux est significativement plus élevé** chez les sous-groupes suivants :

- ⇒ les conducteurs cumulant deux ans d'expérience ou moins (83%);
- ⇒ les personnes qui ne sont pas titulaires d'un permis de conduire (77%);
- ⇒ les individus qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (66%).

6. Impact avoué de la campagne

Dans cette section, on retrouve l'avis des répondants quant à l'effet dissuasif des barrages routiers, à l'impact de la campagne et à l'importance de la responsabilisation du conducteur et des passagers.

Plan de la section :

De manière plus spécifique, les thèmes abordés dans cette section sont :

- 6.1 Effet dissuasif des barrages (QC5 et QC6)
- 6.2 Impact avoué de la campagne – se sentir concerné en tant que conducteur (QC19 et QC20)
- 6.3 Impact avoué de la campagne - modification du comportement par rapport à l'alcool au volant (QC13 et QC14)
- 6.4 Importance d'insister sur la responsabilité du conducteur et des passagers dans le message (QC27 et QC28)

6.1 Effet dissuasif des barrages

Quatre individus interrogés sur dix (40%) sont d'avis que le fait de savoir qu'il se tient des barrages routiers intensifs les incite à ne pas prendre le volant après avoir bu. Il s'agit d'une baisse significative de six points de pourcentage par rapport au résultat de 2009 (46%).

Par ailleurs, on observe une hausse de la proportion de conducteurs qui disent ne jamais conduire après avoir bu, passant de 16% en 2009 à 20% en 2010. Cette proportion est la plus élevée depuis 2007.

Q.C5 Est-ce que le fait de savoir qu'il se tient des barrages routiers intensifs vous incite à ne pas prendre le volant après avoir bu ? Conducteurs

	2010 n=1011	2009 n=990	2008 n=952	2007 n=990	2006 n=994	2005 n=971	2004 n=963	2003 n=937	2002 n=978
Oui	40%	46%	42%	45%	38%	39%	41%	45%	37%
Non	28%	27%	30%	28%	28%	25%	21%	22%	12%
Ne conduit jamais après avoir bu	20%	16%	18%	16%	20%	19%	26%	33%	51%
Ne boit jamais / Ne conduit pas	11%	10%	9%	11%	13%	15%	11%	-	-
Ne sait pas	1%	1%	-	1%	1%	1%	-	-	-

Les barrages routiers intensifs ont un **effet dissuasif plus marqué** chez les sous-groupes suivants (40% de l'ensemble) :

- ⇒ les conducteurs ayant deux ans d'expérience ou moins (69%);
- ⇒ les individus ayant conduit au cours de la dernière année après avoir consommé ne serait-ce qu'une consommation d'alcool (51%) ou au moins deux verres d'alcool dans l'heure précédant leur départ (61%);
- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours des douze derniers mois (56%);
- ⇒ les personnes qui sont allées de 10 à 25 fois au cours de la dernière année dans des bars ou des restaurants et qui y ont consommé de l'alcool (55%);
- ⇒ les personnes ayant déjà « prévu le coup » lors de la consommation à l'extérieur du domicile (51%);
- ⇒ les personnes ayant consommé de l'alcool au cours des douze derniers mois (44%).

Par ailleurs, interrogés sur les risques d'être arrêté pour conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool, 55% des individus sont d'avis qu'ils sont demeurés les mêmes dans leur région au cours du mois précédant l'étude. Il s'agit d'une hausse de cinq points de pourcentage par rapport aux résultats de 2009 et 2008 (50%).

On observe une baisse significative de huit points de pourcentage en ce qui a trait aux personnes qui croient que ces risques ont augmenté (25% en 2009 à 17% en 2010). Il en va de même pour la proportion de personnes qui sont d'avis que ces risques ont diminué, bien que cette baisse soit moins drastique (de 10% en 2009 à 8% en 2010).

Rappelons que les risques d'être arrêté par la police pour CFA sont considérés élevés par 64% des personnes interrogées, alors que 30% les jugent plutôt faibles (voir la section 2.6).

Q.C6 Au cours du dernier mois, diriez-vous que dans votre région, les risques d'être arrêté pour conduite avec facultés affaiblies par l'alcool ont... ?

	2010 n=1150	2009 n=1150	2008 n=1150	2007 n=1151	2006 n=1150	2005 n=1152	2004 n=1152	2003 n=1153	2002 n=1151	2000 n=1155
Beaucoup augmenté	6%	9%	11%	10%	7%	7%	9%	8%	14%	12%
Légèrement augmenté	11%	16%	14%	20%	13%	12%	14%	18%	20%	21%
Demeuré les mêmes	55%	50%	50%	49%	52%	56%	51%	51%	38%	43%
Légèrement diminué	6%	8%	6%	5%	6%	7%	5%	7%	11%	6%
Beaucoup diminué	2%	2%	4%	3%	3%	4%	3%	3%	6%	1%
NSP/NRP	19%	16%	15%	13%	19%	14%	18%	13%	12%	16%
<i>Total augmenté</i>	17%	25%	26%	30%	21%	19%	23%	26%	34%	33%
<i>Total diminué</i>	8%	10%	10%	8%	9%	11%	8%	10%	17%	7%

Note : Cette question était différente en 2005 et 2006. La période d'investigation portait alors sur les deux mois précédant l'enquête, alors qu'avant 2005 et après 2006, elle porte sur le dernier mois précédant l'enquête.

Considérer que les risques d'être arrêté pour CFA sont **demeurés les mêmes** est une opinion plus répandue chez les sous-groupes suivants (55% de l'ensemble) :

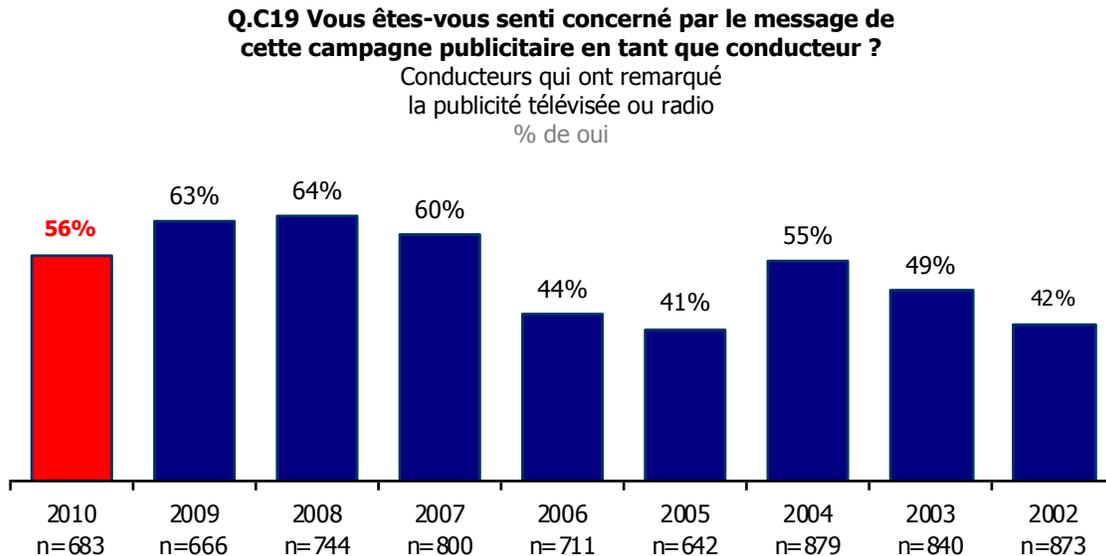
- ⇒ les personnes dont le revenu familial brut est supérieur à 80 000 \$ (72%);
- ⇒ les personnes âgées de 25 à 34 ans (67%) et de 35 à 44 ans (63%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau universitaire (63%);
- ⇒ les personnes en couple (58%);
- ⇒ les francophones (58%);
- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours des douze derniers mois (76%);
- ⇒ les personnes qui sont allées de 10 à 25 fois, au cours des douze derniers mois, dans des bars ou des restaurants où elles ont consommé de l'alcool (74%);
- ⇒ les personnes ayant conduit, au cours des douze derniers mois, après avoir bu ne serait-ce qu'une consommation d'alcool (70%);
- ⇒ les conducteurs cumulant de 10 à 19 ans d'expérience (70%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation à l'extérieur du domicile (66%);
- ⇒ les personnes ayant consommé de l'alcool au cours des douze derniers mois (64%);
- ⇒ les individus qui ont déjà été interceptés dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a déjà été (64%);
- ⇒ les titulaires de permis de conduire (60%).

De plus, les personnes appartenant aux sous-groupes suivants sont plus nombreuses à affirmer que **ces risques ont augmenté** (17% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 16 à 19 ans (30%) et de 55 à 64 ans (22%);
- ⇒ les résidents de régions autres que Montréal RMR et Québec RMR (22%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (22%);
- ⇒ les personnes dont le revenu familial brut est inférieur ou égal à 40 000 \$ (20%);
- ⇒ les francophones (19%);
- ⇒ les conducteurs ayant deux ans d'expérience ou moins (33%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (20%).

6.2 Impact avoué de la campagne – se sentir concerné en tant que conducteur

Parmi les conducteurs qui ont remarqué la publicité télévisée ou la publicité radiophonique, 56% disent s'être sentis concernés par le message de cette campagne publicitaire en tant que conducteur. Notons que ce résultat est significativement inférieur de sept points de pourcentage au résultat de 2009 (63%).



Note : Étant donné la faible taille de l'échantillon d'anglophones qui ont remarqué la publicité radio (n=13, en 2010 par exemple), les résultats sont présentés sur le total de ceux qui ont vu l'une ou l'autre des deux campagnes publicitaires.

Les personnes qui se sont **senties concernées en tant que conducteur** par le message sont plus nombreuses au sein des sous-groupes suivants (56% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 25 à 34 ans (66%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau universitaire (65%);
- ⇒ les femmes (64%);
- ⇒ les personnes ayant consommé des drogues au moins une fois au cours des douze derniers mois (80%);
- ⇒ les individus qui sont allés de 10 à 25 fois, au cours des douze derniers mois, dans des bars ou des restaurants où ils ont consommé de l'alcool (67%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation à l'extérieur du domicile (61%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage routier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a été (61%);
- ⇒ les personnes qui ont consommé de l'alcool au cours des douze derniers mois (59%).

À l'inverse, **ne pas s'être senti concerné en tant que conducteur** par le message est une opinion plus marquée chez les sous-groupes suivants (40% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes âgées de 65 ans et plus (52%);
- ⇒ les hommes (47%);
- ⇒ les individus ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (45%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas consommé d'alcool dans des bars ou des restaurants au cours des douze derniers mois (54%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas déjà « prévu le coup » lors de la consommation à l'extérieur du domicile (51%);
- ⇒ les personnes n'ayant pas consommé d'alcool au cours des douze derniers mois (51%);
- ⇒ les personnes n'ayant pas déjà été interceptées dans un barrage policier et qui ne connaissent personne qui l'a été (46%).

Tel qu'observé au cours des dernières années, la majorité des personnes qui ne se sont pas senties interpellées par le message expliquent cette situation par le fait qu'elles ne boivent jamais ou qu'elles ne conduisent pas après avoir bu (68%). D'autres individus mentionnent qu'ils sont déjà sensibilisés (10%) et qu'ils ne s'identifient pas au conducteur ou ne se reconnaissent pas dans ces publicités (7%)

Q.C20 Pourquoi ?

Conducteurs qui ont remarqué la publicité télévisée ou radio
mais qui disent ne pas s'être sentis concernés comme
conducteurs

	2010 n=265	2009 n=253	2008 n=239	2007 n=323	2006 n=390	2005 n=365	2004 n=392	2003 n=437	2002 n=507
Ne boit jamais, ne conduit pas après avoir bu	68%	71%	61%	62%	78%	74%	82%	79%	90%
Déjà sensibilisé/ assez responsable	10%	9%	14%	11%	5%	10%	5%	8%	2%
Ne s'identifie pas au conducteur/ Ne se reconnaît pas là-dedans	7%	9%	5%	14%	4%	4%	3%	5%	3%
Pas susceptible de lui arriver	5%	2%	2%	2%	3%	4%	2%	4%	4%
Autre	2%	4%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	-
NSP/NRP	9%	3%	16%	9%	8%	6%	4%	2%	1%

6.3 Impact avoué de la campagne - modification du comportement par rapport à l'alcool au volant

Globalement, près des trois quarts des personnes qui ont remarqué les publicités de la campagne 2010 (télé ou radio) sont d'avis qu'elles sont efficaces pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport à l'alcool au volant (74%).

Q.C13 Cette publicité est efficace pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport à l'alcool au volant. Êtes-vous...

Ceux qui ont remarqué la publicité télévisée ou radio

	Publicités télévisée et radiophonique						
	Total 2010 n=751	2009 n=752	2008 n=871	2007 n=898	2006 n=791	2005 n=738	2004 n=1040
Tout à fait d'accord	37%	34%	43%	33%	35%	30%	38%
Plutôt d'accord	37%	42%	38%	42%	43%	45%	43%
<i>Total en accord</i>	<i>74%</i>	<i>76%</i>	<i>80%</i>	<i>75%</i>	<i>78%</i>	<i>75%</i>	<i>81%</i>
Plutôt en désaccord	17%	16%	14%	17%	14%	15%	14%
Tout à fait en désaccord	4%	6%	3%	6%	4%	5%	3%
<i>Total en désaccord</i>	<i>21%</i>	<i>22%</i>	<i>18%</i>	<i>23%</i>	<i>18%</i>	<i>20%</i>	<i>17%</i>
Ne sait pas / Refus	5%	3%	2%	2%	4%	4%	2%

	Publicité télévisée (francophones)						Message radio (anglophones)					
	2010 n=738	2009 n=739	2008 n=845	2007 n=875	2006 n=769	2005 n=730	2010 n=13*	2009 n=13*	2008 n=26*	2007 n=23*	2006 n=22*	2005 n=8*
Tout à fait d'accord	37%	35%	43%	34%	36%	30%	2	1	9	5	5	4
Plutôt d'accord	37%	40%	37%	41%	42%	45%	6	9	11	12	13	3
<i>Total en accord</i>	<i>74%</i>	<i>75%</i>	<i>80%</i>	<i>75%</i>	<i>78%</i>	<i>75%</i>	<i>8</i>	<i>10</i>	<i>20</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>7</i>
Plutôt en désaccord	17%	16%	14%	17%	14%	15%	3	2	5	6	4	1
Tout à fait en désaccord	4%	6%	3%	6%	4%	5%	-	-	-	-	-	-
<i>Total en désaccord</i>	<i>21%</i>	<i>22%</i>	<i>18%</i>	<i>23%</i>	<i>17%</i>	<i>20%</i>	<i>3</i>	<i>2</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>4</i>	<i>1</i>
Ne sait pas / Refus	4%	3%	2%	2%	4%	4%	2	1	1	-	-	-

* Étant donné la faible taille d'échantillonnage, les résultats sont présentés en données absolues (non pondérées). Par ailleurs, ces résultats doivent être interprétés comme des tendances étant donné la faible taille d'échantillonnage.

Les personnes les plus nombreuses à **croire que la campagne publicitaire peut modifier le comportement des gens** par rapport à l'alcool au volant se retrouvent au sein des sous-groupes suivants (74% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 40 000 \$ et 80 000 \$ (81%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (78%);
- ⇒ les personnes qui n'ont pas conduit, au cours de la dernière année, après avoir bu au moins deux verres dans l'heure précédant leur départ (78%).

En revanche, les personnes appartenant aux sous-groupes suivants sont plus nombreuses à **douter de l'efficacité** de cette campagne pour modifier le comportement des gens (21% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes dont le revenu familial annuel est inférieur ou égal à 40 000 \$ (26%);
- ⇒ les conducteurs cumulant de trois à neuf ans d'expérience (37%);
- ⇒ les personnes qui, au cours de la dernière année, ont conduit après avoir bu au moins deux consommations d'alcool dans l'heure précédant leur départ (36%);
- ⇒ les personnes qui, au cours de la dernière année, sont allées plus de 25 fois dans des bars ou des restaurants et qui y ont consommé de l'alcool (32%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà été interceptées dans un barrage policier ou qui connaissent quelqu'un qui l'a été (24%).

Fait à noter, plusieurs des sous-groupes ci-dessus font partie du profil des personnes à risque de CFA.

Interrogées sur l'efficacité des publicités de la campagne pour modifier leur propre comportement par rapport à l'alcool au volant, près de six personnes sur dix répondent par l'affirmative (59%) alors que 30% sont d'avis contraire.

Q.C14 Cette publicité m'amènerait à modifier mon comportement par rapport à l'alcool au volant.

Êtes-vous...

Ceux qui ont remarqué la publicité télévisée ou radio

	Publicités télévisée et radiophonique						
	Total 2010 n=751	Total 2009 n=752	2008 n=871	2007 n=898	2006 n=791	2005 n=738	2004 n=1040
Tout à fait d'accord	33%	39%	47%	42%	44%	34%	34%
Plutôt d'accord	26%	31%	26%	29%	30%	32%	32%
<i>Total d'accord</i>	59%	70%	73%	70%	74%	66%	66%
Plutôt en désaccord	13%	17%	10%	15%	13%	17%	19%
Tout à fait en désaccord	17%	10%	14%	12%	10%	12%	10%
<i>Total en désaccord</i>	30%	27%	24%	27%	22%	29%	29%
Ne sait pas / Refus	10%	4%	4%	3%	4%	5%	5%

	Publicité télévisée (francophones)						Message radio (anglophones)					
	2010 n=738	2009 n=739	2008 n=845	2007 n=875	2006 n=769	2005 n=730	2010 n=13*	2009 n=13*	2008 n=26*	2007 n=23*	2006 n=22*	2005 n=8*
Tout à fait d'accord	33%	39%	48%	42%	45%	34%	1	6	10	4	4	4
Plutôt d'accord	26%	31%	24%	28%	30%	32%	3	4	13	10	6	-
<i>Total en accord</i>	59%	70%	72%	70%	75%	66%	4	10	23	14	10	4
Plutôt en désaccord	14%	17%	10%	15%	12%	18%	1	2	3	6	5	-
Tout à fait en désaccord	17%	10%	14%	12%	9%	11%	2	1	-	-	4	3
<i>Total en désaccord</i>	31%	27%	24%	27%	21%	29%	3	3	3	6	9	3
Ne sait pas / Refus	10%	4%	4%	3%	4%	5%	6	-	-	3	3	1

* Étant donné la faible taille d'échantillonnage, les résultats sont présentés en données absolues (non pondérées). Par ailleurs, ces résultats doivent être interprétés comme des tendances étant donné la faible taille d'échantillonnage.

Croire que ce message publicitaire les amènerait à modifier leur propre comportement par rapport à l'alcool au volant est une opinion partagée par de plus fortes proportions d'individus appartenant aux sous-groupes suivants (59% de l'ensemble) :

- ⇒ les personnes dont le revenu familial brut est supérieur à 80 000 \$ (67%);
- ⇒ les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (64%);
- ⇒ les résidents de régions autres que Montréal RMR et Québec RMR (63%);
- ⇒ les individus qui ont conduit, au cours des douze derniers mois, après avoir bu ne serait-ce qu'une consommation (69%);
- ⇒ les personnes qui ont déjà « prévu le coup » lors de la consommation d'alcool à l'extérieur du domicile (68%);
- ⇒ les individus qui sont allés moins de 10 fois dans des bars ou des restaurants où ils ont consommé de l'alcool (64%).

Par ailleurs, les personnes les plus **sceptiques quant à l'efficacité** du message pour modifier leur comportement (30% de l'ensemble) sont plus particulièrement celles ayant une scolarité de niveau universitaire (39%).

Bien que ces résultats ne soient pas statistiquement significatifs, il est intéressant de noter que 27% des personnes qui ont conduit après avoir bu au moins deux consommations dans l'heure précédant leur départ (soit les personnes à risque de CFA) ne croient pas que le message les amènerait à modifier leur comportement par rapport à l'alcool au volant. Pour les personnes ayant conduit après avoir bu plus de cinq verres au cours de la même occasion dans la dernière année, cette proportion est de 17%.

En isolant les personnes qui ont affirmé s'être senties concernées par le message de la campagne en tant que conducteur, on constate que la proportion d'individus qui considèrent que cette campagne les amènerait à modifier leur comportement par rapport à l'alcool au volant est de 70%. Il s'agit d'une baisse significative de six points de pourcentage par rapport au résultat de 2009 (76%) et du plus faible taux depuis 2004.

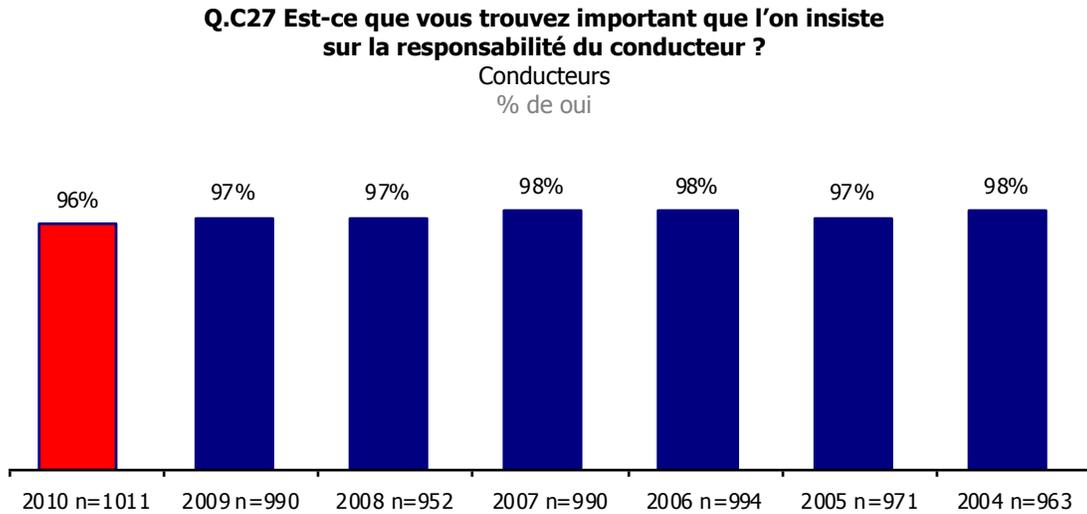
Q.C14. Cette publicité m'amènerait à modifier mon comportement par rapport à l'alcool au volant. Êtes-vous...

Ceux qui ont remarqué la publicité télévisée ou radio et qui ont affirmé s'être sentis concernés par le message de cette campagne publicitaire en tant que conducteur (soit ceux qui ont dit « oui » à la Q.C19)

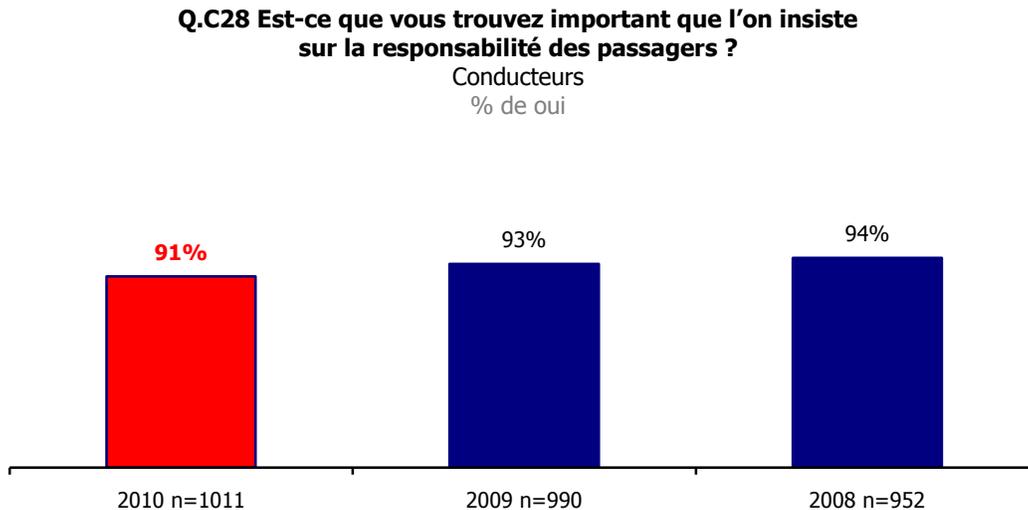
	2010 n=388	2009 n=402	2008 n=483	2007 n=471	2006 n=306	2005 n=264	2004 n=480
Tout à fait d'accord	38%	40%	54%	47%	48%	38%	40%
Plutôt d'accord	32%	36%	24%	31%	35%	37%	35%
<i>Total en accord</i>	70%	76%	79%	77%	82%	75%	75%
Plutôt en désaccord	13%	16%	7%	12%	11%	14%	16%
Tout à fait en désaccord	9%	6%	12%	8%	4%	7%	6%
<i>Total en désaccord</i>	23%	22%	18%	21%	15%	21%	22%
Ne sait pas / Refus	8%	2%	3%	2%	3%	3%	3%

6.4 Importance d'insister sur la responsabilité du conducteur et des passagers dans le message

Comme par le passé, les conducteurs s'entendent presque unanimement (96%) pour dire qu'il est important d'insister sur la responsabilité du conducteur.



Notons également que plus de neuf conducteurs sur dix considèrent important qu'on insiste sur la responsabilité des passagers (91%). Quoique ce résultat soit élevé, on remarque une légère tendance à la baisse depuis 2008.



Annexes : Questionnaires d'enquête

Questionnaire francophone

INTRO:

Bonjour (bonsoir) monsieur, madame. Je m'appelle \$I et je vous appelle de la maison de recherche LÉGER MARKETING. Nous effectuons présentement une importante étude sur la sécurité routière et votre collaboration serait grandement appréciée. Vous êtes bien âgé de 16 ans ou plus ?

OUI, CONTINUER L'ENTREVUE01 D => /LASTQ

PEOPL:

Tout d'abord, afin d'avoir des répondants de tous les âges, pouvez-vous me dire combien de personnes de 16 ans ou plus habitent chez vous, en vous INCLUANT.

NSP / Refus99 => INT51

MEN:

Parmi ces <peopl> personnes, combien sont des hommes? ou (combien sont de sexe masculin)?

\$E 0 12

NSP / Refus99 => INT51

WOMEN:

=> *

si PEOP-MEN

SEL:

Dans ce cas, pourrais-je parler à (...) s'il-vous-plaît ?

Monsieur01
Monsieur le plus âgé.....02
Monsieur le second en âge.....03
Monsieur le troisième en âge04
Monsieur le quatrième en âge05
Monsieur le cinquième en âge.....06
Monsieur le plus jeune.....07
Madame08
Madame la plus âgée.....09
Madame la seconde en âge.....10
Madame la troisième en âge11
Madame la quatrième en âge.....12
Madame la cinquième en âge.....13
Madame la plus jeune.....14

INT51:

Malheureusement, les quotas correspondant à votre profil sont atteints.
 Merci de votre collaboration.

sinon => +1

si PEOP=99 OU MEN=99

REFUS GRILLE DE SÉLECTION R1 D => /FIN

INT04:

Dans ce cas, pourrais-je parler à <SEL> s'il-vous-plaît ? ___ Bonjour
 (bonsoir) monsieur, madame. Je m'appelle \$I et je vous appelle de la
 maison de recherche LÉGER MARKETING. Nous effectuons présentement
 une importante étude sur la sécurité routière et votre collaboration serait
 grandement appréciée. Vous êtes bien âgé de 16 ans ou plus ?

*** Grand public, bilingue ***

OUI, CONTINUER L'ENTREVUE01 D

INT50 (I):

Avant de commencer l'entrevue, je tiens à vous mentionner que pour des
 fins de contrôle de la qualité, il est possible que cette entrevue soit
 enregistrée. Est-ce qu'on peut débiter ?

Oui01

Non, refus - REMERCIEZ ET TERMINEZDR => /FIN

QSEL2:

Détenez-vous un permis de conduire valide au Québec ? (Incluant
 temporaire, probatoire)

Oui 1

Non 2 => QB14

NSP/NRP 9 => QB14

QSEL3:

Depuis combien d'année conduisez-vous ?

LIRE AU BESOIN

Moins d'un an 1

1 à 2 ans 2

3 à 4 ans 3

5 à 9 ans 4

10 à 19 ans 5

20 ans ou plus 6

A un permis mais ne conduit pas ou ne conduit plus 7 => QB14

Nsp/Nrp 9

QB1:

Les questions suivantes portent sur la consommation d'alcool et les habitudes de conduite. Pour la prochaine question, par "une consommation" on entend un verre de bière, un verre de fort ou un verre de vin.

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé au moins une fois de consommer de l'alcool, ne serait-ce qu'une bière ou un verre de vin ?

Oui..... 1
 Non..... 2
 NSP/NRP 9

QB2:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé de conduire un véhicule alors que vous aviez consommé de l'alcool, ne serait-ce qu'une seule consommation ?

=> QB8
 si QB1=#2-#3; N'A PAS CONSOMME D'ALCOOL AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

Oui..... 1
 Non..... 2 => QB8
 NSP/NRP 9 => QB8

QB3:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé de conduire après avoir bu au moins 2 verres dans l'heure précédant votre départ ?

Oui..... 1
 Non..... 2
 NSP/NRP 9

QB4:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé de conduire après avoir pris plus de 5 consommations au cours de la même occasion ?

Oui..... 1
 Non..... 2
 NSP/NRP 9

QB5:

Quelqu'un a-t-il déjà essayé de vous convaincre de ne pas conduire alors que vous aviez consommé de l'alcool ?

Oui..... 1
 Non..... 2 => QB8
 NSP/NRP 9 => QB8

QB6:

Avez-vous accepté de ne pas conduire ?

Oui.....	1	=> QB8
Non.....	2	
NSP/NRP	9	=> QB8

QB7:

Pourquoi ?

NE PAS LIRE - 2 mentions possibles

Pas de risque d'accident/J'étais capable de conduire/Assez en forme/En contrôle		01
Pas d'autres moyens de transport	02	
Pas assez bu pour dépasser la limite	03	
Le taxi coûte trop cher.....	04	
Près de chez-soi.....	05	
Personne d'autres ne pouvait conduire	06	
Ne voulait pas laisser sa voiture sur place.....	07	
Négligence, insouciance.....	08	
Était seul, pas le choix.....	09	
Devait rentrer, heure de rentrer	10	
Ça ne concerne que moi	11	
Autre : précisez.....	96	O
NSP/NRP	99	X

QB8:

Je vais maintenant vous poser quelques questions générales sur la conduite avec les facultés affaiblies PAR L'ALCOOL. Si vous conduisiez avec les facultés affaiblies par l'alcool, croyez-vous que votre risque d'être arrêté par la police serait ... ?

LIRE

...Très élevé.....	1
...Élevé.....	2
...Faible	3
...Ou très faible ?	4
(NE PAS LIRE) NSP/NRP	9

QB9:

Si vous conduisiez avec les facultés affaiblies par l'alcool, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait...?

LIRE

...Très élevé.....	1
...Élevé.....	2
...Faible	3
...Ou très faible ?	4
(NE PAS LIRE) NSP/NRP	9

QB10:

Avez-vous déjà été intercepté dans un barrage policier ou connaissez-vous quelqu'un qui l'a été ?

Oui..... 1
 Non..... 2 => QB11
 NSP/NRP 9 => QB11

QB10B:

Plus précisément, au cours des 12 DERNIERS MOIS, avez-vous PERSONNELLEMENT été intercepté dans un barrage policier ?

Oui..... 1
 Non..... 2
 NSP/NRP 9

QB11:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, COMBIEN DE FOIS avez-vous été dans une situation où vous étiez avec un parent, un ami ou une connaissance qui avait trop bu pour conduire de manière sécuritaire ?

Lire au besoin
 Aucune..... 0 => QB14
 1 fois..... 1
 2 fois..... 2
 3 à 4 fois 3
 5 à 9 fois 4
 10 fois ou plus 5
 NSP/NRP 9 => QB14

QB12:

Rappelez-vous la dernière fois où vous avez été dans cette situation. Avez-vous fait quelque chose pour tenter de l'empêcher de conduire ?

Oui..... 1
 Non..... 2 => QB14
 NSP/NRP 9 => QB14

QB13:

A-t-il conduit quand même ?

Oui..... 1
 Non..... 2
 NSP/NRP 9

QB14:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, avez-vous déjà pris place dans un véhicule où le conducteur avait consommé trop d'alcool pour conduire de manière sécuritaire ?

Oui..... 1
 Non..... 2
 NSP/NRP 9

QB15:

Je vais maintenant vous poser quelques questions sur les conducteurs désignés. Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé de vous faire raccompagner par une personne qui avait accepté d'être le conducteur désigné ?

- Oui..... 1
- Non..... 2 => QB19
- NSP/NRP 9 => QB19

QB16:

Rappelez-vous la dernière fois où cette situation s'est produite. Cette personne était-elle un homme ou une femme ?

- Homme 1
- Femme 2
- NSP/NRP 9

QB17:

Toujours lors de cette occasion, combien de verres le conducteur désigné avait-il pris dans les 2 heures précédant votre départ ?

- Aucun ou moins d'un 0
- 1 1
- 2 2
- 3 3
- 4 4
- 5 5
- 6 ou plus 6
- NSP/NRP 9

QB18:

Toujours lors de cette occasion, est-ce que la décision d'avoir un conducteur désigné avait été prise AVANT ou APRÈS que vous ayez commencé à boire ?

- Avant de commencer à boire 1
- Après avoir commencé à boire 2
- Après que j'aie commencé mais avant qu'il/elle ait commencé ... 3
- NSP/NRP 9

QB19:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, avez-vous été le conducteur désigné pour quelqu'un d'autre ?

=> QB25
 si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE CONDUIT PAS/PLUS

- Oui..... 1
- Non..... 2 => QB22
- NSP/NRP 9 => QB22

QB20:

Rappelez-vous la dernière fois où cette situation s'est produite. Combien de verres aviez-vous pris dans les 2 heures précédant votre départ ?

- Aucun ou moins d'un 0
 - 1 1
 - 2 2
 - 3 3
 - 4 4
 - 5 5
 - 6 ou plus 6
 - NSP/NRP 9
-
-

QB21:

Toujours lors de cette occasion, est-ce que la décision d'être le conducteur désigné avait été prise AVANT ou APRÈS que vous et cette autre personne ayez commencé à boire ? (la ou les personnes pour qui il/elle était le conducteur désigné)

- Avant de commencer à boire 1
 - Après avoir commencé à boire 2
 - Avant que j'aie commencé mais après que l'autre (les autres) ait commencé 3
 -
 - NSP/NRP 9
-
-

QB22:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé au moins une fois de consommer des drogues comme par exemple du cannabis, de la cocaïne, des amphétamines, etc. ?

- Oui 1
 - Non 2 => QB25
 - NSP/NRP 9 => QB25
-
-

QB23:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé de conduire un véhicule alors que vous aviez consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne, des amphétamines, etc. ?

- Oui 1
 - Non 2
 - NSP/NRP 9
-
-

QB25:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, avez-vous déjà pris place dans un véhicule où le conducteur avait consommé des drogues comme du cannabis, de la cocaïne, des amphétamines, etc. ?

- Oui 1
 - Non 2
 - NSP/NRP 9
-
-

QB24:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, vous est-il arrivé de conduire après avoir consommé du CANNABIS dans les DEUX HEURES précédant votre départ ?

* NOTE A L'INTERVIEWER: on parle ici UNIQUEMENT du cannabis.

=> +1
si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7 OU QB22=#2-#3 OU QB23=#2-#3)

Oui 1
Non 2
NSP/NRP 9

QC1:

Les questions qui suivent portent sur des publicités parues dernièrement.

Au cours du DERNIER MOIS, vous souvenez-vous d'avoir VU, LU ou ENTENDU de la publicité sur l'alcool au volant ?

Oui 1
Non 2 => QC3
NSP/NRP 9 => QC3

QC2:

Qu'est-ce que vous vous souvenez d'avoir VU, LU ou ENTENDU ?

SONDEZ: Vous souvenez-vous d'autres choses ? (Faire préciser le média)

NE PAS LIRE - Sondez pour 3 mentions

Barrages routiers.....	01	N	
Panneaux routiers "doigt et poing"	02	N	
Tréteaux barrages routiers "Alcool au volant".....	03	N	
Feuillet d'information sur les facultés affaiblies remis lors des barrages	04		N
.....			
Aux nouvelles (télé, radio, journaux)	05	N	
Publicité TÉLÉ/ voiture couple qui devient voiture de police lors de l'arrestation	06		
Publicité TÉLÉ de jeunes qui sortent d'un bar, policier sonne chez un père	07	N	
Publicité TÉLÉ (autre ou sans précision)	08	N	
Publicité RADIO ANGLAISE où un homme appelle sa femme du poste de police après une arrestation pour alcool au volant.	09		
Activités de sensibilisation dans les écoles de secondaire V (i.e. la trousse "Le pouvoir de tout changer")	10	N	
Clip " La grosse tête " du chanteur Félix Gore	11	N	
Slogan "On est tous responsables de notre conduite"	12	N	
Slogan "Et vous? Vous conduisez après avoir pris quelques verres ?"	13		
.....			
Slogan "Prévoyez le coup ! Lorsqu'on boit, on ne conduit pas" ..	14	N	
Slogan "Insistez. Empêchez vos amis de boire et conduire".....	15	N	
Slogan "L'alcool au volant, ça s'arrête ici"	16	N	
Slogan "L'alcool au volant, c'est criminel"	17	N	
Autres slogans divers.....	18	N	
Publicité TÉLÉ/ homme dans l'auto de police puis le taxi (prévoyez le coup).....	19	N	
Slogan « Un accident ça frappe beaucoup de monde »	27	N	
Affiches ou panneaux publicitaires (autre ou sans précision)	28	N	
La modération a bien meilleur goût (et variantes)	29	N	
Des accidents, des morts, des blessés	30	N	
Interventions sur l'alcool dans les écoles.....	31	N	
L'alcool en général	32	N	
La vitesse en général.....	33	N	
Messages sur Internet	34	N	
Opération Nez rouge, services de raccompagnement.....	35	N	
Publicité des verres qui s'accumulent devant le conducteur	37	N	
Publicité dans les journaux.....	40	N	
Publicité de MADD.....	41	N	
***Journaux (Sans précisions).....	42	N	
***Publicité télé: Le jeune qui demande 10\$ à son père pour prendre un taxi.....	43	N	
***Les jeunes au volant/ Accidents impliquant des jeunes/ Les jeunes et l'alcool (Sans précisions).....	44	N	
Autres : spécifiez.....	96	O	
Ne sait pas.....	98	X	
Refus.....	99	X	

QC3:

Au cours du DERNIER MOIS, avez-vous VU, LU ou ENTENDU parler d'actions particulières faites dans votre région afin de faire respecter la loi concernant la conduite avec facultés affaiblies par l'alcool ? PRÉCISEZ AU BESOIN : Efforts particuliers ou mesures particulières

Oui.....	1	
Non.....	2	=> QC5
NSP/NRP	9	=> QC5

QC4:

Comment avez-vous été informé des actions particulières faites dans votre région ?

SONDEZ : De quelles autres façons avez-vous été informé ?

3 mentions possibles - Sondez pour 3 mentions

A vu un barrage routier	01	
A entendu parler de barrages routiers	02	
S'est fait intercepter dans un barrage routier ou connaît quelqu'un qui l'a été.....	03	
Dans les journaux	04	
À la radio.....	05	
À la télévision	06	
Sur les panneaux routiers des municipalités avec dates	07	
Bouche à oreille (sans référence aux barrages routiers).....	08	
Affiche (bars, restos, dépanneurs, marchés d'alimentation, SAQ)09	N	
Présence policière accrue sur les routes.....	10	N
Par un service de raccompagnement (Nez rouge, etc....)	11	N
Tournée dans les écoles sur la sécurité routière	12	N
Internet/ E-mail	13	N
***Pamphlets	14	N
Autre : précisez.....	96	O
Ne sait pas.....	98	X
Refus.....	99	X

QC5:

Est-ce que le fait de savoir qu'il se tient des barrages routiers intensifs vous incite à ne pas prendre le volant après avoir bu ?

=> +1

si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE CONDUIT PAS/PLUS

Oui.....	1
Non.....	2
Ne conduit jamais après avoir bu	3
Ne boit jamais / Ne conduit pas	4
NSP/NRP	9

QC6:

Au cours du DERNIER MOIS, diriez-vous que dans votre région, les risques d'être arrêté pour conduite avec facultés affaiblies par l'alcool... ?

LIRE

- ... ont beaucoup augmenté..... 1
- ... ont légèrement augmenté 2
- ... sont demeurés les mêmes 3
- ... ont légèrement diminué..... 4
- ... ou ont beaucoup diminué 5
- (NE PAS LIRE) NSP/NRP 9

QC7A:

VERSION FRANÇAISE (TÉLÉ)

Au cours du DERNIER MOIS, vous souvenez-vous d'avoir VU une annonce à la TÉLÉVISION où l'on voit un couple dans la quarantaine qui part d'une soirée chez des amis où ils ont consommé de l'alcool et dont l'homme se fait arrêter ensuite par des policiers sur la route? Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message à la télévision ?

=> +1
si LANG=EN

- Oui..... 1
- Non 2 => QC24
- NSP/NRP 9 => QC24

QC7B:

VERSION ANGLAISE (RADIO)

Au cours du DERNIER MOIS, avez-vous ENTENDU un message à la RADIO où un homme appelle sa femme du poste de police après son arrestation pour conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool? Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio ?

=> +1
si LANG=FR

- Oui..... 1
- Non 2 => QC24
- NSP/NRP 9 => QC24

QC8:

Que voulait dire ce message selon vous ?

NE PAS LIRE - 2 MENTIONS POSSIBLES

L'alcool au volant concerne tout le monde	01		
Une arrestation pour alcool au volant peut arriver à n'importe qui, pas seulement aux récidivistes	02		
On peut être arrêté pour alcool au volant même si l'on n'a pas consommé beaucoup.....	03		
Rappelle la responsabilité du conducteur	04		
Les policiers sont présents sur la route	05		
Prévoir à l'avance (...un moyen de transport sécuritaire)	06		
Ne pas conduire quand on a bu.....	07		
Combattre l'alcool au volant.....	08		
Prendre un taxi	09	N	
Utiliser le service de raccompagnement	10	N	
Il y a des conséquences à conduire après avoir pris de l'alcool ..	11	N	
Responsabiliser le conducteur	12	N	
Avoir un conducteur désigné, appeler quelqu'un	13	N	
Réduire la vitesse	14	N	
Être prudent au volant.....	15	N	
Ne pas embarquer avec quelqu'un qui a bu	16	N	
Ça peut arriver à n'importe qui.....	17	N	
L'insouciance des jeunes par rapport à l'alcool, à la vitesse, en général	18		N
La responsabilité des parents	19	N	
Empêcher les proches de conduire lorsqu'ils ont bu	20	N	
Ce n'est pas parce que l'on pense être apte à conduire qu'on l'est	21	N	
***Écouter les conseils de prudence des proches.....	22	N	
Autre : précisez.....	96	O	
Ne sait pas.....	98	X	
Refus.....	99	X	

QC9:

Maintenant, je vais vous lire des énoncés et j'aimerais que vous m'indiquiez votre degré d'accord avec chacun d'eux.

Le message de cette publicité était clair. Êtes-vous... ?

LIRE

... tout à fait d'accord	1
... plutôt d'accord	2
... plutôt en désaccord	3
... tout à fait en désaccord	4
(NE PAS LIRE) NSP/NRP	9

QC10:

Cette publicité attire mon attention. Êtes-vous... ?

- LIRE
- ... tout à fait d'accord 1
 - ... plutôt d'accord 2
 - ... plutôt en désaccord 3
 - ... tout à fait en désaccord 4
 - (NE PAS LIRE) NSP/NRP 9
-
-

QC11:

Cette publicité traite de choses qui me concernent. Êtes-vous... ?

- LIRE
- ... tout à fait d'accord 1
 - ... plutôt d'accord 2
 - ... plutôt en désaccord 3
 - ... tout à fait en désaccord 4
 - (NE PAS LIRE) NSP/NRP 9
-
-

QC12:

Cette publicité est convaincante. Êtes-vous... ?

- LIRE
- ... tout à fait d'accord 1
 - ... plutôt d'accord 2
 - ... plutôt en désaccord 3
 - ... tout à fait en désaccord 4
 - (NE PAS LIRE) NSP/NRP 9
-
-

QC13:

Cette publicité est efficace pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport à l'alcool au volant. Êtes-vous... ?

- LIRE
- ... tout à fait d'accord 1
 - ... plutôt d'accord 2
 - ... plutôt en désaccord 3
 - ... tout à fait en désaccord 4
 - (NE PAS LIRE) NSP/NRP 9
-
-

QC14:

Cette publicité m'amènerait à modifier mon comportement par rapport à l'alcool au volant. Êtes-vous... ?

NOTE : cet énoncé s'applique "à tous", qu'ils boivent ou non de l'alcool; si le répondant dit "je ne bois pas", relancez en disant "Dans l'hypothèse où vous en consommeriez, diriez-vous que cette pub vous amènerait à modifier...").

LIRE

... tout à fait d'accord	1
... plutôt d'accord	2
... plutôt en désaccord.....	3
... tout à fait en désaccord.....	4
(NE PAS LIRE) NSP/NRP	9

QC17:

Pouvez-vous me dire quel était le SLOGAN de la campagne publicitaire sur l'ALCOOL AU VOLANT cette année ?

NE PAS LIRE

"Et vous? Vous conduisez après avoir pris quelques verres?".....	01
"On est tous responsables de notre conduite"	02
"Prévoyez le coup! Lorsqu'on boit, on ne conduit pas".	03
"Insistez. Empêchez vos amis de boire et conduire".	04
"Combattons l'alcool au volant"	05
"L'alcool au volant ... ça s'arrête ici"	06
"L'alcool au volant ... c'est criminel"	07
"L'alcool tue/l'alcool au volant tue"	08 N
"La modération a bien meilleur goût"	09 N
"La vitesse tue"	10 N
"Tolérance zéro"	11 N
"Un dernier dring avant de partir"	12 N
"L'alcool au volant ca brise des vies"	13 N
"Ouvre tes yeux"	14 N
"Le pouvoir de tout changer"	15 N
"L'alcool au volant " (sans précision ou autres)	16 N
"Ça peut vous arriver", "Cela n'arrive pas qu'aux autres"	17 N
Autre : précisez.....	96 O
Ne sait pas.....	98
Refus.....	99

QC18:

Vous souvenez-vous avoir LU ou ENTENDU le slogan "On est tous responsables de notre conduite" ?

Oui.....	1
Non	2
NSP/NRP	9

QC19:

Vous êtes-vous senti concerné par le message de cette campagne publicitaire en tant que conducteur ?

NOTE : répondent à cette question ceux qui ont vu/lu/entendu la publicité Télé (si français) - Radio (si anglais)

=> QC24

si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE CONDUIT PAS/PLUS

Oui.....	1	=> QC24
Non.....	2	
NSP/NRP	9	=> QC24

QC20:

Pourquoi ?

NE PAS LIRE - 1 MENTION

Ne boit jamais, ne conduit pas	01	
Ne conduit jamais après avoir bu	02	
Pas susceptible de lui arriver	03	
Ne s'identifie pas au conducteur / Ne se reconnaît pas là-dedans	04	
Déjà sensibilisé / responsabilisé	05	
Autre : précisez.....	96	O
Ne sait pas.....	98	
Refus.....	99	

QC24:

Avez-vous déjà "PRÉVU LE COUP" pour ne pas conduire votre véhicule alors que vous saviez que vous alliez consommer à l'extérieur de votre domicile ? NOTE: si la personne répond "je n'ai jamais bu", la réponse est NON.

=> QC29

si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE CONDUIT PAS/PLUS

Oui.....	1	
Non.....	2	=> QC27
NSP/NRP	9	=> QC27

QC25:

De quelle façon aviez-vous "PRÉVU LE COUP" ?

NE PAS LIRE - 1 MENTION

J'ai laissé ma voiture à la maison	01
Un ami, parent m'a reconduit / J'ai fait appel à un conducteur désigné	02
.....	
J'ai pris un taxi, transport en commun	03
J'ai utilisé un service de raccompagnement.....	04
Je suis resté à coucher chez la personne où j'étais, ***j'ai été au motel	05
.....	
Je limite ma consommation d'alcool, ***je ne bois pas.....	06
Je suis retourné à pied	07
Autre : précisez.....	96 O
Ne sait pas.....	98
Refus.....	99

QC27:

Est-ce que vous trouvez IMPORTANT que l'on insiste davantage sur la responsabilité du conducteur ?

Oui.....	1
Non.....	2
NSP/NRP	9

QC28:

Est-ce que vous trouvez IMPORTANT que l'on insiste sur la responsabilité des passagers?

Oui.....	1
Non.....	2
NSP/NRP	9

QC29:

Au cours des 12 DERNIERS MOIS, combien de fois, ENVIRON, êtes-vous allé dans des bars ou des restaurants où l'on vend de l'alcool et où vous avez consommé de l'alcool ? Est-ce, approximativement...?

LIRE

... Moins de 10 fois.....	1
... De 10 à 25 fois	2
... ou Plus de 25 fois ?	3
(NE PAS LIRE) Aucune.....	4
(NE PAS LIRE) Ne boit pas, ne boit jamais	5
(NE PAS LIRE) NSP/NRP	9

AGE:

Nous terminons avec quelques questions pour classification, mais avant, je tiens à vous remercier du temps que vous m'avez consacré jusqu'à maintenant, votre collaboration est grandement appréciée. Dans laquelle des catégories d'âge suivantes vous situez-vous ? Est-ce... ?

LIRE

... 16-19 ans	1
... 20-24 ans	2
... 25-34 ans	3
... 35-44 ans	4
... 45-54 ans	5
... 55-64 ans	6
... ou 65 ans et plus	7
(NE PAS LIRE) Refus	9

SCOL:

À quel niveau se situe la dernière année de scolarité que vous avez complétée ? Est-ce... ?

LIRE

... Primaire (6 ans ou moins).....	1
... Secondaire (7 à 12 ans).....	2
... Collégial (13 à 15 ans).....	3
... Ou universitaire (16 ans et plus)	4
(NE PAS LIRE) Refus	9

ETAT:

Actuellement, êtes-vous... ?

LIRE

... Célibataire	1
... En couple (marié ou conjoint de fait).....	2
... Séparé/divorcé/veuf	3
(NE PAS LIRE) Autre.....	4
(NE PAS LIRE) Refus	9

LANGU:

Quelle est la langue que vous parlez le plus souvent à la maison ?

*(Si deux également, mettre la langue d'entrevue)

Anglais	1
Français.....	2
Autre.....	3

SAL:

Dans quelle catégorie se situe le revenu total avant impôts de tous les membres de votre foyer pour la dernière année ? Est-ce... ? ** Mettre la borne dans la catégorie inférieure

- LIRE
- ... Moins de 20 000 \$..... 1
 - ... Entre 20 000 \$ et 40 000 \$..... 2
 - ... Entre 40 000 \$ et 60 000 \$..... 3
 - ... Entre 60 000 \$ et 80 000 \$..... 4
 - ... Entre 80 000 \$ et 100 000 \$..... 5
 - ... ou Plus de 100 000 \$?..... 6
 - (NE PAS LIRE) Refus 9

SEXE:

Notez le sexe du répondant

- Homme 1
- Femme 2

INT99:

LÉGER MARKETING VOUS REMERCIE DE VOTRE PARTICIPATION *En terminant l'entrevue ("CO"), l'intervieweur atteste ce qui suit : " Je déclare que cette entrevue a été effectuée avec la personne mentionnée, en conformité avec l'échantillon généré et que toutes les questions exigeant une réponse ont été posées au répondant."

Complété.....CO D => /FIN

Questionnaire anglophone

INTRO:

Good morning (afternoon, evening), my name is \$I from LEGER MARKETING. We are currently conducting an important study on road safety and we would appreciate your cooperation. First of all, can you please tell me if you are at least 16 years old?

YES, CONTINUE INTERVIEW.....01 D => /LASTQ

PEOPL:

First, to obtain respondents of all ages, how many people 16 years of age or older, currently live in your household (including yourself)?

DNK / Refuse.....99 => INT51

MEN:

Among these <peopl> persons, how many are men ? (or how many are of the male gender?)

DNK / Refuse.....99 => INT51

WOMEN:

=> *

si PEOPL-MEN

SEL:

May I please speak with (...) ?

Man.....01
The oldest man02
The second oldest man.....03
The third oldest man04
The fourth oldest man05
The fifth oldest man06
The youngest man07
Lady.....08
The oldest lady09
The second oldest lady10
The third oldest lady.....11
The fourth oldest lady12
The fifth oldest lady13
The youngest lady.....14

INT51:

Unfortunately, the quotas for your profile have been reached. Thank you for your collaboration.

sinon => +1
si PEOP=99 OU MEN=99

Not eligible R1 D => /FIN

INT04:

May I please speak with <SEL> ? ____ Good morning (afternoon, evening), my name is \$I from LEGER MARKETING. We are currently conducting an important study on road safety and we would appreciate your cooperation. First of all, can you please tell me if you are at least 16 years old?

*** General public, bilingual ***

YES, CONTINUE INTERVIEW.....01 D

INT50 (I):

Before starting the interview, I would like to inform you that for quality control reasons, this interview might be taped. May we begin the interview?

Yes.....01

No, refusal - THANK AND TERMINATEDR => /FIN

QSEL2:

Do you have a valid Québec driver's license? (Including temporary, probative)

Yes..... 1

No..... 2 => QB14

DK/NA 9 => QB14

QSEL3:

For how many years have you been driving?

READ IF NECESSARY

Less than a year..... 1

1 to 2 years 2

3 to 4 years 3

5 to 9 years 4

10 to 19 years..... 5

20 years or more..... 6

Has driver's license but does not drive or no longer drives 7 => QB14

DK/Na 9

QB1:

The following questions are about alcohol consumption and driving habits. For my next questions, by "drink" we mean a glass of beer, a glass of strong alcohol, or a glass of wine. In the LAST 12 MONTHS, have you consumed alcohol at least once, even if it was just a beer or a glass of wine?

Yes..... 1
 No..... 2
 DK/NA..... 9

QB2:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever drive after having consumed alcohol, even if it was just one drink?

=> QB8
 si QB1=#2-#3; N'A PAS CONSOMME D'ALCOOL AU COURS DES 12
 DERNIERS MOIS

Yes..... 1
 No..... 2 => QB8
 DK/NA..... 9 => QB8

QB3:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever drive after having at least 2 drinks in the hour before you left?

Yes..... 1
 No..... 2
 DK/NA..... 9

QB4:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever drive after having at least 5 drinks on the same occasion?

Yes..... 1
 No..... 2
 DK/NA..... 9

QB5:

Has anyone ever tried to convince you not to drive after you had been drinking alcohol?

Yes..... 1
 No..... 2 => QB8
 DK/NA..... 9 => QB8

QB6:

Did you agree not to drive?

Yes..... 1 => QB8
 No..... 2
 DK/NA..... 9 => QB8

QB7:

Why not?

DO NOT READ - 2 answers possible

No risk of accident/I was able to drive /Still in good shape/In control 01

.....	
No other means of transportation.....	02
Did not drink enough to go over the limit.....	03
Taxis are too expensive	04
Close to home.....	05
Nobody else could drive.....	06
Did not want to leave my car there	07
Negligence, recklessness	08
Was alone, had no choice	09
Had to go home, time to go home.....	10
It's my business	11
Other (specify).....	96 O
DK/NA.....	99 X

QB8:

I am now going to ask you a few general questions about driving while impaired by alcohol. If you were to drive while impaired by alcohol, do you think the risk of being stopped by the police would be...?

READ

...Very high.....	1
...High	2
...Low	3
...Very low	4
(DO NOT READ) DK/NA	9

QB9:

If you were to drive while impaired by alcohol, do you think the risk of having an accident would be...?

READ

...Very high.....	1
...High	2
...Low	3
...Very low	4
(DO NOT READ) DK/NA	9

QB10:

Have you ever been stopped at a roadblock or do you know someone who has been stopped?

Yes.....	1	
No.....	2	=> QB11
DK/NA.....	9	=> QB11

QB10B:

More specifically, in the LAST 12 MONTHS, were you PERSONALLY stopped at a police roadblock?

- Yes..... 1
- No..... 2
- DNK/NR..... 9

QB11:

In the LAST 12 MONTHS, HOW MANY TIMES have you been in a situation where you were with a family member, a friend, or an acquaintance who had too much drink to drive safely?

Read if necessary

- None 0 => QB14
- Once 1
- Twice 2
- 3 to 4 times 3
- 5 to 9 times 4
- 10 times or more 5
- DK/NA 9 => QB14

QB12:

Try to remember the last time you were in that type of situation. Did you try and stop the person from driving?

- Yes..... 1
- No..... 2 => QB14
- DK/NA 9 => QB14

QB13:

Did the person drive anyway?

- Yes..... 1
- No..... 2
- DK/NA 9

QB14:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever get into a car with a driver who had consumed too much alcohol to drive safely?

- Yes..... 1
- No..... 2
- DK/NA 9

QB15:

I am now going to ask you a few questions on designated drivers. In the LAST 12 MONTHS, were you ever driven home by a person who had accepted to be the designated driver?

- Yes..... 1
- No..... 2 => QB19
- DK/NA 9 => QB19

QB16:

Try to remember the last time this type of situation occurred. Was this person a man or a woman?

- Man..... 1
- Woman..... 2
- DK/NA..... 9

QB17:

Still on this occasion, how many drinks did the designated driver have in the 2 hours before you left?

- None or less than one 0
- 1..... 1
- 2..... 2
- 3..... 3
- 4..... 4
- 5..... 5
- 6 or more 6
- DK/NA..... 9

QB18:

Still on this occasion, was the decision to have a designated driver taken BEFORE or AFTER you had started drinking?

- Before I had started drinking 1
- After I had started drinking..... 2
- After I had started but before he/she had started 3
- DK/NA..... 9

QB19:

In the LAST 12 MONTHS, were you ever someone else's designated driver?

=> QB25 si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE CONDUIT PAS/PLUS
--

- Yes..... 1
- No..... 2 => QB22
- DK/NA..... 9 => QB22

QB20:

Try to remember the last time this situation occurred. How many drinks did you have in the 2 hours before you left?

- None or less than one 0
- 1..... 1
- 2..... 2
- 3..... 3
- 4..... 4
- 5..... 5
- 6 or more 6
- DK/NA..... 9

QB21:

Still on this occasion, was the decision to be the designated driver taken BEFORE or AFTER you and this other person had started to drink? (the person or persons for whom he/she was the designated driver)

- Before starting to drink..... 1
- After starting to drink 2
- Before I had started but after the other person (or persons) had started 3
-
- DK/NA..... 9

QB22:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever take drugs such as marijuana, cocaine, amphetamines at least once?

- Yes..... 1
- No..... 2 => QB25
- DK/NA..... 9 => QB25

QB23:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever drive a vehicle after having taken drugs such as marijuana, cocaine, amphetamines, etc.?

- Yes..... 1
- No..... 2
- DK/NA..... 9

QB25:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever get in a vehicle with a driver who had taken drugs such as marijuana, cocaine, amphetamines?

- Yes..... 1
- No..... 2
- DK/NA..... 9

QB24:

In the LAST 12 MONTHS, did you ever drive after having taken marijuana in the TWO HOURS before you left? * NOTE TO INTERVIEWER: we are ONLY talking about MARIJUANA

=> +1 si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7 OU QB22=#2-#3 OU QB23=#2-#3)

- Yes..... 1
- No..... 2
- DK/NA..... 9

QC1:

My next questions are about recent publicity. In the LAST MONTH, do you remember SEEING, READING OR HEARING any publicity dealing with drinking and driving?

- Yes..... 1
 - No..... 2 => QC3
 - DK/NA..... 9 => QC3
-

QC2:

Can you tell me what you remember having SEEN, READ or HEARD?

PROBE: Is there anything else? (Have respondent specify which media)

DO NOT READ - Probe for 3 answers

Road blocks	01	N
Billboards "finger and fist"	02	N
Roadblock trestle "Drinking and driving"	03	N
Information booklets on being under the influence given during road blocks.....	04	N
On the news (t.v. radio, newspaper)	05	N
TV commercial / a couple's car becomes a police car at the time of arrest	06	
TV commercial of young people coming out of a bar, a police officer rings the father's door bell.....	07	N
TV commercial (other or without specifying)	08	N
ENGLISH radio ad in which a man calls his spouse from the police station after having been arrested for driving while impaired by alcohol	09	
Activities that raise awareness in high school (i.e. the kit "The power to change everything")	10	N
Clip " La grosse tête " du chanteur Félix Gore	11	N
Slogan "We are all responsible for our conduct on the road"	12	N
Slogan "How about you? Do you drive after having a few drinks?"	13	
.....		
Slogan "Think ahead! If you drink, don't drive"	14	N
Slogan "Do not let your friends drink and drive. Insist!"	15	N
Slogan "Drinking and driving stops here"	16	N
Slogan "Drinking and driving ... is criminal"	17	N
Other slogans	18	N
Publicité TÉLÉ/ homme dans l'auto de police puis le taxi (prévoyez le coup).....	19	N
Slogan « Un accident ça frappe beaucoup de monde »	27	N
Affiches ou panneaux publicitaires (autre ou sans précision)	28	N
La modération a bien meilleur goût (et variantes)	29	N
Des accidents, des morts, des blessés	30	N
Interventions sur l'alcool dans les écoles.....	31	N
L'alcool en général	32	N
La vitesse en général.....	33	N
Messages sur Internet	34	N
Opération Nez rouge, services de raccompagnement.....	35	N
Publicité des verres qui s'accumulent devant le conducteur	37	N
***Publicité dans les journaux.....	40	N
***Publicité de MADD	41	N
.....	42	N
.....	43	N
.....	44	N
Other : specify	96	O
Don't know	98	X
Refusal	99	X

QC3:

In the LAST MONTH, do you remember SEEING, READING or HEARING about specific steps taken in your area to enforce the law on alcohol-impaired driving? SPECIFY IF NECESSARY : Particular measures or efforts

- Yes..... 1
- No..... 2 => QC5
- DK/NA..... 9 => QC5

QC4:

How were you informed of the specific steps taken in your area? PROBE: How else were you informed ?

3 answers possible - Probe for 3 answers

- Saw a roadblock.....01
- Heard about roadblocks.....02
- Was intercepted at a roadblock or knows someone who was03
- In the newspapers04
- On the radio05
- On television.....06
- Municipal road signs with dates.....07
- Word of mouth (without reference to the roadblocks)08
- Posters (bars, restaurants, convenience stores, grocery stores, SAQ) 09 N
-
- Increased police presence on the roads10 N
- With a designated driver service (Nez rouge, etc. ...)11 N
- ***TournÚe dans les Úcoles sur la sÚcuritÚ routiPre12 N
- ***Internet/ E-mail13 N
-14 N
- Other (specify).....96 O
- Don't know98 X
- Refusal99 X

QC5:

Does knowing that more roadblocks are being set up encourage you not to drink and drive?

=> +1
 si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE CONDUIT PAS/PLUS

- Yes..... 1
- No..... 2
- Never drives after drinking..... 3
- Never drinks / Does not drive..... 4
- DNK/NR..... 9

QC6:

During the LAST MONTH, would you say that in your area, the risks of being stopped while impaired by alcohol ...?

READ

- ... has increased a lot 1
- ... has increased slightly 2
- ... has remained the same 3
- ... has dropped slightly 4
- ... has dropped a lot 5
- (DO NOT READ) DK/NA 9

QC7A:

VERSION FRANÇAISE (TÉLÉ)

QC7A. Au cours du DERNIER MOIS, vous souvenez-vous d'avoir VU une annonce à la TÉLÉVISION où l'on voit 5 jeunes qui sortent d'un bar et qui embarquent dans la même voiture ? Ils font un gros accident et, à la fin, 2 policiers sonnent à la porte du père d'une jeune fille décédée dans l'accident. Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message à la télévision ?

=> +1
si LANG=EN

- Yes..... 1
- No..... 2 => QC24
- DK/NA..... 9 => QC24

QC7B:

ENGLISH VERSION (RADIO)

In the LAST MONTH, did you HEAR an ad on the RADIO in which a man calls his spouse from the police station after having been arrested for driving while impaired by alcohol? Do you remember hearing this ad on the radio?

=> +1
si LANG=FR

- Yes..... 1
- No..... 2 => QC24
- DK/NA..... 9 => QC24

QC8:

What does this commercial mean in your opinion?

DO NOT READ - 2 ANSWERS POSSIBLE

Drinking and driving concerns everyone.....	01		
Being arrested for drinking and driving can happen to anyone, not just repeat offenders	02		
You can be stopped for drinking and driving even if you didn't have much to drink	03		
Reminder of driver accountability	04		
There is a police presence on the road	05		
Plan ahead (a safe means of transportation).....	06		
Don't drink and drive.....	07		
Combat drinking and driving	08		
Take a taxi.....	09	N	
Use a designated driver program.....	10	N	
There are consequences when you drive after drinking alcohol ..	11	N	
Driver accountability	12	N	
Avoir un conducteur désigné, appeler quelqu'un	13	N	
Réduire la vitesse	14	N	
Être prudent au volant.....	15	N	
Ne pas embarquer avec quelqu'un qui a bu	16	N	
Ça peut arriver à n'importe qui.....	17	N	
L'insouciance des jeunes par rapport à l'alcool, à la vitesse, en général	18		N
.....			
La responsabilité des parents	19	N	
***Empêcher les proches de conduire lorsqu'ils ont bu	20	N	
***Ce n'est pas parce que l'on pense être apte à conduire qu'on l'est	21		N
.....			
.....	22	N	
Other (specify).....	96	O	
Don't know	98	X	
Refusal	99	X	

QC9:

Now, I'm going to read a few statements and I would like you to indicate your level of agreement for each one.

This commercial's message was clear. Do you... ?

READ

... Strongly agree	1
... Agree	2
... Disagree	3
... Strongly disagree	4
(DO NOT READ) DK/NA	9

QC10:

This commercial captures my attention. Do you...?

READ

- ... Strongly agree 1
 - ... Agree 2
 - ... Disagree 3
 - ... Strongly disagree 4
 - (DO NOT READ) DK/NA 9
-
-

QC11:

This commercial deals with issues that concern me. Do you...?

READ

- ... Strongly agree 1
 - ... Agree 2
 - ... Disagree 3
 - ... Strongly disagree 4
 - (DO NOT READ) DK/NA 9
-
-

QC12:

This commercial is convincing. Do you...?

READ

- ... Strongly agree 1
 - ... Agree 2
 - ... Disagree 3
 - ... Strongly disagree 4
 - (DO NOT READ) DK/NA 9
-
-

QC13:

This commercial is effective in bringing about changes in people's behaviour when it comes to drinking and driving. Do you...?

READ

- ... Strongly agree 1
 - ... Agree 2
 - ... Disagree 3
 - ... Strongly disagree 4
 - (DO NOT READ) DK/NA 9
-
-

QC14:

This commercial motivates me to change my behaviour about drinking and driving. Do you...?

NOTE: this statement is for "everybody" whether they drink alcohol or not. If the respondent says "I don't drink," prompt by saying : "If you did drink, would you say this ad motivates you to change your behaviour...".

READ

... Strongly agree	1
... Agree	2
... Disagree	3
... Strongly disagree	4
(DO NOT READ) DK/NA	9

QC17:

Can you tell me what the SLOGAN for this year's advertising campaign on DRINKING AND DRIVING is?

DO NOT READ

How about you? Do you drive after having a few drinks?	01
We are all responsible of our conduct on the road	02
Think ahead! If you drink, don't drive	03
Do not let your friends drink and drive. Insist!	04
Combat impaired driving	05
Drinking and driving...stops here	06
Drinking and driving...is criminal	07
Alcohol kills/Drinking and driving kills	08 N
Moderation is always in good taste	09 N
Speed kills	10 N
Zero tolerance	11 N
Un dernier dring avant de partir	12 N
Drinking and driving wrecks lives	13 N
Open your eyes	14 N
The power to change everything	15 N
"L'alcool au volant " (sans prÚcision ou autres)	16 N
"Ça peut vous arriver", "Cela n'arrive pas qu'aux autres"	17 N
Other specify	96 O
Don't know	98
Refusal	99

QC18:

Do you remember SEEING or HEARING the slogan "We are all responsible for our conduct on the road" ?

Yes	1
No	2
DK/NA	9

QC19:

As a driver, do you feel this commercial message concerns you ?

NOTE: those who answer this question have seen/read/or heard advertisement TV (if French) - Radio / (if English)

=> QC24
si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE
CONDUIT PAS/PLUS

Yes.....	1	=> QC24
No.....	2	
DK/NA.....	9	=> QC24

QC20:

Why not?

DO NOT READ - 1 ANSWER

Never drinks, does not drive01	
Never drinks and drives02	
Not likely to happen to him/her.....	.03	
Does not identify with the driver / Does not see himself/herself in that situation04	
Is already aware / is responsible driver.....	.05	
Other (specify).....	.96	0
Don't know98	
Refusal99	

QC24:

Did you ever "THINK AHEAD" and not taken your vehicle when you knew you would be drinking outside of the household?

NOTE: if the person answers "I never drink", the answer is NO.

=> QC29
si (QSEL2=#2,#3 OU QSEL3=#7) ; NON-DETENTEURS DE PERMIS OU NE
CONDUIT PAS/PLUS

Yes.....	1	
No.....	2	=> QC27
DK/NA.....	9	=> QC27

QC25:

How did you "THINK AHEAD"?

DO NOT READ - ACCEPT 1 ANSWER

- I left my car at home.....01
- A friend or family member who drove me home / I had a designated driver02
- I took a taxi, public transit03
- I called a designated driver program04
- I stayed overnight at the person's house *** I went to a motel 05
- I limit my alcohol consumption *** I don't drink06
- I walked home07
- Other (specify).....96 O
- Don't know98
- Refusal99

QC27:

Do you find it IMPORTANT to insist more on the responsibility of the driver?

- Yes..... 1
- No..... 2
- DK/NA 9

QC28:

Do you find it IMPORTANT to insist more on the responsibility of the passengers?

- Yes..... 1
- No..... 2
- DK/NA 9

QC29:

In the LAST 12 MONTHS, APPROXIMATELY how many times have you consumed alcohol in bars or restaurants where alcohol is sold? Is it ...?

READ

- ... Less than 10 times 1
- ... Between 10 and 25 times 2
- ... or more than 25 times ? 3
- (DO NOT READ) Never 4
- (DO NOT READ) Don't drink, never drink 5
- (DO NOT READ) DK/NA 9

AGE:

We are going to end with a few questions for classification purposes, but before we do so, I would like to thank you for your time, your collaboration is greatly appreciated. Can you tell me in which age group you are?

Is it... ?

READ

... 16-19 years of age	1
... 20-24 years of age	2
... 25-34 years of age	3
... 35-44 years of age	4
... 45-54 years of age	5
... 55-64 years of age	6
... or 65 years of age or older	7
(DO NOT READ) Refusal	9

SCOL:

What is the last level of schooling you have completed? Is it...?

READ

...Elementary (6 years or less)	1
...High school (7 to 12 years).....	2
...College (13 to 15 years)	3
...University (16 years or more)	4
(DO NOT READ) Refusal	9

ETAT:

Currently, are you...?

READ

... Single.....	1
... Living as a couple (married or common law).....	2
... Separated/divorced/widowed.....	3
(DO NOT READ) Other	4
(DO NOT READ) Refusal	9

LANGU:

What language do you speak most often at home ?

*(If two equally, enter the language spoken during interview)

English	1
French.....	2
Other	3

SAL:

In which category is the total income, before deductions, of all the members of your household last year? Is it... ?

** Set limit in lower category

READ

... Less than \$20 000.....	1
... Between \$20 000 and \$40 000.....	2
... Between \$40 000 and \$60 000.....	3
... Between \$60 000 and \$80 000.....	4
... Between \$80 000 and \$100 000.....	5
... or More than \$100 000 ?	6
(DO NOT READ) Refusal	9

SEXE:

SEXE. Enter gender.

Male.....	1
Female	2

INT99:

LEGER MARKETING THANKS YOU FOR YOUR PARTICIPATION By completing the interview ("CO"), the interviewer attests: "I declare that this interview was conducted with the person mentioned, in conformity with the generated sample and that all the questions requiring a response were duly provided by the respondent."

Complete.....CO D => /FIN
