



*Société de l'assurance  
automobile*  
Québec 

**Campagne Vitesse 2012  
Évaluation postcampagne**

**Rapport d'analyse**

Dossier 77236-167  
27 septembre 2012

**Leger**  
MARKETING

# L'intelligence Marketing

**Léger**  
MARKETING

- Léger Marketing est la plus importante firme de recherche marketing et de sondages à propriété canadienne avec plus de 600 professionnels travaillant à ses bureaux au Canada et aux États-Unis.
- Léger Marketing est le partenaire nord-américain du plus important réseau mondial de recherche Worldwide Independent Network (WIN) of Market Research.



**WIN**  
Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research



## Canada

Montréal

Québec

Toronto

Ottawa

Edmonton

Calgary

## États-Unis

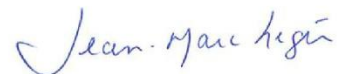
Philadelphie, PA

Denver, CO

Tampa, FL

**La plus importante  
firme de recherche  
marketing et de sondages  
à propriété canadienne**

Nous sommes fiers de vous présenter ce rapport de recherche qui a été réalisé selon les normes rigoureuses de qualité de notre entreprise et de l'Association canadienne de recherche et d'intelligence marketing (ARIM). Nous sommes persuadés que cela répondra à vos préoccupations et nous espérons avoir le privilège de vous servir de nouveau dans un avenir rapproché.



Jean-Marc Léger  
Président

# TABLE DES MATIÈRES



<b>Contexte et objectifs</b>	<b>8</b>
Contexte et objectifs de l'étude	9
Historique des campagnes publicitaires sur la vitesse au volant	10
Plan média de la campagne	11
<b>Méthodologie</b>	<b>13</b>
Approche méthodologique	14
Notes de lecture du rapport	19
<b>Profil des répondants</b>	<b>20</b>
Profil sociodémographique des répondants	21
Distance parcourue annuellement	24
<b>Faits saillants et conclusions</b>	<b>26</b>
<b>Analyse détaillée des résultats</b>	<b>37</b>
1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse	38
1.1 La vitesse moyenne déclarée dans les zones de 40 km/h ou de 50 km/h	38
1.2 La vitesse moyenne déclarée dans les zones de 90 km/h	43
1.3 Le risque perçu d'être arrêté pour excès de vitesse en ville	45
1.4 Le risque perçu d'avoir un accident	47
1.5 Les endroits où les excès de vitesse sont les plus dangereux	51
1.6 La vitesse comparée à celle des autres	54
1.7 En contrôle du véhicule, même à haute vitesse	55
1.8 L'influence de l'état d'esprit ou du stress sur la vitesse de conduite	57
1.9 Les raisons pour dépasser les limites de vitesse permises	58
1.10 Rouler plus vite que la vitesse permise fait gagner du temps	60
1.11 Les raisons de ralentir sur la route	62
2. La perception de la législation sur la vitesse	64
2.1 La perception des limites de vitesse	64
2.2 La gravité des infractions pour excès de vitesse	67

# TABLE DES MATIÈRES



3.	La perception des moyens pour réduire la vitesse	71
3.1	La surveillance policière accrue	71
3.2	Les sanctions pour excès de vitesse	72
3.3	L'importance de rouler moins vite	75
3.4	L'efficacité perçue du photo-radar	76
3.5	L'opinion envers l'utilisation de photo-radars	77
4.	La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 »	78
4.1	Le rappel spontané des publicités sur la vitesse au volant	78
4.2	Les éléments de publicité retenus spontanément	79
4.3	La pénétration de la publicité radio francophone de la campagne 2012	82
4.4	La pénétration de la publicité radio anglophone de la campagne 2012	84
4.5	La pénétration de la publicité télévisée de la campagne 2012	86
4.6	La pénétration de message Internet de la campagne 2012	89
4.7	La pénétration totale de la campagne 2012	90
4.8	La facilité à comprendre les publicités	92
4.9	Le réalisme des publicités	93
4.10	La notoriété spontanée des slogans de la campagne 2012	94
4.11	La pénétration des slogans de la campagne 2012	95
4.12	Le message véhiculé par les publicités	97
5.	L'impact perçu des publicités	100
5.1	La conscientisation sur la vitesse au volant	100
5.2	L'incitation à réduire personnellement sa vitesse au volant	101
5.3	L'incitation à respecter les limites de vitesse	103
5.4	La conscientisation sur le risque encouru de tuer ou de blesser quelqu'un	105
5.5	La conscientisation sur le risque d'avoir un accident	106
5.6	La sensibilisation aux dangers et aux conséquences de la vitesse	107

# TABLE DES MATIÈRES

6. La sensibilité à la publicité	108
6.1 Le type de publicité qui attire le plus l'attention	108
6.2 L'intérêt à l'égard des publicités présentées au cinéma avant les bandes-annonces	109
6.3 L'intérêt à l'égard de la publicité sur Internet	110
7. Les habitudes médias	111
7.1 Le nombre d'heures d'écoute de la télévision chaque semaine	111
7.2 Les stations de télévision regardées	112
7.3 La fréquence de visite au cinéma	115
7.4 L'utilisation d'un ordinateur à la maison	116
7.5 Les habitudes de navigation sur Internet	118
7.6 Les habitudes de navigation sur les médias sociaux	121
<b>Annexes</b>	<b>122</b>
Annexe 1 : Composition détaillée des cinq grandes régions administratives	123
Annexe 2 : Questionnaire	124



# CONTEXTE ET OBJECTIFS



contexte  
objectifs  
contexte  
objectifs



## CONTEXTE ET OBJECTIFS

9

### Contexte et objectifs de l'étude

#### « Annulez un accident »

La Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) a mandaté Léger Marketing afin de réaliser une étude auprès de la population québécoise, plus précisément auprès des titulaires d'un permis de conduire valide au Québec âgés de 16 ans ou plus. Le but de cette étude consiste à évaluer la problématique de la vitesse au volant, notamment à la suite de la diffusion de la campagne publicitaire 2012. L'étude visait d'abord à obtenir une série d'indicateurs concrets qui permettront d'assurer un suivi auprès des Québécois et Québécoises détenteurs d'un permis de conduire en regard de leurs comportements et de leurs attitudes concernant la vitesse au volant. On souhaitait également déterminer l'impact de la campagne publicitaire auprès de l'ensemble des titulaires de permis de conduire du Québec âgés de 16 ans ou plus.

De manière spécifique, les objectifs de l'étude consistaient à :

- assurer un suivi sur un certain nombre d'indicateurs en matière de vitesse au volant et suivre l'évolution des résultats;
- mesurer les attitudes et les perceptions en ce qui concerne la vitesse au volant ainsi que les moyens de la contrer;
- mesurer la notoriété générale et la compréhension de la campagne publicitaire;
- évaluer les impacts de la campagne sur les comportements et les attitudes des conducteurs.

**Quels sont les perceptions et les comportements des Québécois à l'égard de la vitesse au volant?  
De quelle façon performe la campagne de sensibilisation?**

Le présent rapport expose les résultats obtenus auprès des Québécois titulaires d'un permis de conduire relativement aux dangers et aux conséquences de la vitesse au volant.



## CONTEXTE ET OBJECTIFS

10

### Historique des campagnes publicitaires sur la vitesse au volant

La présente étude s'inscrit en continuité avec les campagnes publicitaires « Vitesse » diffusées depuis plusieurs années. En effet, des campagnes publicitaires sur la vitesse au volant s'adressant aux conducteurs âgés de 25 à 45 ans sont mises en ondes depuis les années 1990.

En 2003, 2004 et 2006, la SAAQ a produit et diffusé simultanément deux messages télévisés s'adressant aux conducteurs de 25 à 45 ans. Notons qu'en 2007, un seul message télévisé s'adressant aux conducteurs de 25 à 45 ans en lien avec la vitesse au volant a été diffusé. Toutefois, deux autres messages ont été mis en ondes presque simultanément, soit celui sur la sécurité routière et celui sur l'alcool au volant.

En 2005, la SAAQ n'a pas diffusé de publicité destinée aux conducteurs de 25 à 45 ans, mais a rediffusé une publicité qui ciblait les jeunes de 16 à 24 ans (la publicité « Chaise » qui a fait l'objet d'un rapport d'évaluation spécifique en 2004). Cette note est importante, car la mise en scène et le traitement cinématographique de cette publicité ne visaient pas à sensibiliser les conducteurs de 25 à 45 ans. Cependant, la SAAQ en a tout de même profité pour sonder l'opinion des Québécois et Québécoises sur leurs connaissances, leurs attitudes et leurs comportements déclarés à l'égard de la vitesse au volant. Cette particularité peut expliquer certains écarts relatifs aux mesures de 2005.

En 2009, la SAAQ a produit et diffusé un message publicitaire de 60 secondes en lien avec la vitesse dans les zones de 90 km/h. En 2010, ce message et un nouveau message de 30 secondes en lien avec la vitesse en milieu urbain ont été diffusés simultanément.

En 2011, de nouvelles publicités mettant l'accent sur le coût des infractions pour excès de vitesse et pour grand excès de vitesse ont été diffusées au Québec. Il s'agissait d'une publicité télévisée, d'un message Internet et d'une publicité radiophonique (versions française et anglaise). Deux autres messages Internet visant les jeunes conducteurs ont également été mis en ligne.

En 2012, la SAAQ a produit de nouvelles publicités visant à faire prendre conscience aux conducteurs qu'ils ont le pouvoir de réduire le risque et les conséquences d'un accident lié à la vitesse au volant. La campagne comprenait une publicité télévisée, un message radiophonique francophone et anglophone, de même qu'une bannière Web. La campagne 2012 visait tous les conducteurs, mais s'adressait plus particulièrement aux hommes âgés de 25 à 44 ans.



## CONTEXTE ET OBJECTIFS

11

### Plan média de la campagne

**Annulez un accident**  
**Réfléchissez. Ralentissez.**

La campagne publicitaire 2012 portant sur la vitesse au volant comporte une publicité télévisée, une publicité radiophonique francophone, une publicité radiophonique anglophone et une bannière Web destinées aux conducteurs québécois.

#### Description publicitaire



Publicité télévisée francophone de 30 secondes diffusée sur les principaux réseaux de télévision francophones du Québec du 14 mai au 10 juin 2012. Le poids média était de 1 150 pebs. Cette publicité a été diffusée pour la première fois cette année.

*Le message publicitaire télévisé dans laquelle un conducteur et son passager sont en retard et roulent trop vite dans un quartier résidentiel, pendant qu'une jeune fille se promène en vélo dans son entrée. Une ambulance sort d'un garage avec les gyrophares allumés et la sirène se fait entendre. Le conducteur se rend compte qu'il roule trop vite et lève le pied de l'accélérateur. L'ambulance éteint ses gyrophares et rentre dans le garage. La petite fille en vélo sort de son entrée jusqu'à la rue, le véhicule du conducteur freine à temps. La publicité se termine sur la phrase « Annulez un accident », puis le slogan « Réfléchissez. Ralentissez. » et le logo de la Société de l'assurance automobile du Québec.*



Publicité radiophonique de 30 secondes (versions française et anglaise) diffusée sur les stations de radio francophones et anglophones du 14 mai au 10 juin 2012. Le poids média était de 900 pebs. Cette publicité a été diffusée pour la première fois cette année.

*Le message publicitaire radiophonique débute alors qu'une sonnerie de téléphone se fait entendre. Une femme demande à parler à M. Samson, qui répond par l'affirmative. Elle lui demande de ralentir. L'homme est surpris et ne comprend pas. La femme lui explique que dans quelques minutes, son fils va traverser la rue et qu'il va être frappé par le véhicule de M. Samson; son fils va perdre l'usage de ses jambes. La publicité se termine sur la phrase « Annulez un accident », puis le slogan « Réfléchissez. Ralentissez. » et le nom de la Société de l'assurance automobile du Québec.*



## CONTEXTE ET OBJECTIFS

12

### Plan média de la campagne (suite)



Bannière interactive diffusée sur Internet, en français et en anglais, du 21 mai au 24 juin 2012 sur des sites destinés au grand public. Cette bannière interactive a été diffusée pour la première fois cette année et a généré 7,2 millions d'impressions pendant sa période de diffusion.

*La bannière interactive présente un jeune garçon avec une aiguille d'odomètre par-dessus lui. Quand l'animation débute, on entend un véhicule démarrer, puis accélérer. C'est alors que l'aiguille rouge bouge et lorsqu'elle traverse par-dessus le garçon, on se rend compte que ce dernier a une jambe en moins et a des béquilles. On entend par la suite le véhicule ralentir, puis l'aiguille baisse et le garçon redevient normal. La bannière interactive se termine sur la phrase « Annulez un accident », puis le slogan « Réfléchissez. Ralentissez. » et le nom de la Société de l'assurance automobile du Québec.*





## MÉTHODOLOGIE

### Approche méthodologique

14

**Sondage téléphonique auprès des Québécois et Québécoises titulaires d'un permis de conduire**

**Au total, 1 150 Québécois et Québécoises âgés de 16 ans ou plus ont participé à l'étude.**

#### La population à l'étude

Les Québécois et les Québécoises âgés de 16 ans ou plus pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Tous les répondants de l'étude devaient être détenteurs d'un permis de conduire valide au Québec.

#### La méthode de collecte des données et l'échantillonnage

L'échantillon a été sélectionné de manière aléatoire à l'aide du logiciel Échantillonneur Canada de la firme ASDE parmi toutes les régions administratives de la province de Québec. Les répondants ont été sélectionnés selon une grille de sélection aléatoire parmi les membres du ménage admissibles. Ainsi, l'intervieweur demandait à la personne rejointe lors de l'appel téléphonique combien de personnes âgées de 16 ans ou plus habitant au sein du ménage étaient détentrices d'un permis de conduire valide pour la conduite automobile au Québec. Si aucun membre du foyer n'était détenteur d'un permis de conduire valide au Québec, la personne était remerciée pour sa collaboration et l'entrevue téléphonique prenait fin. Sinon, l'intervieweur demandait à parler à la personne détentrices d'un permis de conduire valide au Québec qui était la prochaine à fêter son anniversaire. Lorsque rejointe, cette personne était invitée à participer à l'étude. Si la personne ciblée était absente, les intervieweurs s'informaient alors du meilleur moment pour joindre cette personne afin de la contacter ultérieurement. Notons finalement que, lors des appels téléphoniques, les répondants ont été informés que l'objectif principal de l'étude était de réaliser un sondage sur la sécurité routière.

#### L'instrument de mesure

Le questionnaire a été élaboré par les professionnels de la SAAQ à partir des questionnaires des études antérieures. Il a, par la suite, été validé et traduit par les professionnels de Léger Marketing. Le questionnaire est composé de 61 variables et sa durée moyenne est de 16 minutes.



# MÉTHODOLOGIE

## Approche méthodologique

15

### La formation des intervieweurs et le prétest du questionnaire

Les entrevues ont été réalisées par des intervieweurs expérimentés en collecte des données d'études à nature comportementale. Tous les intervieweurs 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 intervieweurs 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 a été réalisé afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique ainsi que la compréhension des questions par les répondants.

### La collecte des données

La collecte des données a été réalisée du 12 au 26 juin 2012 entre 18 h et 21 h en semaine et entre 10 h et 17 h le samedi. 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 en fonction. Des rendez-vous ont été pris lorsque la personne préférait répondre à un autre moment. Ce nombre de rappels assure une meilleure représentativité de la population sondée.



## MÉTHODOLOGIE

### Approche méthodologique

16

#### **Le taux de réponse et la précision statistique**

Le tableau de la page 17 présente les données utilisées pour calculer le taux de réponse. Le taux de réponse obtenu dans le cadre de cette étude est de 40,2%. Par ailleurs, la taille de l'échantillon ( $n=1150$ ) permet d'extrapoler les résultats globaux à l'ensemble de la population québécoise détentrice d'un permis de conduire avec une marge d'erreur maximale de +/- 2,9% dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20), ce qui est très fiable.

#### **La pondération des données**

Les données ont été pondérées pour corriger l'impact de la sous ou surreprésentation de certaines strates des populations ciblées par l'étude. Cela permet de redresser les déséquilibres et garantir la représentativité des données avec celles de la population québécoise. Ainsi, les statisticiens de Léger Marketing ont pondéré les données en fonction de la distribution réelle de la population titulaire d'un permis de conduire selon le sexe, l'âge, la langue maternelle et la région (source : SAAQ, 2008).

#### **L'analyse des résultats**

Pour chacune des variables à l'étude, les résultats globaux obtenus en 2012 ainsi que de 2008 à 2011 sont présentés dans un tableau ou un graphique. Des tests de proportion ont été effectués pour identifier les différences statistiquement significatives; ces différences sont d'ailleurs relevées dans l'analyse des résultats.

Dans le but d'alléger la présentation visuelle des résultats, seuls les résultats comparatifs de 2008 à 2011 ont été conservés dans le rapport.



## MÉTHODOLOGIE

### Approche méthodologique

17

TABLEAU ADMINISTRATIF DES RÉSULTATS	
<b>Échantillon de base</b>	<b>5124</b>
<b>Numéros non valides</b>	<b>994</b>
Pas de service	755
Non résidentiel	84
Fax / modem / cellulaire / téléavertisseur	155
<b>Numéros hors échantillon</b>	<b>510</b>
Langue étrangère	70
Non qualifié	79
Non admissible	26
Pas de permis de conduire	335
<b>Échantillon effectif</b>	<b>3620</b>
<b>Entrevues non complétées</b>	<b>2470</b>
Refus	1401
Pas de réponse	492
Répondeur	438
Occupé	35
Incomplet	29
Rendez-vous fixé <sup>1</sup>	75
<b>Entrevues complétées</b>	<b>1150</b>
<b>Taux de réponse estimé</b>	<b>40,2%</b>

<sup>1</sup> Dans l'impossibilité de réaliser l'entrevue au moment de l'appel téléphonique, un rendez-vous a été fixé avec la personne du ménage jointe aléatoirement. Toutefois, l'étude a été complétée avant de contacter de nouveau ces personnes.



## MÉTHODOLOGIE

### Approche méthodologique

18

#### Les normes publicitaires

La performance publicitaire de la campagne 2012 sur la vitesse au volant 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 pebs/semaine. Pour établir la norme, une moyenne de moyennes des résultats a été calculée. Les normes sont actualisées une fois par année.

Les normes de la Société de l'assurance automobile du Québec tiennent compte des publicités diffusées au cours des cinq dernières années (le cas échéant). Elles se divisent en cinq catégories selon les campagnes :

- Norme SAAQ des campagnes Vitesse : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des cinq dernières années (les publicités de 2007 à 2011).
- Norme SAAQ des campagnes Alcool : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des cinq dernières années (les publicités de 2007 à 2011).
- Norme SAAQ des campagnes Courtoisie : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des trois dernières années (les publicités de 2008 à 2011).
- Norme SAAQ des campagnes Piétons : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des trois publicités de cette campagne (les publicités de 2007, 2009 et 2010).
- Norme SAAQ des campagnes Sécurité à motocyclette : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des quatre dernières années (les publicités de 2008 à 2011).





## PROFIL DES RÉPONDANTS



## PROFIL DES RÉPONDANTS

### Province de Québec : Détenteurs d'un permis de conduire valide

1 150 Québécois et Québécoises âgés de 16 ans ou plus, titulaires d'un permis de conduire valide et pouvant s'exprimer en français ou en anglais, ont participé à l'étude.

Profil sociodémographique des répondants (après pondération des résultats)	2012 (n=1150)
<b>Sexe</b>	
Homme	53%
Femme	47%
<b>Âge</b>	
16 à 19 ans	3%
20 à 24 ans	7%
25 à 34 ans	17%
35 à 44 ans	19%
45 à 54 ans	23%
55 à 64 ans	17%
65 ans ou plus	14%
<b>Scolarité</b>	
Secondaire ou moins (12 années ou moins)	30%
Collégiale (13 à 15 années)	34%
Universitaire (16 années ou plus)	35%
<b>Occupation</b>	
Travail à temps plein	52%
Travail à temps partiel	7%
Chômage / À la maison	11%
Retraité	21%
Étudiant	7%

66% des détenteurs de permis de conduire sont âgés de 20 à 54 ans



## PROFIL DES RÉPONDANTS

22

### Province de Québec : Détenteurs d'un permis de conduire valide

Profil sociodémographique des répondants - suite (après pondération des résultats)	2012 (n=1150)
<b>Langue parlée à la maison</b>	
Français	85%
Anglais	10%
Autres	5%
<b>Lieu de résidence <sup>2</sup></b>	
Montréal RMR	42%
Québec RMR	10%
Ailleurs au Québec	48%
<b>Revenu familial annuel brut</b>	
Moins de 20 000 \$	6%
20 000 \$ à 39 999 \$	17%
40 000 \$ à 59 999 \$	19%
60 000 \$ à 79 999 \$	16%
80 000 \$ et plus	29%
Préfère ne pas répondre (refus)	14%

<sup>2</sup> Grandes régions de Montréal et de Québec : régions métropolitaines de recensement (RMR) de Montréal et de Québec. Une région métropolitaine de recensement (RMR) est formée d'une ou de plusieurs municipalités adjacentes situées autour d'une grande région urbaine (appelée noyau urbain). Un noyau urbain doit compter au moins 100 000 habitants pour former une région métropolitaine de recensement. L'annexe 1 présente la composition détaillée des cinq grandes régions administratives (grandes régions de Montréal et de Québec, Est, Centre et Ouest). Les régions de l'Est, du Centre et de l'Ouest ont été regroupées sous l'appellation « Autres régions ».



## PROFIL DES RÉPONDANTS

23

### Province de Québec : Détenteurs d'un permis de conduire valide

#### Profil des détenteurs d'un permis de conduire valide au Québec

Le profil sociodémographique des détenteurs de permis de conduire interrogés est similaire à celui de l'an dernier.

Les proportions d'hommes (53%) et de femmes (47%) demeurent les mêmes depuis 2004. En ce qui a trait à l'occupation principale, notons qu'un peu plus de la moitié des répondants sont des travailleurs à temps plein (52%).

Au regard de l'âge des personnes sondées, on observe que 66% sont âgées de 20 à 54 ans, alors que 3% sont âgées de 16 à 19 ans et 14% de 65 ans et plus. Notons que les proportions des différents groupes d'âge demeurent statistiquement stables d'une année à l'autre.

De plus, l'échantillon se répartit de façon relativement uniforme en fonction du niveau de scolarité. Effectivement, 30% des répondants détiennent une scolarité de niveau primaire ou secondaire, 34% de niveau collégial et 35% de niveau universitaire. Ces proportions sont sensiblement les mêmes que l'an dernier.

Enfin, la distribution des répondants en fonction du lieu de résidence, de la langue parlée à la maison et du revenu familial brut annuel s'inscrit en continuité avec celle de 2011.



## PROFIL DES RÉPONDANTS

24

### Province de Québec : Détenteurs d'un permis de conduire valide

#### Distance parcourue annuellement

En ce qui concerne la distance parcourue annuellement sur les routes du Québec, les résultats de 2011 sont statistiquement similaires à ceux des années passées. Parmi les individus titulaires d'un permis de conduire valide au Québec, quatre sur dix (40%) parcourent 15 000 km ou plus annuellement.

#### QA1. En tant que conducteur, environ quelle distance parcourez-vous annuellement sur les routes au Québec?

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)	Total 2008 (n=1152)
Moins de 5 000 km	13%	16%	17%	15%	16%
5 000 à 10 000 km	20%	19%	18%	17%	16%
10 000 à 15 000 km	18%	19%	16%	17%	16%
15 000 à 25 000 km	26%	26%	29%	30%	30%
Plus de 25 000 km	18%	14%	15%	17%	19%
A un permis mais ne conduit jamais	1%	3%	3%	1%	2%

Les différents profils de conduite selon la distance parcourue sont présentés à la page suivante.



## PROFIL DES RÉPONDANTS

25

### Province de Québec : Détenteurs d'un permis de conduire valide

#### Distance parcourue annuellement (suite)

Les titulaires de permis suivants sont plus nombreux à parcourir annuellement **plus de 25 000 km** (18% de l'ensemble) :

- les personnes qui ont un revenu familial supérieur à 80 000 \$ (29%);
- les 25-34 ans (28%);
- les hommes (25% contre 10% des femmes);
- les conducteurs qui excèdent les limites de vitesse autorisée, tant en ville (24%) que sur les routes secondaires (23%);
- les conducteurs qui jugent trop basse la limite de vitesse permise sur les routes secondaires (23%);
- les travailleurs (22%);
- les personnes qui habitent à l'extérieur des régions de Montréal RMR et Québec RMR (22%).

À l'opposé, les conducteurs suivants sont plus nombreux à parcourir peu de kilomètres annuellement, soit **moins de 5 000 km** (13% de l'ensemble) :

- les étudiants (25%);
- les conducteurs qui jugent trop élevée (24%) ou adéquate (16%) la limite autorisée sur les routes secondaires;
- les conducteurs qui jugent trop élevée la limite autorisée sur les autoroutes (22%);
- les retraités (21%);
- les 55 ans et plus (20%);
- les personnes qui ont un revenu familial brut annuel inférieur à 40 000 \$ (20%);
- les personnes qui ont un niveau de scolarité primaire ou secondaire (19%);
- les conducteurs qui respectent les limites de vitesse autorisée, tant en ville (17%) que sur les routes secondaires (21%);
- les résidents de Montréal RMR (16%);
- les femmes (15% contre 11% des hommes).



**FAITS SAILLANTS ET  
CONCLUSIONS**



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

27

### 1. Attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse

#### La vitesse moyenne déclarée dans les zones de 50 km/h et dans les zones de 90 km/h demeure stable à travers les années.

- Les conducteurs québécois circulent cette année à une vitesse moyenne de **52,4 km/h en ville**. Cette moyenne suit la tendance des dernières années, où les vitesses moyennes déclarées dans les zones urbaines variaient de 52,2 km/h en 2011 à 53,3 km/h en 2009. Après avoir atteint un sommet en 2011 (62%), on constate que la proportion de conducteurs affirmant respecter les limites de vitesse en zone urbaine de 50 km/h a diminué significativement (57%), pour revenir à des proportions comparables à celles observées de 2008 à 2010 (55% à 56%).
  - Cette année, et comparativement aux années précédentes, la vitesse moyenne déclarée en zone urbaine a été sondée en deux temps, soit dans les zones de 50 km/h, tels que les résultats présentés ci-dessus le démontrent, et dans les zones de 40 km/h. Il appert que 56% des conducteurs résidant dans une municipalité où les limites de vitesse sont fixées à 40 km/h dans la majorité des rues affirment respecter ces limites. À l'inverse, 44% disent les dépasser.
- Par ailleurs, la tendance s'avère similaire pour la vitesse moyenne déclarée sur les routes secondaires. En effet, les conducteurs québécois circulent cette année à une vitesse moyenne de **94,5 km/h**. Bien que cette moyenne se compare à celle observée entre 2008 et 2010, on constate une hausse significative des conducteurs qui disent outrepasser les limites de vitesse sur les routes secondaires par rapport à 2011 (58% cette année contre 51% l'an dernier).

#### Les principaux contrevenants en matière de vitesse au volant sont toujours les mêmes.

- Tout d'abord, soulignons qu'il y a encore et toujours un plus grand nombre de conducteurs dont la vitesse moyenne excède la limite permise sur les routes secondaires (58%) que dans les zones urbaines (33%). Mentionnons que, comparativement à 2011, la proportion de conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite permise a diminué (38% en 2011), alors que celle sur les routes secondaires a augmenté (51% en 2011), comme mentionné précédemment.
- Ce sont les travailleurs, les hommes, les francophones, ceux qui ont une scolarité de niveau collégial et ceux qui parcourent plus de 15 000 km annuellement qui ont une plus forte propension à excéder la limite de vitesse permise dans les zones urbaines et sur les routes secondaires.
- De plus, on constate, encore cette année, que les fautifs excèdent les limites de vitesse dans toutes les zones, urbaines ou secondaires, et qu'ils trouvent généralement trop basses les limites permises sur les routes du Québec. Le profil des conducteurs à risque en matière de vitesse au volant est présenté à la page suivante.



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

### 1. Attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

#### PROFIL DES CONDUCTEURS LES PLUS À RISQUE EN MATIÈRE DE VITESSE AU VOLANT

Les conducteurs qui roulent à **plus de 60 km/h** dans les zones urbaines sont surtout (2% de l'ensemble) :

- les 16-24 ans (6%);
- les conducteurs qui parcourent 25 000 km et plus annuellement (5%);
- les personnes qui disposent d'un revenu familial brut de 100 000 \$ et plus annuellement (5%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (3%);
- les personnes qui résident dans une autre région que Québec RMR ou Montréal RMR (3%).

Les conducteurs qui roulent à **plus de 100 km/h** sur les routes secondaires sont surtout (7% de l'ensemble) :

- les personnes qui disposent d'un revenu familial brut de 100 000 \$ et plus annuellement (16%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (14%);
- les 25-34 ans (12%);
- les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (11%).



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

29

### 1. Attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

**C'est encore près d'un conducteur sur cinq qui perçoit un risque élevé d'être arrêté pour excès de vitesse en zone urbaine.**

- De fait, le pourcentage de conducteurs qui croient qu'ils courent un risque élevé d'être arrêtés pour excès de vitesse en zone urbaine est demeuré stable par rapport à 2011 (18% contre 19% en 2011). Cette tendance se maintient à travers les années.

**Plus la vitesse en zone urbaine est élevée, plus le risque d'avoir un accident semble élevé.**

- En effet, les répondants sont plus nombreux en 2012 à considérer qu'un excès de vitesse de 10 km/h en ville (43% contre 36% en 2011) implique un risque élevé d'accident. Cependant, pour les excès de vitesse plus importants (rouler à 70 km/h en ville), il y a encore et toujours plus de quatre conducteurs sur cinq qui y associent un risque élevé d'accident (86%). Ce dernier résultat est stable depuis l'année précédente (85%), quoiqu'en progression constante depuis 2008 (80%).
- À l'image des résultats des années précédentes, ce sont principalement les conducteurs qui excèdent la limite de vitesse permise en ville qui sont les moins conscients du danger que cela représente.

**La perception de l'endroit où les excès de vitesse sont les plus dangereux est demeurée similaire cette année, bien que l'on assiste lentement à un renversement de tendance.**

- En 2012, 43% des conducteurs sont d'avis que les excès de vitesse sont autant dangereux en ville, sur les routes secondaires et sur les autoroutes (également 43% en 2011). Un autre 40% pense plutôt que la vitesse excessive est surtout source de danger dans les zones urbaines (39% en 2011). Par ailleurs, 11% considèrent que les excès de vitesse sont surtout source de danger sur les routes secondaires (12% en 2011) et 4% croient plutôt que les autoroutes sont les endroits où les excès de vitesse sont les plus dangereux (5% en 2011).
- Si ces proportions se comparent à celles observées l'an dernier, on constate que la tendance s'inverse avec les années. De fait, les conducteurs sont de moins en moins nombreux à considérer que les milieux urbains soient les plus dangereux (43% cette année contre 61% en 2008), au profit des trois types de routes également (ville, routes secondaires, autoroutes) (13% en 2008 contre 43% en 2012).



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

30

### 1. Attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

#### La majorité des conducteurs continue d'estimer rouler à la même vitesse que les autres dans les zones urbaines.

- En fait, 55% des conducteurs affirment rouler à la même vitesse que les autres conducteurs dans les zones de 50 km/h. Cette proportion enregistre toutefois une diminution significative de six points de pourcentage par rapport à 2011 (61%). Par ailleurs, on constate une légère augmentation de la proportion de conducteurs qui affirment rouler moins vite que les autres (40% contre 36% en 2011) ou plus vite (4% contre 2% en 2011).
- Les conducteurs qui dépassent de 10 km/h et plus la limite en ville et celle sur les routes secondaires justifient encore leur écart de conduite principalement par le fait qu'ils suivent le trafic (25%) et par habitude ou par inattention (19%). D'autres disent plutôt à peine dépasser la limite (13%), que la route est dégagée (peu de trafic (12%) ou désirent gagner du temps (10%).

#### Les répondants s'entendent toujours pour dire qu'à haute vitesse, un conducteur ne conserve pas la maîtrise de son véhicule.

- En fait, 71% des conducteurs sont de cet avis, soit un résultat similaire depuis l'année précédente, et en constante progression depuis 2008.

#### L'état d'esprit et le stress sont source d'influence sur la vitesse de conduite.

- Près des trois quarts des conducteurs québécois (73%) croient que l'état d'esprit dans lequel ils sont ou le stress ressenti peut influencer leur vitesse de conduite.

#### Les conducteurs québécois ne croient pas que la vitesse puisse faire gagner du temps.

- Ce sont, comme en 2011, près de trois répondants sur quatre (73%) qui sont en désaccord avec la possibilité de gagner du temps en circulant au-delà des limites permises par la loi.



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

31

### 2. Perception de la législation sur la vitesse

#### Comme incitatif pour ralentir, le risque pour la vie des autres ressort toujours du lot.

- De fait, plus d'un conducteur sur deux (56%) estiment que le risque que les autres personnes pourraient courir serait le principal facteur pouvant l'amener à réduire sa vitesse sur les routes. Cette proportion est d'ailleurs en hausse depuis 2011 (50%). Les répondants s'inquiètent ensuite de leur propre vie (21%) et du risque d'être arrêté et de se voir remettre un constat d'infraction (15%).

#### La majorité des répondants trouve adéquates les différentes limites de vitesse du réseau routier québécois.

- La perception quant aux limites de vitesse est, somme toute, assez similaire par rapport à 2011. Effectivement, la limite de 50 km/h en ville est encore celle qui recueille le plus haut taux d'approbation (88%). Suit ensuite la limite de vitesse sur les routes secondaires, considérée adéquate par 77% des conducteurs (diminution significative de quatre points de pourcentage depuis 2011). La limite de vitesse sur les autoroutes est toujours celle qui est la plus contestée, 33% l'estimant trop basse, contre 63% qui la trouve adéquate.

#### Les conducteurs québécois continuent de considérer comme étant plus graves les excès de vitesse où l'écart avec la limite est le plus grand.

- En effet, un excès de vitesse de 10 km/h en ville est considéré comme très grave ou grave pour 32% des répondants (augmentation significative de quatre points de pourcentage depuis 2011). Cependant, lorsque l'on parle d'un écart plus important avec la limite de vitesse, soit 20 km/h en zone urbaine, huit conducteurs sur dix (80%) y voient une faute très grave ou grave.\* Il s'agit d'une hausse significative depuis 2011 (75%).

#### Spontanément, les conducteurs québécois mentionnent les amendes et les points d'inaptitude en cas de grands excès de vitesse.

- Cette année, 71% des conducteurs interrogés mentionnent qu'une amende sera remise à un conducteur circulant à 40 km/h au-dessus de la limite permise (81% en 2011), alors que 55% évoquent les points d'inaptitude (67% en 2011). Il s'agit d'écarts significatifs.
- Par ailleurs, pour 26%, la suspension du permis de conduire fait partie des conséquences d'un grand excès de vitesse. Cette sanction est en hausse depuis 2008 (hausse significative de 15 points de pourcentage par rapport à 2008, 11%).

\* Base : les conducteurs considérant qu'un excès de 10 km/h est une faute grave, moyenne, légère ou pas une infraction. Si l'on intègre les 106 répondants ayant mentionné qu'un excès de 10 km/h en ville est une faute très grave, on constate que 81% des conducteurs québécois considèrent qu'un excès de vitesse de 10 km/h ou de 20 km/h en ville est une faute grave ou très grave.



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

32

### 3. Mesures pour réduire la vitesse au volant

#### Les conducteurs continuent de privilégier une intensification de la surveillance policière pour amener les gens à ralentir.

- Tout d'abord, soulignons que pour une majorité, il est important d'amener les conducteurs à ralentir en ville (84%).
- Pour y parvenir, 80% se disent favorables à une surveillance policière plus accrue afin que soient respectées les limites de vitesse.
- L'idée d'implanter des photo-radars obtient l'accord d'un peu plus de sept conducteurs sur dix (72%), ce qui est similaire à 2011 (74%). D'ailleurs, ce sont 65% qui considèrent ces appareils comme étant efficaces, soit le résultat le plus bas observé au cours des cinq dernières années.
- Enfin, 65% des conducteurs sont d'avis que des sanctions plus sévères en cas d'excès de vitesse devraient être introduites afin de lutter contre la vitesse au volant. Cette opinion est par ailleurs en hausse constante depuis 2009 (58%).



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

33

### 4. Pénétration et évaluation de la campagne « Vitesse 2012 »

#### Le taux de pénétration totale de la campagne est plus élevé cette année.

- De fait, ce sont 79% des titulaires d'un permis de conduire qui ont été rejoints par l'une ou l'autre des composantes de la campagne publicitaire. Cela représente une hausse de dix-sept points de pourcentage comparativement au niveau atteint en 2011 (62%).
- Concernant les campagnes publicitaires précédentes, le taux de pénétration était de 77% en 2010, 74% en 2009, de 68% en 2008, de 79% en 2007 et de 73% en 2006.
- La publicité télévisée francophone diffusée cette année a été vue par 69% des détenteurs de permis. En 2011, la pénétration de la publicité télévisée francophone a atteint 47%, ce qui représente un gain considérable depuis la précédente année.
- La publicité radiophonique anglophone a également eu une pénétration supérieure cette année, ayant rejoint 14% des résidents de la région métropolitaine de Montréal (contre 8% en 2011). Il est toutefois important de mentionner que la publicité avait été diffusée par une seule station de radio en 2011.
- La publicité radiophonique francophone a également mieux fait, ayant été entendue par 39% des titulaires d'un permis de conduire (contre 24% en 2011).
- Le message Internet intitulé « Annulez un accident » enregistre, quant à lui, un résultat similaire à l'année précédente. En effet, il a réussi à rejoindre 3% des répondants (contre 5% en 2011).
- La notoriété spontanée de la campagne « Vitesse 2012 » est de 52%, ce qui est comparable au résultat de 2011 (55%). Cependant, une tendance à la baisse du bruit publicitaire est observable depuis 2008, année où il atteignait 71%. La multiplication des exécutions publicitaires par rapport à 2008 peut, peut-être, expliquer cette différence alors qu'en 2008, la SAAQ concentrait ses messages à la télévision seulement.



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

34

### 4. Pénétration et évaluation de la campagne « Vitesse 2012 » (suite)

#### Les publicités sont faciles à comprendre et réalistes.

- La quasi-totalité des répondants qui se souviennent avoir été exposés à la campagne 2012 estime que ces publicités sont très faciles ou faciles à comprendre (98%). De plus, 90% les qualifient de très ou d'assez réalistes.

#### Le message est bien capté du public.

- Les principales idées véhiculées par la campagne « Vitesse 2012 » ont été saisies par les personnes y ayant été exposées. En fait, la plupart ont mentionné des objectifs visant la réduction de la vitesse au volant, le respect des limites de vitesse, le pouvoir d'éviter un accident en réduisant sa vitesse et la responsabilisation du conducteur.

#### Les slogans ont eu une pénétration similaire que par le passé.

- En fait, ce sont 71% des personnes exposées à la campagne qui ont déjà vu ou entendu le slogan « Réfléchissez, ralentissez » et 50% qui ont déjà vu ou entendu le slogan « Annulez un accident ».
- Les taux de pénétration des slogans de l'an dernier variaient entre 46% et 69%, soit des proportions similaires à celles observées cette année.



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

35

### 5. Impact des publicités télévisées

#### Les publicités continuent de faire réfléchir les personnes qui y ont été exposées.

Parmi ceux qui se souviennent avoir été exposés à la campagne « Vitesse 2012 » ...

- 92% estiment qu'elles les ont fait réfléchir sur le risque de tuer ou de blesser quelqu'un. Il s'agit d'un résultat nettement supérieur à celui de 2011 (80%).
- 89% affirment que ces publicités leur ont fait prendre conscience que rouler plus lentement permet de réduire le risque d'avoir un accident, un résultat similaire à celui de 2011(87%).
- 87% disent qu'elles les ont fait réfléchir sur la vitesse au volant. Cette proportion est supérieure à celle mesurée en 2011 (81%).
- 76% considèrent qu'elles sont efficaces pour sensibiliser aux dangers et aux conséquences de la vitesse au volant. En 2011, une proportion inférieure de répondants (70%) était de cet avis.
- 52% ont affirmé qu'ils respectent davantage les limites de vitesse à la suite de la visualisation des publicités. Cette proportion est inférieure à celle mesurée en 2011 (58%).
- 40% ont déclaré avoir personnellement réduit leur vitesse au volant après les avoir vues. Cette proportion est similaire à celle observée en 2011 (41%).



## FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

36

### EN CONCLUSION

**Année après année, le message de la campagne contre la vitesse au volant fait son chemin parmi la population québécoise. De fait, l'évolution des résultats présente des tendances positives, les comportements déclarés et les attitudes face à la vitesse s'améliorant, peu à peu, mais significativement, à travers le temps.**

- Les gains en zone urbaine sont palpables; les conducteurs québécois étant de plus en plus assidus au respect des limites permises.
  - Par ailleurs, la perception du risque d'accident en zone urbaine est en constante progression depuis 2008.
- La perception de la dangerosité des excès de vitesse évolue. Les conducteurs sont d'autant plus nombreux à percevoir le danger sur tous les types de routes de la province (en ville, sur les routes secondaires et les autoroutes).
- C'est toujours une majorité de Québécois et Québécoises qui considèrent les risques liés à la vitesse et qui sont conscients des mythes y étant associés.

**La campagne contre la vitesse au volant 2012 offre une excellente performance auprès de la population cible, une majorité de Québécois et Québécoises ayant été exposés à l'une ou l'autre de ses composantes.**

- Les publicités de la campagne sont faciles à comprendre et réalistes, tandis que le message est très bien compris de la population.
- Les publicités continuent de faire réfléchir les conducteurs et les incitent, dans une certaine mesure, à adopter des comportements de conduite davantage responsables quant aux excès de vitesse.

**Au regard des résultats obtenus, on constate la pertinence pour la Société de l'assurance automobile du Québec de poursuivre ses efforts de sensibilisation auprès des Québécois et Québécoises, ceux-ci portant des gains significatifs à travers les années.**

- À ce sujet, notons que le risque pour les autres est le message le plus porteur auprès de la population, ceux-ci affirmant sans conteste qu'il est le plus susceptibles de les faire ralentir. La Société a visé juste cette année avec sa campagne « Annulez un accident ».
- À l'inverse, l'effet néfaste des accélérations inutiles sur l'environnement est le message le moins significatif pour les conducteurs québécois.

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



+40%

+10%

+30%



## ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

38

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse

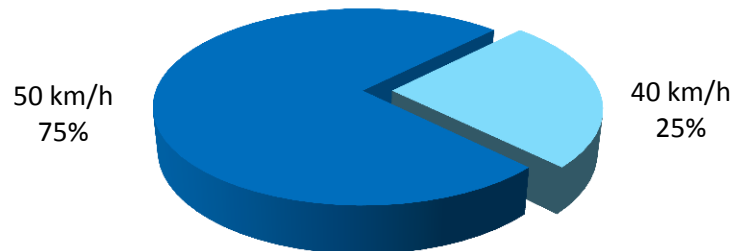
**75% des conducteurs affirment que la majorité des limites de vitesse dans les rues de leur municipalité sont fixées à 50 km/h.**

#### 1.1 La vitesse moyenne déclarée dans les zones de 40 km/h ou de 50 km/h

Actuellement, les trois quarts (75%) des conducteurs affirment que la majorité des limites de vitesse dans les rues de leur municipalité sont fixées à 50 km/h, alors que 25% disent qu'elles s'élèvent à 40 km/h. Précisons qu'à Montréal, depuis la fin de l'année 2010, la limite de vitesse en ville est passée à 40 km/h dans la majorité des arrondissements.

#### QA2AA. Dans les rues de votre municipalité, la majorité des limites de vitesse sont fixées à ... ?

Base : Les conducteurs (n=1136)



Les pages suivantes détaillent la vitesse moyenne déclarée en zone urbaine par les conducteurs, selon les limites de vitesse fixées dans la majorité des rues de leur municipalité de résidence.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Depuis 2008, le nombre de conducteurs affirmant respecter les limites de vitesse en ville dans les zones de 50 km/h est relativement stable.

Chez les conducteurs dont la majorité des limites de vitesse dans les rues de leur municipalité sont fixées à 50 km/h (75% de l'ensemble des conducteurs interrogés) \*

Concernant la vitesse moyenne déclarée dans les zones de 50 km/h, on observe quelques changements par rapport aux résultats de 2011. Alors qu'une proportion similaire à celle de l'an dernier dit circuler à moins de 50 km/h (13%), les conducteurs affirmant rouler à 50 km/h sont moins nombreux cette année (diminution de cinq points de pourcentage par rapport à 2011). Ainsi, on observe une baisse significative du nombre de conducteurs affirmant respecter les limites de vitesse en ville dans les zones de 50 km/h comparativement à l'an dernier. Cependant, cette proportion respecte la tendance observée entre 2008 et 2010 (de 55% à 56%).

#### QA2. En général, à combien évaluez-vous votre vitesse moyenne en ville dans les zones de 50 km/h ?

Base : Les conducteurs résidant dans une municipalité où la majorité des limites sont fixées à 50 km/h

#### Moyenne

2012 : 52,4 km/h  
 2011 : 52,2 km/h  
 2010 : 52,9 km/h  
 2009 : 53,3 km/h  
 2008 : 53,1 km/h

	Total 2012 (n=870) *	Total 2011 (n=1115)	Total 2010 (n=1122)	Total 2009 (n=1134)	Total 2008 (n=1132)
Moins de 50 km/h	13%	13%	9%	9%	10%
50 km/h	44%	49%	47%	46%	45%
<b>Total respecte les limites en ville dans les zones de 50 km/h</b>	<b>57%</b>	<b>62%</b>	56%	55%	55%
51 à 60 km/h	40%	34%	39%	38%	41%
Plus de 60 km/h	2%	4%	4%	6%	4%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.

\* Lors des mesures précédentes, aucune distinction n'était faite en ce qui concerne la majorité des limites de vitesse fixées dans les rues de la municipalité de résidence des conducteurs. La question s'adressait à tous les conducteurs et ne concernait que les zones de 50 km/h.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

40

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Ce sont particulièrement les sous-groupes de conducteurs suivants qui affirment circuler en ville à **une vitesse excédant la limite d'au plus 10 km/h (51 à 60 km/h)** (40% de l'ensemble) :

- les 25-34 ans (60%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (53%);
- les personnes qui résident dans la région de Québec RMR (51%);
- celles dont le revenu familial brut annuel est de 100 000 \$ et plus (50%);
- les travailleurs (46%);
- les personnes qui détiennent une scolarité de niveau collégial (46%) ou universitaire (47%);
- les hommes (43%);
- les francophones (41%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

41

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

En 2012, 56% des conducteurs affirment respecter les limites de vitesse en ville dans les zones de 40 km/h.

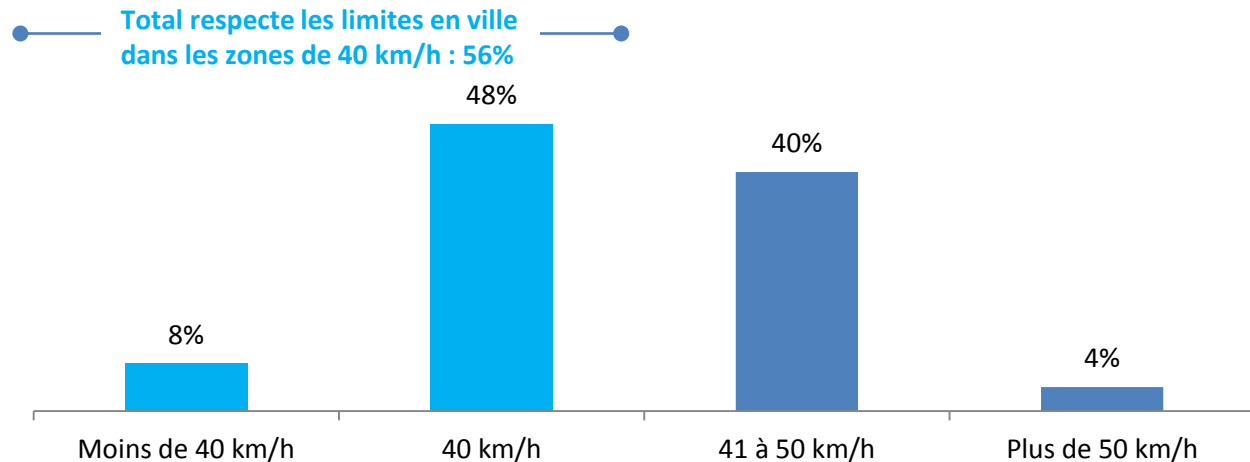
Chez les conducteurs dont la majorité des limites de vitesse dans les rues de leur municipalité sont fixées à 40 km/h (25% de l'ensemble des conducteurs interrogés) \*

Cette année, les conducteurs résidant dans une municipalité où les limites de vitesse de la majorité des rues sont fixées à 40 km/h ont été invités à indiquer leur vitesse moyenne dans ces zones urbaines. On observe ainsi que 56% de ces conducteurs affirment respecter les limites de vitesse en roulant sous la limite permise (8%) ou à une vitesse équivalente (48%). Par ailleurs, 40% de ces conducteurs disent excéder d'au plus 10 km/h la limite permise, alors que 4% y circulent à plus de 50 km/h. Notons que la vitesse moyenne déclarée dans les zones de 40 km/h s'élève à 43,3 km/h.

**QA2. En général, à combien évaluez-vous votre vitesse moyenne en ville dans les zones de 40 km/h ?**

Base : Les conducteurs résidant dans une municipalité où la majorité des limites sont fixées à 40 km/h

**Moyenne**  
2012 : 43,3 km/h





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

42

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Ce sont particulièrement les sous-groupes de conducteurs suivants qui affirment circuler en ville à **une vitesse excédant la limite d'au plus 10 km/h (41 à 50 km/h)** (40% de l'ensemble) :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (62%);
- celles dont le revenu familial brut annuel est compris entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (60%);
- les 35-44 ans (57%);
- les personnes qui détiennent une scolarité de niveau collégial (53%).

Soulignons que le profil des conducteurs les plus enclins à dépasser la limite permise de 40 km/h dans les zones urbaines diffère de celui dressé pour le même type de conducteurs dans les zones urbaines où la limite de vitesse est fixée à 50 km/h.



# ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

**Les conducteurs qui avouent excéder la vitesse permise sur les routes secondaires (58%) sont plus nombreux qu'en 2011.**

### 1.2 La vitesse moyenne déclarée dans les zones de 90 km/h

Par rapport à la vitesse moyenne déclarée sur les routes secondaires, c'est-à-dire dans les zones de 90 km/h, le portrait est similaire à celui des années passées, à deux exceptions près. D'une part, on remarque cette année une augmentation du nombre de conducteurs affirmant circuler à une vitesse supérieure à la limite permise, soit entre 91 et 100 km/h (51% en 2012 contre 42% en 2011). D'autre part, 29% des conducteurs affirment conduire à la limite prescrite par la loi contre 37% en 2011, ce qui constitue une diminution significative de huit points de pourcentage. Notons que la vitesse moyenne est de 94,5 km/h sur les routes secondaires (comparativement à 93,6 km/h en 2011).

#### QA4. En général, à combien évaluez-vous votre vitesse moyenne dans les zones de 90 km/h sur les routes secondaires du Québec ?

Base : Les conducteurs

#### Moyenne

**2012 : 94,5 km/h**  
 2011 : 93,6 km/h  
 2010 : 94,8 km/h  
 2009 : 94,4 km/h  
 2008 : 94,9 km/h

	Total 2012 (n=1136)	Total 2011 (n=1115)	Total 2010 (n=1122)	Total 2009 (n=1134)	Total 2008 (n=1132)
Moins de 90 km/h	12%	12%	8%	10%	10%
90 km/h	<b>29%</b>	<b>37%</b>	35%	34%	34%
<b>Total respecte les limites</b>	<b>41%</b>	<b>49%</b>	<b>43%</b>	<b>44%</b>	<b>44%</b>
91 à 100 km/h	<b>51%</b>	<b>42%</b>	46%	45%	45%
Plus de 100 km/h	7%	9%	10%	10%	10%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

44

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Ce sont particulièrement les sous-groupes de conducteurs suivants qui affirment circuler sur les routes secondaires...

... à une vitesse excédant la limite d'au plus 10 km/h (91 à 100 km/h) (51% de l'ensemble) :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (66%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (62%);
- les personnes qui résident dans la région de Québec RMR (61%) ou dans une autre région (56%);
- les conducteurs qui parcourent entre 15 000 km et 25 000 km annuellement (59%) ou plus de 25 000 km (62%);
- les hommes (56%);
- les travailleurs (55%);
- les francophones (54% contre 34% des non-francophones).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

45

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Encore cette année, plus de huit conducteurs sur dix croient toujours que le risque de se faire arrêter pour excès de vitesse en ville est faible.

#### 1.3 Risque perçu d'être arrêté pour excès de vitesse en ville dans les zones de 50 km/h

D'une part, de l'avis de 82% des conducteurs, le risque qu'ils soient arrêtés pour excès de vitesse en ville dans les zones de 50 km/h est assez (37%) ou très (45%) faible, soit un résultat similaire à l'année précédente. D'autre part, 18% des conducteurs sont plutôt d'avis que le risque qu'il se fasse intercepter pour excès de vitesse est élevé (contre 19% en 2011). Notons toutefois une diminution significative depuis l'année précédente de la proportion de conducteurs affirmant que le risque d'être arrêté pour excès de vitesse en ville dans les zones de 50 km/h est très élevé (2% contre 5% en 2011).

Les différences significatives entre les sous-groupes sont présentées à la page suivante.

#### QA6. Diriez-vous que le risque que vous courez d'être arrêté pour excès de vitesse en ville dans les zones de 50 km/h est ... ?

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1122)	Total 2011 (n=1104)	Total 2010 (n=1110)	Total 2009 (n=1119)	Total 2008 (n=1117)
<b>Total ÉLEVÉ</b>	<b>18%</b>	<b>19%</b>	<b>23%</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>
Très élevé	2%	5%	6%	4%	4%
Assez élevé	16%	14%	17%	16%	18%
<b>Total FAIBLE</b>	<b>82%</b>	<b>81%</b>	<b>77%</b>	<b>80%</b>	<b>79%</b>
Assez faible	37%	34%	33%	37%	36%
Très faible	45%	47%	44%	43%	43%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

46

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Les individus des sous-groupes suivants sont plus nombreux à considérer que le risque d'être arrêté en ville pour excès de vitesse est **assez ou très élevé** (18% de l'ensemble) :

- les 16-24 ans (30%);
- les non-francophones (27%);
- les personnes résidant dans la région de Montréal RMR (21%);
- les travailleurs (20%).

Les sous-groupes suivants considèrent en plus grand nombre que ce risque est **assez ou très faible** (82% de l'ensemble) :

- les personnes résidant dans la région de Québec RMR (91%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (89%);
- les 55-64 ans (86%);
- les retraités (86%);
- les francophones (84%).



# ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Cette année, la proportion de conducteurs québécois qui estiment faible le risque d'avoir un accident en roulant 10 km/h au-delà de la limite permise en ville a diminué.

### 1.4 Le risque perçu d'avoir un accident

#### 1.4.1 Risque perçu d'avoir un accident à 60 km/h dans une zone urbaine de 50 km/h

Selon 57% des conducteurs interrogés, le risque d'être impliqué dans un accident lorsque l'on roule 10 km/h au-delà de la limite permise en ville est faible (contre 64% en 2011). Après une augmentation en 2011, cette dernière proportion revient aux résultats obtenus en 2009 et 2010.

L'analyse segmentée est présentée à la page suivante.

**QA8. Imaginons que vous êtes dans une zone de limite de vitesse de 50 km/h en ville. Si vous roulez à 60 km/h, diriez-vous que le risque d'avoir un accident serait ... ?**

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1124)	Total 2011 (n=1101)	Total 2010 (n=1122)	Total 2009 (n=1123)	Total 2008 (n=1127)
<b>Total ÉLEVÉ</b>	<b>43%</b>	<b>36%</b>	<b>41%</b>	<b>40%</b>	<b>38%</b>
Très élevé	8%	6%	7%	7%	8%
Assez élevé	35%	30%	34%	33%	30%
<b>Total FAIBLE</b>	<b>57%</b>	<b>64%</b>	<b>59%</b>	<b>60%</b>	<b>62%</b>
Assez faible	46%	45%	44%	45%	47%
Très faible	11%	19%	15%	15%	15%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

48

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à percevoir **un risque élevé** d'accident pour un excès de vitesse de 10 km/h dans une zone urbaine de 50 km/h (43% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est inférieur à 20 000 \$ (56%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville respecte la limite de vitesse permise (52%);
- les conducteurs qui parcourent moins de 5000 km annuellement (52%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires respecte la limite de vitesse permise (49%);
- les personnes qui détiennent une scolarité de niveau primaire ou secondaire (48%).

Les sous-groupes suivants perçoivent en plus grand nombre **un risque faible** pour un tel excès de vitesse (57% de l'ensemble) :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (76%);
- les personnes dont le revenu familial brut est de 100 000 \$ et plus (68%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires excède la limite de vitesse permise (62%);
- les personnes qui détiennent une scolarité de niveau universitaire (62%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Depuis 2008, on observe une tendance à la hausse des conducteurs qui perçoivent comme très ou assez élevé le risque d'avoir un accident en roulant à 70 km/h dans une zone de 50 km/h.

#### 1.4.2 Risque perçu d'avoir un accident à 70 km/h dans une zone urbaine de 50 km/h

On obtient des résultats fort différents quant au risque perçu d'avoir un accident lorsque l'on fait mention d'un excès de vitesse de 20 km/h dans une zone urbaine de 50 km/h. En effet, 86% des conducteurs sont d'avis que le risque qu'ils courraient en circulant à une telle vitesse serait très (38%) ou assez (49%) élevé, ce qui est le plus haut pourcentage mesuré depuis 2008. Notons que par rapport à l'année précédente, la proportion de conducteurs jugeant très élevé le risque d'avoir un accident connaît une hausse significative de sept points de pourcentage (38% contre 31% en 2011), alors que la proportion de conducteurs jugeant ce risque assez élevé a diminué (49% contre 54% en 2011). À l'opposé, 14% pensent que rouler à 70 km/h dans une zone de 50 km/h représente un faible risque d'être impliqué dans un accident de la route. Ces résultats sont similaires à ceux de l'année dernière.

Les différences significatives entre les sous-groupes sont présentées à la page suivante.

**QA8B. Imaginons que vous êtes dans une zone de limite de vitesse de 50 km/h en ville.**

**Si vous roulez à 70 km/h, diriez-vous que le risque d'avoir un accident serait ... ?**

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1027)	Total 2011 (n=1034)	Total 2010 (n=1037)	Total 2009 (n=1046)	Total 2008 (n=1034)
<b>Total ÉLEVÉ</b>	<b>86%</b>	<b>85%</b>	<b>84%</b>	<b>83%</b>	<b>80%</b>
Très élevé	38%	31%	31%	31%	30%
Assez élevé	49%	54%	53%	52%	50%
<b>Total FAIBLE</b>	<b>14%</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>
Assez faible	12%	11%	13%	14%	16%
Très faible	2%	4%	3%	3%	3%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

50

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à percevoir **un risque élevé** d'accident pour un excès de vitesse de 20 km/h dans une zone de 50 km/h (86% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (93%);
- les personnes qui résident dans une région autre que Québec RMR et Montréal RMR (89%);
- les francophones (88%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville respecte la limite de vitesse permise (88%).

Les sous-groupes suivants estiment en plus grand nombre que le risque d'accident d'un tel excès de vitesse de est **faible** (14% de l'ensemble) :

- les non-francophones (26%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (19%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (18%);
- celles qui résident dans la région de Montréal RMR (18%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (18%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

La perception des endroits où les excès de vitesse sont les plus dangereux est similaire à celle de l'année précédente.

#### 1.5 Les endroits où les excès de vitesse sont les plus dangereux

Après avoir connu d'importantes fluctuations entre l'année 2010 et 2011, le portrait observé cette année quant à la perception des endroits où les excès de vitesse sont les plus dangereux est similaire à 2011. Effectivement, en 2012 et 2011, 43% des titulaires d'un permis de conduire interrogés soutiennent que les excès de vitesse sont autant dangereux en ville, sur les routes secondaires et sur les autoroutes, proportion qui n'avait jamais dépassé 18% depuis 2001. Par ailleurs, les proportions de détenteurs d'un permis de conduire qui estiment que les excès de vitesse sont plus dangereux en ville (40%), sur les routes secondaires (11%) et sur les autoroutes (4%) sont similaires par rapport à l'année dernière.

Les différences significatives entre les sous-groupes sont présentées aux deux pages suivantes.

#### QD2. À votre avis, est-ce que les excès de vitesse sont plus dangereux ... ?

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)	Total 2008 (n=1152)
En ville (zones de 50 km/h)	40%	39%	57%	51%	61%
Sur les routes secondaires (zones de 90 km/h)	11%	12%	16%	23%	15%
Sur les autoroutes (zones de 100 km/h)	4%	5%	11%	11%	11%
Les trois égaux / pareils	43%	43%	14%	14%	13%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer, qui ont préféré ne pas répondre à la question ou qui considèrent que les excès de vitesse ne constituent pas du tout un problème.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

52

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants sont plus enclins à être d'avis que les excès de vitesse sont **autant dangereux en ville, sur les routes secondaires et sur les autoroutes** (43% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (54%);
- les femmes (52%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires respecte la limite de vitesse permise (51%);
- les conducteurs qui parcourent moins de 5000 km annuellement (50%);
- ceux dont la vitesse moyenne en ville respecte la limite de vitesse permise (48%);
- les personnes qui résident dans une région autre que Québec RMR et Montréal RMR (47%).

Voici le profil des conducteurs les plus enclins à juger que les excès de vitesse sont plus dangereux...

... **en ville** (40% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est de 100 000 \$ et plus (54%);
- les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (50%);
- les hommes (49%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (49%);
- les 35-44 ans (48%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (46%);
- les travailleurs (43%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

53

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

... sur les routes secondaires (11% de l'ensemble) :

- les personnes qui résident dans la région de Québec RMR (25%);
- les 25-34 ans (20%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (18%);
- les conducteurs qui parcourent entre 5000 km et 15 000 km annuellement (14%).

... sur les autoroutes (4% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est inférieur à 20 000 \$ (16%);
- les étudiants (12%);
- les non-francophones (10%).



# ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

**La quasi-totalité des conducteurs (95%) affirme rouler à la même vitesse ou moins vite que les autres conducteurs dans les zones de 50 km/h.**

### 1.6 La vitesse comparée à celle des autres

Depuis l'année précédente, on constate un léger changement de comportement dans la vitesse de conduite. En effet, alors qu'en 2011 61% des conducteurs estimaient conduire à la même vitesse que les autres conducteurs dans les zones de 50 km/h, cette proportion enregistre une diminution significative de six points de pourcentage en 2012 (55%). Cette diminution est contrebalancée par une légère augmentation de la proportion de conducteurs qui jugent rouler moins vite que les autres conducteurs (40% contre 36% en 2011) et de la proportion des conducteurs qui affirment rouler plus vite que les autres en ville (4%) qu'en 2011 (2%).

Les sous-groupes suivants disent, en plus grand nombre, rouler **plus vite** que les autres conducteurs en ville (4% de l'ensemble) :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (7%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (6%);
- les hommes (5%);
- les travailleurs (5%).

### QA10. En général, conduisez-vous moins vite, à la même vitesse ou plus vite que les autres conducteurs dans les zones de 50 km/h ?

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1136)	Total 2011 (n=1115)	Total 2010 (n=1122)	Total 2009 (n=1134)	Total 2008 (n=1132)
À la même vitesse	55%	61%	58%	62%	59%
Moins vite	40%	36%	36%	33%	37%
Plus vite	4%	2%	5%	5%	4%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

55

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

**Un conducteur qui roule vite ne conserve pas la maîtrise de son véhicule selon 71% des conducteurs.**

#### 1.7 En contrôle du véhicule, même à haute vitesse

En 2012, 71% des conducteurs québécois ne croient pas qu'un conducteur qui roule vite garde tout de même la maîtrise de son véhicule. Ce résultat est stable par rapport à 2011. Notons toutefois que la proportion de conducteurs qui sont tout à fait en désaccord avec cet énoncé connaît une hausse significative de dix points de pourcentage depuis 2009.

Par ailleurs, soulignons que 29% d'entre eux pensent au contraire qu'un conducteur qui roule vite demeure en contrôle de son véhicule.

Les différences significatives entre les sous-groupes qui sont **d'accord** avec cet énoncé sont présentées à la page suivante.

#### QA15. Degré d'accord avec l'affirmation : Un conducteur qui roule vite garde tout de même la maîtrise de son véhicule.

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1096)	Total 2011 (n=1085)	Total 2010 (n=1076)	Total 2009 (n=1099)	Total 2008 (n=1102)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>	<b>32%</b>	<b>33%</b>	<b>34%</b>
Tout à fait d'accord	7%	7%	8%	8%	7%
Plutôt d'accord	22%	22%	24%	25%	27%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>71%</b>	<b>71%</b>	<b>68%</b>	<b>67%</b>	<b>66%</b>
Plutôt en désaccord	41%	44%	43%	46%	40%
Tout à fait en désaccord	<b>31%</b>	<b>27%</b>	25%	21%	26%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

56

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants sont plus susceptibles d'être **d'accord** avec le fait qu'un conducteur qui roule vite garde tout de même la maîtrise de son véhicule (29% de l'ensemble) :

- les non-francophones (43%);
- les 65 ans et plus (41%);
- les retraités (36%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (36%);
- les hommes (34%);
- les personnes qui résident dans la région de Montréal RMR (34%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (33%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

57

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

L'état d'esprit et le stress ressenti ont une influence sur la vitesse de conduite selon 73% des conducteurs.

#### 1.8 L'influence de l'état d'esprit ou du stress sur la vitesse de conduite

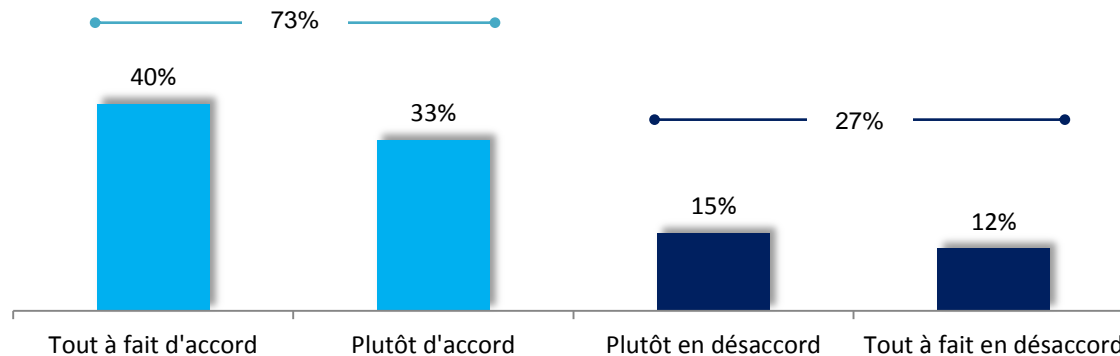
Globalement, près des trois quarts des conducteurs québécois (73%) croient que l'état d'esprit dans lequel ils sont ou le stress ressenti peut influencer leur vitesse de conduite, alors que 27% sont d'avis contraire.

Les sous-groupes suivants sont significativement plus nombreux à être **en désaccord** avec le fait que l'état d'esprit ou le stress ressenti exerce une influence sur la vitesse (27% de l'ensemble):

- les personnes dont le revenu familial brut est de 100 000 \$ et plus (36%);
- les retraités (36%);
- les 55-64 ans (32%) et les 65 ans et plus (40%);
- les conducteurs qui parcourent entre 5 000 km et 15 000 km annuellement (31%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires respecte la limite de vitesse permise (31%).

#### QA15A : Degré d'accord avec l'affirmation : Mon état d'esprit ou mon stress influence la vitesse à laquelle je roule.

Base : Les conducteurs (n=1119)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

58

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

**Les conducteurs affirment principalement dépasser les limites de vitesse pour suivre la circulation (25%) et par habitude ou inattention (19%).**

#### 1.9 Les raisons pour dépasser les limites de vitesse permises

Les conducteurs québécois dont la vitesse moyenne excède de 10 km/h ou plus la limite autorisée dans les zones urbaines (de 40 km/h ou de 50 km/h) ou sur les routes secondaires (de 90 km/h) ont été interrogés sur les motifs les amenant à dépasser les limites prescrites par la loi.

À l'instar des résultats des années passées, la raison qui a été mentionnée par le plus grand nombre de conducteurs fautifs est le fait qu'ils suivent la circulation (25%). Vient ensuite le fait de dépasser les limites par habitude ou par inattention (19%). De plus, 13% se justifient en affirmant qu'ils dépassent de très peu la limite permise, alors que 12% font valoir que la route est dégagée. Enfin, des limites de vitesse trop peu élevées, la volonté de vouloir gagner du temps et le fait que la police tolère une vitesse plus élevée que la limite permise constituent des motifs énoncés par 10% des répondants.

Le détail des mentions est présenté au tableau de la page suivante.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

59

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

**QD7A. Vous m'avez dit plus tôt rouler plus vite que la vitesse autorisée dans les zones de (40 km/h) 50 km/h ou de 90 km/h, pourquoi dépassez-vous les limites de vitesse ? Y a-t-il une autre raison ?**

Base : Les conducteurs qui dépassent de 10 km/h et plus la limite autorisée dans les zones urbaines ou sur les routes secondaires

Total des deux mentions possibles	Total 2012 (n=494)	Total 2011 (n=438)	Total 2010 (n=488)	Total 2009 (n=499)	Total 2008 (n=533)
Suit la circulation	25%	29%	26%	28%	31%
Par habitude / Inattention / Ne se rend pas compte de son excès de vitesse	19%	21%	19%	20%	14%
Dépasse de très peu la limite permise	13%	13%	9%	12%	10%
Route dégagée / Peu de trafic / Pas de piéton / La route est belle / La connaît	12%	12%	11%	10%	12%
Pour gagner du temps / Tout le temps pressé	10%	13%	11%	13%	17%
Les limites ne sont pas assez élevées	10%	10%	11%	9%	10%
Police tolère plus que la limite	10%	6%	7%	7%	7%
Est bon conducteur / A un bon contrôle	3%	4%	2%	2%	4%
Aime la vitesse	3%	3%	2%	2%	3%
C'est une vitesse confortable	1%	1%	2%	3%	n.d.
A un bon véhicule / Ne sent pas la vitesse	1%	1%	2%	2%	2%
Pour dépasser quelqu'un qui roule lentement	1%	1%	1%	n.d.	n.d.
Ce n'est pas dangereux / C'est plus dangereux de ne pas rouler vite	n.d.	0%	1%	2%	n.d.
Autres	5%	4%	7%	4%	6%
Nie dépasser les limites de vitesse	3%	2%	3%	3%	3%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	3%	2%	4%	3%	3%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Comme en 2011, un peu plus du quart (26%) des conducteurs estiment que rouler plus vite que la limite permise fait gagner du temps.

#### 1.10 Rouler plus vite que la vitesse permise fait gagner du temps

Malgré que près de trois conducteurs sur quatre (73%) sont en désaccord avec l'énoncé selon lequel rouler plus vite que la limite permise fait gagner du temps, il n'en demeure pas moins que 26% des conducteurs sont, au contraire, en accord avec cette affirmation. Ces résultats sont stables depuis 2009.

Les différences significatives entre les sous-groupes qui sont **d'accord** avec cet énoncé sont présentées à la page suivante.

#### QD8. Degré d'accord avec l'affirmation : Rouler plus vite que la limite permise fait gagner du temps.

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1136)	Total 2011 (n=1115)	Total 2010 (n=1122)	Total 2009 (n=1134)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>26%</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>	<b>24%</b>
Tout à fait d'accord	6%	5%	8%	6%
Plutôt d'accord	20%	20%	16%	18%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>73%</b>	<b>75%</b>	<b>75%</b>	<b>74%</b>
Plutôt en désaccord	34%	33%	32%	34%
Tout à fait en désaccord	39%	42%	43%	40%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	0%	1%	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

61

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants affirment, en plus grand nombre, être **d'accord** avec le fait que rouler plus vite fait gagner du temps (26% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est de 100 000 \$ et plus (38%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (36%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (35%);
- les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (34%);
- les 25-34 ans (34%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (33%);
- les hommes (30%);
- les travailleurs (29%).



# ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

**Le risque pour la vie des autres représente le principal incitatif à ralentir sur les routes pour plus de la moitié des Québécois (56%).**

### 1.11 Les raisons de ralentir sur la route

#### 1.11.1 Raisons incitant le plus les conducteurs à ralentir

Il a été demandé aux conducteurs, laquelle des raisons, parmi celles énumérées dans la liste ci-dessous, serait celle qui les inciterait le plus à ralentir. Encore cette année, le risque pour la vie des autres (autant les passagers que les autres conducteurs sur la route) est la raison la plus susceptible d'entraîner un changement de comportement sur la route (56%), soit une augmentation de six points de pourcentage par rapport à 2011). Le risque pour sa propre vie (21%) et le risque d'être arrêté et de recevoir une contravention (15%) arrivent respectivement au deuxième et troisième rang. Les autres raisons proposées aux répondants n'ont pas autant d'effet pour les inciter à ralentir.

**QF1. Honnêtement, parmi les six raisons suivantes, laquelle est la plus susceptible de vous inciter à ralentir, est-ce ... ?**

Base : Les conducteurs

Une seule mention possible	Total 2012 (n=1136)	Total 2011 (n=1115)	Total 2010 (n=1122)
Le risque pour la vie des autres (ceux qui m'accompagnent et les autres personnes sur la route)	56%	50%	50%
Le risque pour ma vie	21%	23%	22%
Le risque d'être arrêté et de recevoir une contravention	15%	16%	16%
Le gaspillage d'essence, donc d'argent	3%	6%	4%
Le jugement des autres (ex. : la peur du ridicule)	2%	2%	3%
L'augmentation de gaz à effet de serre relâché dans l'atmosphère lorsque j'accélère	0%	1%	2%
Toutes les raisons mentionnées	0%	0%	1%
Autres	1%	0%	1%
Rien de m'inciterait à ralentir	1%	1%	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	0%	1%



# ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Du point de vue des conducteurs, l'augmentation de gaz à effet de serre, le jugement des autres et le gaspillage d'essence ne sont pas des arguments très efficaces pour les faire ralentir.

### 1.11.2 Raisons incitant le moins les conducteurs à ralentir

Dans le même esprit, il a été demandé aux conducteurs quelle raison, parmi la liste ci-dessous, serait, au contraire, la moins susceptible de les inciter à ralentir. L'augmentation de gaz à effet de serre relâchée dans l'atmosphère lors d'une accélération est encore cette année la raison la moins susceptible d'entraîner un changement de comportement sur la route (30% contre 29% en 2011). Le jugement des autres arrive au deuxième rang (24%), suivi du gaspillage d'essence (23%). Notons que cette dernière proportion est en hausse depuis 2011 (19%).

**QF2. Maintenant, parmi les cinq raisons suivantes, laquelle est la moins susceptible de vous inciter à ralentir, est-ce ... ?**

Base : Les conducteurs

Une seule mention possible	Total 2012 (n=1136)	Total 2011 (n=1115)	Total 2010 (n=1122)
L'augmentation de gaz à effet de serre relâché dans l'atmosphère lorsque j'accélère	30%	29%	24%
Le jugement des autres (ex. : la peur du ridicule)	24%	25%	27%
Le gaspillage d'essence, donc d'argent	23%	19%	20%
Le risque d'être arrêté et de recevoir une contravention	11%	8%	10%
Le risque pour ma vie	5%	9%	9%
Le risque pour la vie des autres (ceux qui m'accompagnent et les autres personnes sur la route)	2%	7%	6%
Autres	1%	0%	1%
Rien de m'inciterait à ralentir	1%	1%	2%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	3%	2%	2%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

64

### 2. La perception de la législation sur la vitesse

**Les Québécois continuent, de façon générale, à trouver adéquates les différentes limites de vitesse.**

#### 2.1 La perception des limites de vitesse

Encore cette année, la grande majorité des conducteurs est d'avis que la limite de vitesse en ville (88%) et sur les routes secondaires (77%) est adéquate. Toutefois, cette dernière proportion enregistre une diminution de quatre points de pourcentage depuis l'année précédente (81% en 2011).

Comme par les années passées, c'est sur les autoroutes où la limite de vitesse est la plus contestée, 63% la trouvant adéquate et 33% la jugeant trop basse. Cette dernière proportion connaît cependant une tendance à la baisse depuis 2006, année où elle atteignait 43%.

Par ailleurs, 11% considèrent trop basse la limite de vitesse sur les routes secondaires du Québec et 6% celle en ville.

Le tableau de la page suivante présente les résultats détaillés pour cette question. La page subséquente présente quant à elle les résultats de l'analyse segmentée.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 2. La perception de la législation sur la vitesse (suite)

QA16-QA18. Considérez-vous que la limite de vitesse est présentement trop élevée, adéquate ou trop basse ... ?

Base : Les conducteurs

Une seule mention possible		QA16. En ville (50 km/h) (n=1121)	QA18. Routes secondaires (90 km/h) (n=1115)	QA17. Autoroutes (100 km/h) (n=1128)
			2012	6%
Trop élevée	2011 (n=1115)	7%	10%	3%
	2010 (n=1117)	7%	11%	3%
	2009 (n=1125)	7%	11%	3%
	2008 (n=1126)	9%	12%	3%
	2007 (n=1120)	5%	11%	3%
	2006 (n=1120)	6%	8%	3%
	2012	88%	<b>77%</b>	63%
Adéquate	2011 (n=1115)	88%	<b>81%</b>	63%
	2010 (n=1117)	87%	80%	64%
	2009 (n=1125)	86%	79%	61%
	2008 (n=1126)	85%	77%	59%
	2007 (n=1120)	88%	80%	57%
	2006 (n=1120)	86%	80%	54%
	2012	6%	11%	33%
Trop basse	2011 (n=1115)	5%	9%	34%
	2010 (n=1117)	6%	10%	33%
	2009 (n=1125)	7%	10%	36%
	2008 (n=1126)	7%	11%	38%
	2007 (n=1120)	7%	9%	40%
	2006 (n=1120)	8%	12%	43%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

66

### 2. La perception de la législation sur la vitesse (suite)

Les individus des sous-groupes suivants sont statistiquement plus nombreux à affirmer que les limites de vitesse sont **trop basses**...

... **en ville** (6% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est inférieur à 20 000 \$ (14%);
- les personnes qui résident dans la région de Montréal RMR (9%);
- les hommes (7%);
- les travailleurs (7%).

... **sur les routes secondaires** (11% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est inférieur à 20 000 \$ (19%) ou de 100 000 \$ et plus (16%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (17%);
- les hommes (14%);
- les travailleurs (13%).

... **sur les autoroutes** (33% de l'ensemble) :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (44%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (44%) ou est de 100 000 \$ et plus (46%);
- les personnes qui résident dans la région de Québec RMR (43%);
- les hommes (42%);
- les 35-44 ans (41%);
- les conducteurs qui parcourent entre 15 000 km et 25 000 km annuellement (41%) ou plus de 25 000 km (40%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (40%);
- les travailleurs (37%);
- les francophones (36%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 2. La perception de la législation sur la vitesse (suite)

Près du tiers des conducteurs (32%) estiment qu'un excès de vitesse de 10 km/h en ville est une infraction très grave ou grave.

#### 2.2 La gravité des infractions pour excès de vitesse

##### 2.2.1 Niveau de gravité perçue d'un excès de vitesse de 10 km/h dans une zone de 50 km/h

La perception des conducteurs par rapport à la gravité d'un excès de vitesse de 10 km/h en ville a changé depuis l'année précédente. En effet, 32% considèrent qu'une telle infraction est une faute très grave (9%) ou grave (23%), alors que cette proportion était de 28% en 2011; il s'agit d'un écart significatif de quatre points de pourcentage. Par ailleurs, 35% font état d'une faute moyenne et 30% d'une faute légère. Cette dernière proportion est significativement moins élevée par rapport à l'année précédente (35% en 2011). Ce n'est qu'une minorité (3%) qui est plutôt d'avis qu'un excès de vitesse de 10 km/h dans une zone de 50 km/h ne constitue pas une infraction. Cette minorité semble diminuer au fil des années.

Les sous-groupes les plus susceptibles de banaliser une telle infraction sont présentés à la page suivante.

**QA19A. Diriez-vous que les faits suivants représentent une infraction (faute) très grave, grave, moyenne ou légère ?**  
**Un excès de vitesse de 10 km/h dans une zone où le maximum est de 50 km/h ?**

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1136)	Total 2011 (n=1115)	Total 2010 (n=1122)	Total 2009 (n=1134)	Total 2008 (n=1132)
Très grave	9%	8%	6%	7%	9%
Grave	23%	20%	23%	22%	21%
Moyenne	35%	32%	31%	33%	30%
Légère	30%	35%	35%	32%	33%
Aucune infraction	3%	4%	5%	5%	6%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

68

### 2. La perception de la législation sur la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants ont davantage tendance à estimer qu'un excès de vitesse de 10 km/h dans une zone de 50 km/h est **une faute légère** (30% de l'ensemble) :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (46%);
- les 16-24 ans (44%) et les 25-34 ans (41%);
- les personnes dont le revenu familial brut est de 100 000 \$ et plus (39%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (35%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (34%);
- les hommes (33%).

Les sous-groupes suivants ont davantage tendance à estimer qu'un excès de vitesse de 10 km/h dans une zone de 50 km/h **ne représente pas une infraction** (3% de l'ensemble) :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (6%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (5%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 2. La perception de la législation sur la vitesse (suite)

**Un excès de vitesse de 20 km/h en ville est perçu comme une faute très grave ou grave.**

#### 2.2.2 Niveau de gravité perçue d'un excès de vitesse de 20 km/h dans une zone de 50 km/h

Les conducteurs québécois considérant qu'un excès de 10 km/h est une faute grave, moyenne, légère ou pas une infraction ont été interrogés sur la gravité d'un excès de 20 km/h dans une zone de 50 km/h. D'une part, huit répondants sur dix considèrent (80%) qu'un tel excès de vitesse est une faute très grave (32%) ou grave (48%). D'ailleurs, la proportion de conducteurs jugeant cette infraction comme très grave est plus élevée qu'en 2011 (32% contre 27%). D'autre part, alors que 16% considèrent que cette infraction est une faute moyenne (16% contre 20% en 2011), 5% disent que rouler à une telle vitesse en ville est une faute légère.

Les différences significatives entre les sous-groupes qui estiment qu'il s'agit d'une **faute légère** sont présentées à la page suivante.

*Si l'on intègre les 106 répondants ayant mentionné qu'un excès de 10 km/h en ville est une faute très grave à la QA19A (voir page précédente), on constate que 81% des conducteurs québécois considèrent qu'un excès de vitesse de 10 km/h ou de 20 km/h en ville est une faute grave ou très grave.*

#### QA19B. Diriez-vous que les faits suivants représentent une infraction (faute) très grave, grave, moyenne ou légère ? Un excès de vitesse de 20 km/h dans une zone où le maximum est de 50 km/h ?

Base : Les conducteurs considérant qu'un excès de 10 km/h est une faute grave, moyenne, légère ou pas une infraction

	Total 2012 (n=1030)	Total 2011 (n=1012)	Total 2010 (n=1054)	Total 2009 (n=1048)	Total 2008 (n=1022)
Très grave	32%	27%	28%	26%	28%
Grave	48%	48%	45%	46%	42%
Moyenne	16%	20%	21%	22%	25%
Légère	5%	4%	5%	4%	4%
Aucune infraction	0%	1%	1%	0%	0%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

70

### 2. La perception de la législation sur la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants ont davantage tendance à estimer qu'un excès de vitesse de 20 km/h dans une zone de 50 km/h est **une faute légère** (5% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est inférieur à 20 000 \$ (13%);
- les étudiants (12%);
- les conducteurs qui parcourent moins de 5 000 km annuellement (9%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (7%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (6%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (6%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 3. La perception des moyens pour réduire la vitesse

**Huit conducteurs sur dix (80%) souhaitent une intensification de la surveillance policière afin de contrer la vitesse au volant.**

#### 3.1 La surveillance policière accrue

Afin de faire respecter les limites de vitesse, 80% des conducteurs sont en faveur d'une surveillance policière intensifiée, ce qui fait écho aux résultats des années antérieures. À l'inverse, 20% se prononcent contre cette mesure.

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à être **en désaccord** avec une intensification de la surveillance policière sur les routes (20% de l'ensemble) :

- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (26%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (26%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (24%);
- les hommes (23%).

#### QA14. Degré d'accord avec l'affirmation : La surveillance policière sur les routes devrait être intensifiée pour faire respecter les limites de vitesse.

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1122)	Total 2011 (n=1110)	Total 2010 (n=1122)	Total 2009 (n=1125)	Total 2008 (n=1125)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>80%</b>	<b>81%</b>	<b>78%</b>	<b>79%</b>	<b>82%</b>
Tout à fait d'accord	45%	45%	45%	42%	47%
Plutôt d'accord	35%	36%	33%	37%	35%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>20%</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>	<b>21%</b>	<b>18%</b>
Plutôt en désaccord	15%	13%	16%	16%	13%
Tout à fait en désaccord	5%	6%	6%	5%	6%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 3. La perception des moyens pour réduire la vitesse (suite)

Des sanctions plus sévères en cas d'excès de vitesse obtiennent l'appui de 65% des répondants.

#### 3.2 Les sanctions pour excès de vitesse

##### 3.2.1 Degré d'accord avec une plus grande sévérité des sanctions encourues pour les excès de vitesse

Les conducteurs québécois sont cependant un peu plus froids à l'idée de voir une augmentation de la sévérité des sanctions encourues pour les excès de vitesse. N'empêche que près de deux répondants sur trois (65%) se disent en faveur d'une telle approche, soit une proportion similaire à celle de l'année précédente. On remarque que les conducteurs qui sont plutôt en désaccord avec cette idée (35%) sont également aussi nombreux qu'en 2011.

Les différences entre les sous-groupes qui sont **en désaccord avec une plus grande sévérité des sanctions** encourues pour les excès de vitesse sont présentées aux deux pages qui suivent.

#### QA20. Degré d'accord avec l'affirmation : Les sanctions encourues pour les excès de vitesse devraient être plus sévères.

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1098)	Total 2011 (n=1073)	Total 2010 (n=1090)	Total 2009 (n=1089)	Total 2008* (n=1099)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>65%</b>	<b>63%</b>	<b>59%</b>	<b>58%</b>	<b>61%</b>
Tout à fait d'accord	31%	32%	30%	27%	34%
Plutôt d'accord	33%	31%	29%	31%	27%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>35%</b>	<b>37%</b>	<b>41%</b>	<b>42%</b>	<b>39%</b>
Plutôt en désaccord	24%	24%	28%	27%	24%
Tout à fait en désaccord	11%	13%	13%	15%	15%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question. De 2001 à 2008, l'énoncé se lisait : « Les **peines** encourues pour les excès de vitesse devraient être plus sévères ».



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

73

### 1. Les attitudes et perceptions à l'égard de la vitesse (suite)

Les sous-groupes suivants sont plus enclins à se prononcer **contre** des sanctions plus sévères en cas d'excès de vitesse (35% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est de 100 000 \$ et plus (51%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (45%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (45%);
- les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (43%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (42%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 3. La perception des moyens pour réduire la vitesse (suite)

Spontanément, les conducteurs québécois mentionnent les amendes et les points d'inaptitude comme étant les principales sanctions qu'un conducteur reçoit à la suite d'un grand excès de vitesse.

#### 3.2.2 Principales sanctions qu'un conducteur reçoit à la suite d'un excès de vitesse de plus de 40 km/h au-dessus de la limite permise

Afin d'évaluer les connaissances des conducteurs québécois par rapport aux conséquences d'une infraction pour grand excès de vitesse, il leur a été demandé d'indiquer quelles sont, à leur avis, les sanctions encourues dans le cas d'un excès de vitesse de plus de 40 km/h au-dessus de la limite permise. Ainsi, la grande majorité des conducteurs interrogés (71%) sont conscients qu'un conducteur intercepté pour un grand excès de vitesse se voit remettre une amende. De plus, 55% mentionnent que des points d'inaptitude sont prévus pour ce type d'infraction. Notons que ces deux proportions sont en baisse de dix points et de douze points de pourcentage par rapport à 2011. Par ailleurs, un peu plus du quart (26%) des conducteurs savent que le permis de conduire est suspendu; cette proportion est en hausse depuis 2009 et, soulignons qu'une minorité des conducteurs (4%) pensent que le véhicule est saisi.

**QA20B. Selon-vous quelles sont les principales sanctions qu'un conducteur reçoit à la suite d'un excès de vitesse de plus de 40 km/h au-dessus de la limite permise, par exemple, rouler à 90 km/h dans une zone de 50 km/h ?**

Base : Les conducteurs

Mentions spontanées	Total 2012 (n=965)	Total 2011 (n=945)	Total 2010 (n=908)	Total 2009 (n=903)
Amendes	71%	81%	80%	50%
Points d'inaptitude	55%	67%	66%	35%
Suspension du permis de conduire	26%	23%	21%	11%
Saisie du véhicule	4%	4%	3%	1%
Autres	7%	4%	3%	3%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

75

### 3. La perception des moyens pour réduire la vitesse (suite)

**Plus de huit conducteurs sur dix (84%) croient en l'importance d'amener les gens à ralentir en zones urbaines.**

#### 3.3 L'importance de rouler moins vite

À l'instar des années passées, plus de huit conducteurs sur dix (84%) estiment qu'il est très important d'amener les gens à rouler moins vite qu'actuellement dans les zones de 50 km/h. Par ailleurs, 16% ne sont pas d'accord avec une telle idée, soit une opinion partagée de façon plus importante par les sous-groupes suivants :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (24%);
- les hommes (19%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (18%).

#### QA21. Degré d'accord avec l'affirmation : Il est très important d'amener les gens à rouler moins vite qu'actuellement dans les zones de 50 km/h.

Base : Les conducteurs

	Total 2012 (n=1125)	Total 2011 (n=1104)	Total 2010 (n=1108)	Total 2009 (n=1121)	Total 2008 (n=1124)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>84%</b>	<b>83%</b>	<b>81%</b>	<b>80%</b>	<b>83%</b>
Tout à fait d'accord	48%	51%	53%	48%	54%
Plutôt d'accord	36%	32%	28%	32%	29%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>19%</b>	<b>20%</b>	<b>17%</b>
Plutôt en désaccord	12%	12%	13%	14%	12%
Tout à fait en désaccord	4%	5%	6%	6%	5%

Ces résultats excluent les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 3. La perception des moyens pour réduire la vitesse (suite)

**Le photo-radar est un moyen efficace de faire ralentir les conducteurs selon 65% des titulaires d'un permis de conduire.**

#### 3.4 L'efficacité perçue du photo-radar

L'efficacité du photo-radar comme moyen pour réduire la vitesse sur les routes trouve cette année l'appui de près de deux personnes sur trois (65%). Cependant, cette proportion enregistre une diminution significative de cinq points de pourcentage par rapport à l'année précédente. Par ailleurs, 30% doutent de l'efficacité du photo-radar, soit une proportion plus élevée qu'en 2011 (26%). Cette opinion est particulièrement partagée par les sous-groupes suivants :

- les 25-34 ans (45%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (37%);
- les travailleurs (33%);
- les personnes qui résident dans la région de Montréal RMR (33%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (32%).

#### QD3. À votre avis, l'utilisation du photo-radar est-il un moyen ... pour réduire la vitesse sur les routes ?

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)	Total 2008 (n=1152)
<b>Total EFFICACE</b>	<b>65%</b>	<b>70%</b>	<b>69%</b>	<b>71%</b>	<b>68%</b>
Très efficace	27%	28%	29%	30%	31%
Assez efficace	38%	42%	40%	41%	37%
<b>Total INEFFICACE</b>	<b>30%</b>	<b>26%</b>	<b>27%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>
Peu efficace	20%	16%	16%	19%	16%
Pas du tout efficace	9%	10%	9%	8%	12%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	6%	4%	5%	2%	3%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 3. La perception des moyens pour réduire la vitesse (suite)

**Les Québécois demeurent toujours favorables à l'idée d'installer des photo-radars sur les routes du Québec.**

#### 3.5 L'opinion envers l'utilisation de photo-radars

Encore cette année, les détenteurs d'un permis de conduire se disent en faveur de l'installation de photo-radars sur les routes du Québec (72% comparativement à 74% en 2011). Cependant, plus du quart des personnes (27%) sont contre cette proposition. Les individus des sous-groupes suivants sont d'ailleurs plus nombreux à être défavorables à cette idée :

- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (39%);
- les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (34%);
- les 25-34 ans (36%) et les 35-44 ans (33%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (36%) ou de 100 000 \$ et plus (33%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (32%);
- les travailleurs (31%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (31%);
- les hommes (30%).

#### QD3B. Êtes-vous personnellement ... à l'installation de photo-radars sur les routes du Québec ?

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)
<b>Total FAVORABLE</b>	<b>72%</b>	<b>74%</b>	<b>69%</b>	<b>68%</b>
Très favorable	32%	35%	33%	32%
Plutôt favorable	40%	39%	36%	36%
<b>Total DÉFAVORABLE</b>	<b>27%</b>	<b>24%</b>	<b>30%</b>	<b>30%</b>
Plutôt défavorable	16%	12%	15%	15%
Très défavorable	11%	12%	15%	15%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	2%	2%	1%	2%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

78

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 »

La notoriété spontanée de la campagne « Vitesse 2012 » est de 52%.

#### 4.1 Le rappel spontané des publicités sur la vitesse au volant

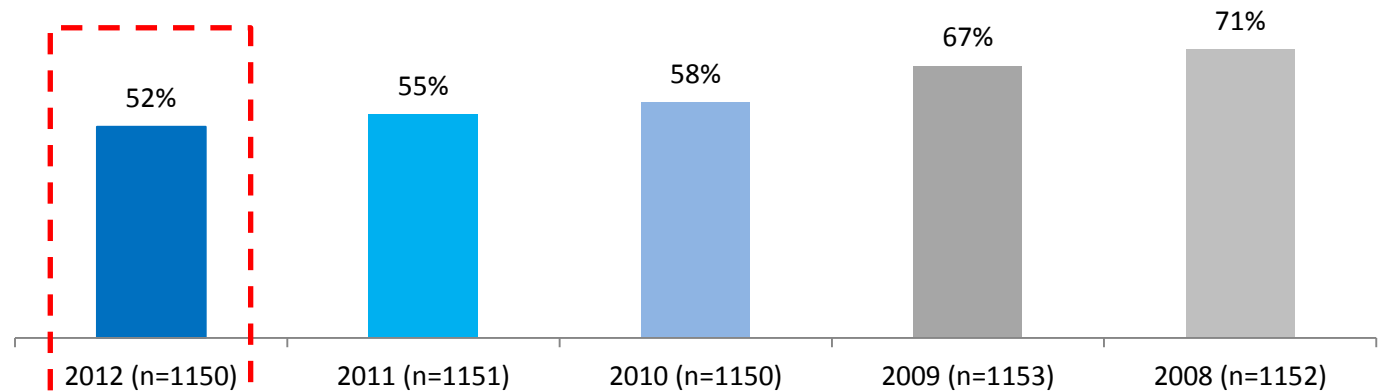
De façon spontanée, 52% des titulaires d'un permis de conduire se souviennent avoir vu, lu ou entendu de la publicité contre la vitesse au volant au cours des dernières semaines. Bien que ce résultat soit comparable à celui de 2011, on remarque une tendance à la baisse de cette mesure depuis 2008 (diminution de dix-neuf points de pourcentage). Notons que les sous-groupes suivants sont plus nombreux à affirmer avoir été exposés à de la publicité contre la vitesse au volant :

- les 16-24 ans (66%);
- les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (63%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (62%);
- les francophones (55%).

#### QB1. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu de la publicité contre la vitesse au volant?

Base : L'ensemble des répondants

Pourcentage (%) Oui





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

79

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**La notoriété spontanée de la publicité télévisée de la campagne « Annulez un accident » est de 30%.**

#### 4.2 Les éléments de publicité retenus spontanément

Parmi les personnes exposées à de la publicité contre la vitesse au volant, 30% se sont spontanément rappelées de la publicité télévisée « Annulez un accident » et seulement 1% du message Internet du même nom. En ce qui a trait aux publicités radiophoniques, celle en français jouit d'une plus grande notoriété que la publicité anglophone; 12% se sont spontanément rappelées de la publicité radiophonique francophone « Appel », contre seulement 2% pour la publicité radiophonique anglophone « Call ».

C'est également une minorité des personnes sondées qui ont évoqué les slogans de la campagne 2012 : seulement 2% pour le slogan « Annulez un accident », alors que 2% ont spontanément mentionné le slogan « Réfléchissez, ralentissez ». Notons enfin que le slogan « La vitesse tue », que la SAAQ n'utilise plus depuis plus de douze ans, est encore mentionné spontanément par 6% des répondants.

Parmi les autres mentions, 6% ont dit se souvenir de panneaux sur la route, 5% de reportages dans les médias et 5% de mentions d'accidents, de morts ou de blessés. Soulignons que 23% n'ont pas été en mesure de se prononcer ou ont préféré ne pas répondre à la question.

L'ensemble des mentions se retrouve dans le tableau des deux pages suivantes.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

80


### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

QB2A. Dites-moi ce dont vous vous rappelez comme publicité à ce propos ?

Y a-t-il autre chose dont vous vous souvenez ?

Base : Les répondants se souvenant avoir vu, lu ou entendu de la publicité sur la vitesse au volant au cours des dernières semaines

Ensemble des cinq premières mentions		Total 2012 (n=608)
PUBLICITÉ	Publicité télévisé « Annulez un accident »	30%
	Publicité radiophonique francophone « Appel »	12%
	Publicité montrant une collision entre une moto et une automobile	3%
	Publicité ou événement impliquant des jeunes	2%
	Publicité radiophonique anglophone « Call »	2%
	Message Internet « Annulez un accident »	1%
	Publicité (autre ou sans précision)	1%
SLOGAN	Slogan « La vitesse tue »	6%
	Slogan « Annulez un accident »	2%
	Slogan « Réfléchissez. Ralentissez. »	2%
	Autres slogans	1%
AUTRES	Panneaux sur la route	6%
	Reportage dans les médias (radio, télé, journaux, etc.)	5%
	Accidents / Morts / Blessés	5%

Suite à la page suivante 



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

81

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

#### QB2A. Dites-moi ce dont vous vous rappelez comme publicité à ce propos ? Y a-t-il autre chose dont vous vous souvenez ? (suite)

Base : Les répondants se souvenant avoir vu, lu ou entendu de la publicité sur la vitesse au volant  
au cours des dernières semaines

Ensemble des cinq premières mentions		Total 2012 (n=608)
AUTRES	Conduite avec facultés affaiblies	3%
	Ralentir près des chantiers routiers	3%
	Vitesse au volant	3%
	Médias en général (télévision, journaux, radio, Internet)	2%
	Rouler vite peut causer des accidents / décès	2%
	Ralentissez! / Ralentir / Ne pas rouler vite	1%
	Affichage du montant des contraventions et du nombre de points d'inaptitude	1%
	Distraction au volant	1%
	Autres	8%
	Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	23%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

82

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

La notoriété assistée de la publicité radio « Appel » francophone est de 39%.

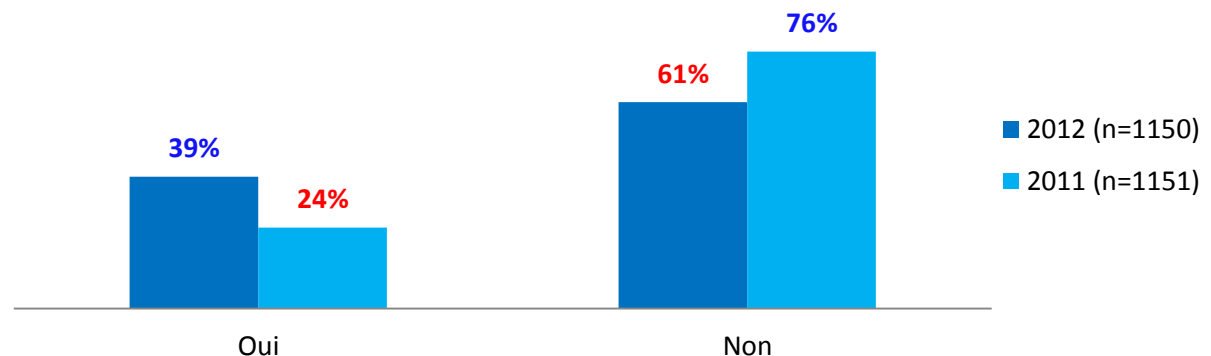
#### 4.3 La pénétration de la publicité radio francophone de la campagne 2012

Pour la campagne 2012, en plus de diffuser une publicité radio anglophone, la SAAQ a décidé d'en diffuser une en français. Après avoir entendu une description de la publicité francophone, près de quatre personnes sur dix (39% contre 24% en 2011, soit une augmentation significative de quinze points de pourcentage) disent se souvenir l'avoir entendu à la radio au cours des dernières semaines.

Les différences significatives entre les sous-groupes sont présentées à la page suivante.

**QBX. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir entendu, sur une STATION DE RADIO FRANCOPHONE, une publicité où une sonnerie de téléphone se fait entendre. Une femme demande à parler à M. Samson, qui répond par l'affirmative. Elle lui demande de ralentir. L'homme est surpris et ne comprend pas. La femme lui explique que dans quelques minutes, son fils va traverser la rue et qu'il va être frappé par le véhicule de M. Samson; son fils va perdre l'usage de ses jambes.**

Base : L'ensemble des répondants





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

83

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

La publicité radiophonique francophone a rejoint en plus grand nombre les individus des sous-groupes suivants (39% de l'ensemble) :

- les personnes qui résident dans la région de Québec RMR (48%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (48%);
- les 35-44 ans (47%);
- les conducteurs qui parcourent entre 15 000 km et 25 000 km (45%) ou plus de 25 000 km (50%) sur une base annuelle;
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (45%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau collégial (44%);
- les travailleurs (43%);
- les francophones (43%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (43%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

84

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**Une publicité radiophonique anglophone qui performe mieux par rapport à l'an dernier.**

#### 4.4 La pénétration de la publicité radio anglophone de la campagne 2012

La publicité radiophonique « Call » diffusée en anglais auprès des résidents de la région métropolitaine de Montréal a rejoint 14% d'entre eux, soit une proportion significativement plus élevée qu'en 2011 (8%, voir graphique de la page suivante). Cependant, il est important de souligner qu'en 2011, la publicité avait été diffusée par une seule station de radio anglophone. Notons par ailleurs que le taux de pénétration de cette publicité est supérieur chez les sous-groupes suivants :

- les non-francophones (25%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau collégial (19%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (17%).

Notons que la notoriété assistée de la publicité radiophonique anglophone de la campagne « Vitesse 2012 » (14%) se situe dans la norme de l'industrie de Léger Marketing pour une publicité radio au Québec de 100-200 pebs/semaine (entre 10% et 20%) et est supérieure à la norme SAAQ pour les campagnes « Vitesse » (11%).

NORMES SAAQ Notoriété assistée d'un message radio en anglais dans la région de Montréal RMR	
Campagne « Vitesse 2012 »	14%
Norme SAAQ des campagnes « Vitesse »	11%
Norme SAAQ des campagnes « Alcool »	33%
Norme SAAQ des campagnes « Piétons »	10%
Norme provinciale Léger Marketing (100-200 pebs/semaine)	10%-20%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

85

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**QBY. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir entendu, sur une STATION DE RADIO ANGLOPHONE, une publicité où une sonnerie de téléphone se fait entendre. Une femme demande à parler à M. Samson, qui répond par l'affirmative. Elle lui demande de ralentir. L'homme est surpris et ne comprend pas. La femme lui explique que dans quelques minutes, son fils va traverser la rue et qu'il va être frappé par le véhicule de M. Samson; son fils va perdre l'usage de ses jambes.**

Base : Les résidents de Montréal RMR, titulaires d'un permis de conduire valide au Québec

-TAUX DE NOTORIÉTÉ TOTALE-

	Total 2012 (n=425)	Total 2011 (n=500)	Total 2010 (n=445)	Total 2009 (n=440)	Total 2008 (n=486)
Les résidents de Montréal RMR	14%	8%	16%	12%	10%
Sexe					
<i>Homme</i>	13%	10%	16%	14%	10%
<i>Femme</i>	14%	5%	15%	10%	11%
Langue					
<i>Francophones</i>	9%	5%	11%	10%	8%
<i>Non-francophones</i>	25%	15%	28%	19%	20%

Note : Titre des publicités radio (2008 à 2010)

- Publicité radio de la campagne 2012 : « Call »
- Publicité radio de la campagne 2011 : « Interception » (une seule station)
- Publicité radio de la campagne 2010 : « Slow Motion »



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

86

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**La publicité  
télévisée a rejoint  
69% des titulaires  
d'un permis de  
conduire.**

#### 4.5 La pénétration de la publicité télévisée de la campagne 2012

De son côté, la publicité télévisée de la campagne 2012 a été vue par 69% des titulaires d'un permis de conduire au Québec. La performance de cette publicité en ce qui a trait à sa notoriété assistée est supérieure à la norme de l'industrie de Léger Marketing pour une publicité télévisée de 200 à 300 pebs/semaine qui se situe entre 45% et 60%, et à celle de la SAAQ des campagnes « Vitesse » qui se situe à 64%.

Par ailleurs, on constate que la notoriété assistée de la publicité télévisée de la campagne 2012 est nettement supérieure à celle observée au cours de l'année précédente (47%), tel qu'illustré dans le graphique de la page suivante.

Les différences significatives entre les sous-groupes en ce qui a trait de la notoriété assistée de la publicité télévisée sont présentées à la suite du graphique de la page suivante.

NORMES SAAQ Notoriété assistée d'une publicité télévisée au Québec	
Campagne « Vitesse 2012 »	69%
Norme SAAQ des campagnes « Vitesse »	64%
Norme SAAQ des campagnes « Alcool »	73%
Norme SAAQ des campagnes « Sécurité à motocyclette »	69%
Norme SAAQ des campagnes « Courtoisie »	60%
Norme SAAQ des campagnes « Piétons »	52%
Norme provinciale Léger Marketing (200-300 pebs/semaine)	45%-60%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

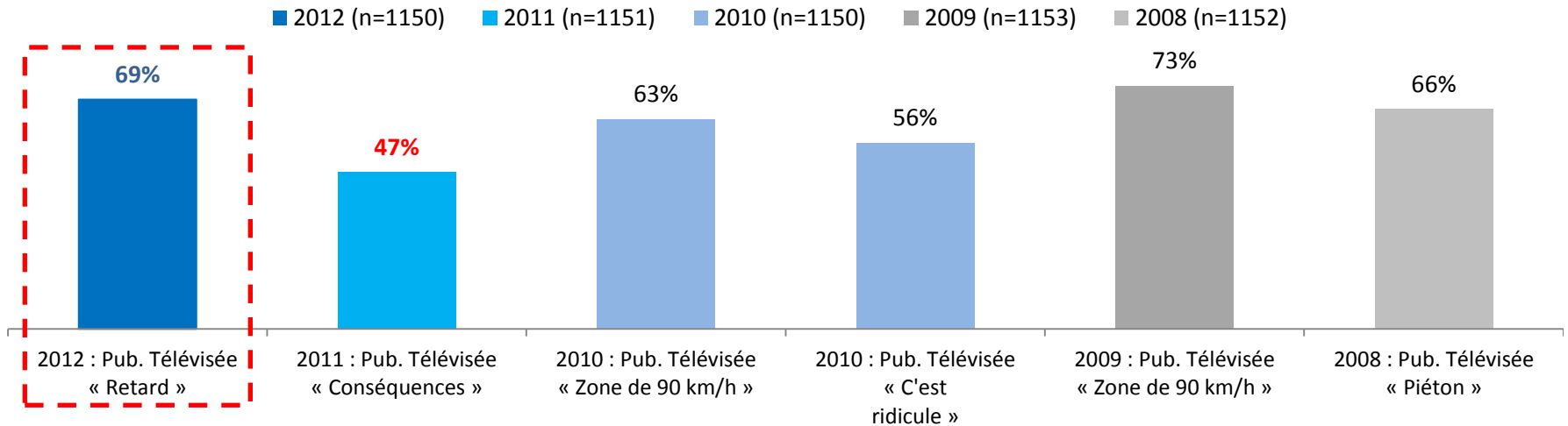
87

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**QB3A. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu à la télévision une publicité avec un conducteur et son passager qui sont en retard et qui roulent trop vite dans un quartier résidentiel, pendant qu'une jeune fille se promène en vélo dans son entrée. Une ambulance sort d'un garage avec les gyrophares allumés et la sirène se fait entendre. Le conducteur se rend compte qu'il roule trop vite et lève le pied de l'accélérateur. L'ambulance éteint ses gyrophares et rentre dans le garage. La petite fille en vélo sort de son entrée jusqu'à la rue, le véhicule du conducteur freine à temps.**

Base : L'ensemble des répondants

- TAUX DE NOTORIÉTÉ TOTALE -





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

88

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

La publicité télévisée a rejoint en plus grand nombre les personnes des sous-groupes suivants (69% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu annuel brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (79%);
- les personnes âgées de 55 à 64 ans (77%);
- les personnes qui résident dans une région autre que Québec RMR ou Montréal RMR (76%);
- les francophones (75%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (74%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (72%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

89

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**Le message Internet « Annulez un accident » a été vu par 3% des répondants.**

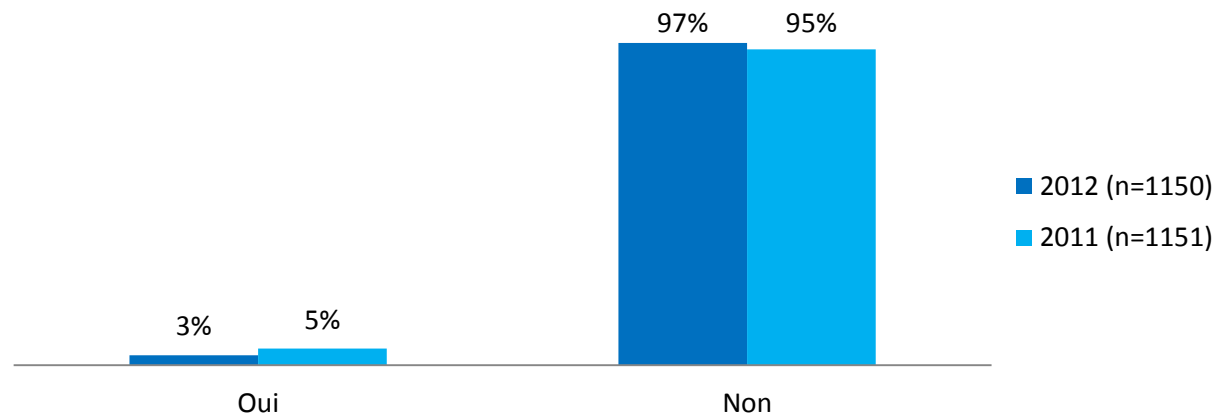
#### 4.6 La pénétration de message Internet de la campagne 2012

De façon générale, 3% des détenteurs d'un permis de conduire se souviennent avoir vu le message Internet « Annulez un accident » au cours des semaines précédant la tenue du sondage (contre 5% en 2011).

Mentionnons que ce message a plus particulièrement rejoint les personnes qui ont échangé du contenu en lien avec la vitesse au volant sur les réseaux sociaux (10%).

**QB3B. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu sur Internet une publicité où on voit dans une bannière interactive un jeune garçon avec une aiguille d'odomètre par-dessus. Quand l'animation débute, on entend un véhicule démarrer, puis accélérer. C'est alors que l'aiguille rouge bouge et lorsqu'elle traverse par-dessus le garçon, on se rend compte que ce dernier a une jambe en moins et a des béquilles. On entend par la suite le véhicule ralentir, puis l'aiguille baisse et le garçon redevient normal.**

Base : L'ensemble des répondants





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

90

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

La notoriété globale de la campagne « Vitesse 2012 » s'élève à 79%, un gain considérable depuis la dernière année (62% en 2011).

#### 4.7 La pénétration totale de la campagne 2012

Globalement, les diverses composantes de la campagne « Vitesse 2012 » ont rejoint 79% des titulaires d'un permis de conduire au Québec, ce qui est un résultat supérieur à la performance de la campagne de l'année précédente (62%). D'ailleurs, ce résultat se rapproche des taux de pénétration globale des années antérieures. En effet, lors des études précédentes, le taux de pénétration globale de la campagne était de 77% en 2010, de 74% en 2009, de 68% en 2008, de 79% en 2007 et de 73% en 2006.

Parmi les sous-groupes les plus nombreux à avoir été exposés à au moins une des composantes de la campagne 2012 se trouvent (79% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (86%);
- les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (86%);
- les personnes âgées de 55 à 64 ans (84%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (84%);
- les personnes qui résident dans une région autre que Québec RMR et Montréal RMR (84%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (84%);
- les francophones (83%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (83%);
- les travailleurs (81%).

Les résultats segmentés selon le sexe, l'occupation et l'âge des participants sont présentés dans le graphique de la page suivante.

#### Pénétration des principales composantes de la campagne 2012

	2012
Publicité radiophonique francophone (n=1150)	39%
Publicité radiophonique anglophone (n=425)	14%
Publicité télévisée (n=1150)	69%
Message Internet « Annulez un accident » (n=1150)	3%
<b>NOTORIÉTÉ TOTALE</b>	<b>79%</b>

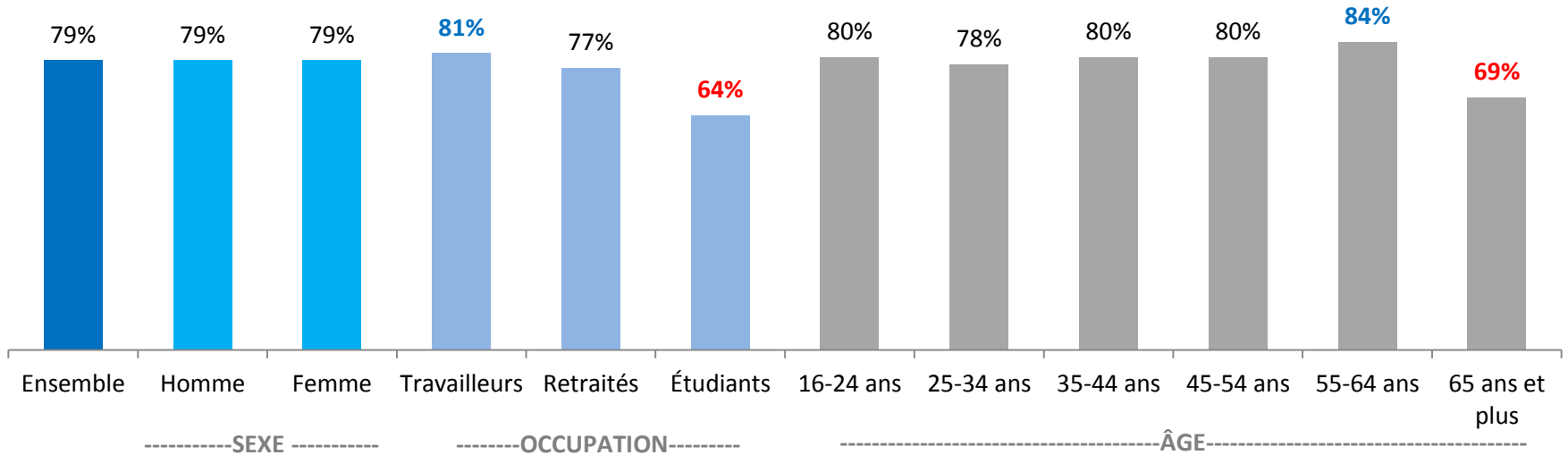


## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

#### Proportion des titulaires de permis qui ont été rejoints par la campagne 2012

Base : L'ensemble des répondants (n=1150)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

La quasi-totalité des répondants (98%) trouve les publicités 2012 faciles à comprendre.

#### 4.8 La facilité à comprendre les publicités

Les répondants exposés à au moins une des composantes de la campagne ont été interrogés sur différents aspects des publicités de la campagne 2012.

Tout d'abord, on a cherché à savoir si les publicités étaient, à leur avis, faciles à comprendre. Ainsi, on remarque que la quasi-totalité des personnes exposées à ces deux publicités (98%) les considère très faciles (58%) ou faciles (39%) à comprendre. Ce résultat est comparable aux années précédentes.

Même si ça demeure très minoritaire, soulignons que les titulaires de permis de conduire âgés de 65 ans et plus (6%), ceux qui sont retraités (4%) et ceux dont la vitesse moyenne en ville respecte la limite de vitesse permise (3%) ont davantage tendance à les trouver difficiles à comprendre (2% de l'ensemble).

#### QB4. Trouvez-vous que cette(ces) publicité(e) est(sont) ... ?

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)	Total 2010 (n=872)	Total 2009 (n=836)
<b>Total FACILE</b>	<b>98%</b>	<b>94%</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>
Très facile à comprendre	58%	51%	63%	62%
Facile à comprendre	39%	43%	34%	35%
<b>Total DIFFICILE</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>
Difficile à comprendre	1%	2%	3%	2%
Très difficile à comprendre	0%	1%	0%	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	3%	0%	0%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

93

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**Les publicités sont réalistes selon 90% des répondants.**

#### 4.9 Le réalisme des publicités

En 2012, la moitié (50%) des personnes exposées à la campagne estime que les publicités sont très réalistes, soit un résultat similaire par rapport à 2011 (49%). Par ailleurs, 40% considèrent les publicités assez réalistes, tandis que seulement 9% les estiment peu ou pas du tout réalistes. Notons toutefois que cette dernière proportion enregistre une hausse significative de trois points de pourcentage depuis la dernière année (6% en 2011).

Les femmes (94%), les conducteurs qui parcourent moins de 5 000 km (96%) ou entre 5 000 et 15 000 km (93%) annuellement, ceux dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires respecte la limite de vitesse permise (92%) et les personnes qui ont déjà échangé du contenu concernant la vitesse au volant sur les réseaux sociaux (97%) ont davantage tendance que les autres à considérer les publicités **très ou assez réalistes**.

À l'inverse, les hommes (13%), les 25-34 ans (17%), les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (13%), celles qui résident dans la région de Québec RMR (17%), les conducteurs qui parcourent plus de 25 000 km annuellement (18%), ceux dont la vitesse moyenne en ville respecte la limite de vitesse permise (11%), ceux dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (11%) et les personnes qui n'ont jamais échangé de contenu concernant la vitesse au volant sur les réseaux sociaux (11%) sont plus nombreux à qualifier les publicités de **peu ou de pas du tout réalistes**.

#### QB5. Selon vous, ces publicités sont-elles ... ?

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)	Total 2010 (n=872)	Total 2009 (n=836)	Total 2008 (n=741)
Très réalistes	50%	49%	55%	53%	59%
Assez réalistes	40%	43%	41%	41%	37%
Peu ou pas du tout réalistes	9%	6%	4%	4%	4%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

94

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

La notoriété spontanée du slogan « Annulez un accident » est de 5%, alors que « Réfléchissez, ralentissez » obtient une notoriété spontanée de 3%.

#### 4.10 La notoriété spontanée des slogans de la campagne 2012

Lorsque l'on demande aux personnes exposées à la campagne « Vitesse 2012 » quel était le slogan utilisé dans les publicités, 5% mentionnent avec justesse le slogan « Annulez un accident » et 3% le slogan « Réfléchissez, ralentissez ».

Le slogan le plus cité est « La vitesse tue » (9%), dont la notoriété spontanée a toutefois diminué de douze points de pourcentage depuis 2011.

On observe également que plus des trois quarts (76%) des répondants ne sont pas en mesure de se prononcer ou préfèrent ne pas répondre, alors que cette proportion s'élevait à 69% l'an dernier. Il s'agit d'une hausse significative depuis 2011.

#### QB10. Pouvez-vous me dire le slogan qui était utilisé dans ces publicités sur la vitesse au volant ?

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

Ensemble des trois premières mentions	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)	Total 2010 (n=872)	Total 2009 (n=836)	Total 2008 (n=741)
La vitesse tue.	9%	21%	10%	8%	14%
<b>Annulez un accident</b>	5%	7%	--	--	--
<b>Réfléchissez. Ralentissez.</b>	3%	2%	--	--	--
Ralentissez / Roulez moins vite.	3%	--	--	--	--
Prendre quelques minutes de plus pour vivre. Ne pas se presser pour être en vie.	1%	1%	--	1%	n.a.
Pensez-y. Ralentissez. « Vitesse 2003 et 2004 »	1%	--	1%	1%	2%
Rallentir pour sauver des vies / Ralentir pour éviter un accident	1%	--	--	--	--
Autres	2%	4%	11%	13%	6%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	76%	69%	80%	69%	79%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

95

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

Plus de sept  
répondants sur dix  
(71%) ayant été  
exposés à la  
campagne se  
souviennent du  
slogan  
« Réfléchissez,  
ralentissez » de  
façon assistée.

La notoriété  
assistée pour le  
slogan « Annulez  
un accident » est,  
quant à elle, de  
50% chez les  
mêmes personnes.

#### 4.11 La pénétration des slogans de la campagne 2012

De façon assistée, 50% des personnes exposées à la campagne « Vitesse 2012 » se souviennent du slogan « Annulez un accident ». Ce résultat est significativement plus élevé auprès des 35-44 ans (60%), des personnes qui résident dans la région de Québec RMR (64%), des répondants qui avaient été préalablement exposés à la publicité radiophonique francophone (56%) et à la publicité télévisée (52%).

Le slogan « Réfléchissez, ralentissez » a, quant à lui, rejoint 71% des personnes exposées à la campagne. Le taux de pénétration de ce slogan est notamment plus élevé auprès des personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (76%), des résidents d'une région autre que Québec RMR ou Montréal RMR (76%), des répondants qui avaient été préalablement exposés à la publicité radiophonique anglophone (82%) et des personnes ayant déjà diffusé du contenu concernant la vitesse au volant sur les réseaux sociaux (90%).

Les résultats détaillés sont présentés dans le graphique de la page suivante.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

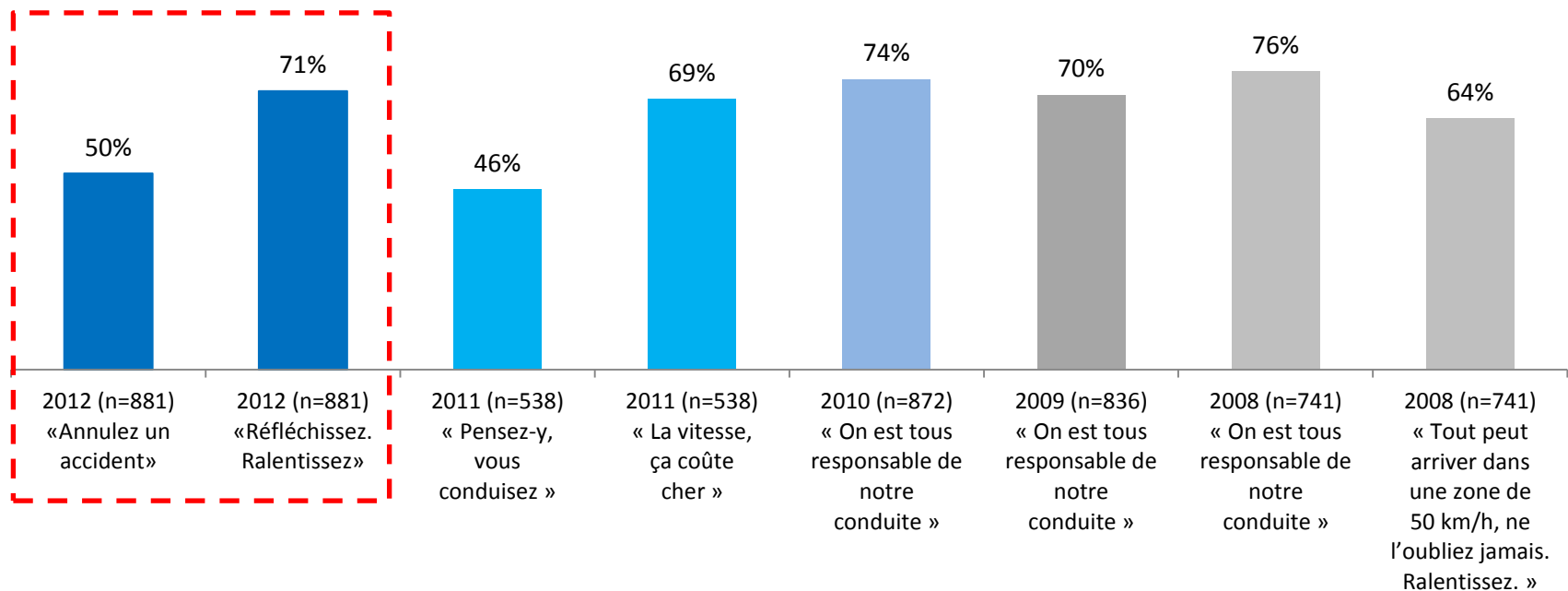
96

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

QBZ1-QBZ2. Vous souvenez-vous d'avoir vu ou entendu le slogan « Annulez un accident » / « Réfléchissez, ralentissez » ?

Base : L'ensemble des répondants

Pourcentage (%) Oui





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

97

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**Le message des publicités a bien été compris par les Québécois exposés à la campagne.**

#### 4.12 Le message véhiculé par les publicités

Les principaux messages véhiculés par les publicités de la campagne 2012 ont bien été saisis par le public. De fait, 56% des personnes exposées à la campagne ont mentionné l'incitation à réduire sa vitesse et de respecter les limites prescrites par la loi.

De manière générale, les principaux messages soulevés par les répondants sont en lien avec la réduction de la vitesse, les conséquences des excès de vitesse et la responsabilité du conducteur.

L'ensemble des mentions est présenté dans le tableau des deux pages suivantes.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

98

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

#### QB13A. D'après vous, quelle est l'idée principale qu'on essaie de communiquer par ces publicités ? Y a-t-il autre chose ?

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

Trois mentions possibles	Total 2012 (n=881)
On doit ralentir, respecter les limites de vitesse ou ne pas aller trop vite sur la route	56%
On doit réfléchir quand on est au volant de son véhicule et agir de façon intelligente	10%
De respecter les limites de vitesse	8%
Inciter à réduire sa vitesse de conduite	8%
On a le pouvoir d'annuler ou d'éviter un accident sur la route	7%
La vitesse tue	5%
Être prudent sur la route/faire attention sur la route	5%
D'être attentif sur la route / lorsqu'on conduit	4%
Rouler plus vite pour gagner du temps augmente le risque d'accident	4%
La vitesse au volant est dangereuse	4%
Qu'on peut tuer quelqu'un si on roule trop vite	4%
Qu'on doit prendre son temps/aller moins vite	4%
Avertir les gens / Sensibiliser les gens	3%
On est tous responsable de notre conduite	3%
Qu'on peut blesser quelqu'un si on roule trop vite	2%
On peut éviter des accidents / être prudent, ralentir peut nous éviter des accidents	2%
Ça peut causer des accidents (graves)	2%

Suite à la page suivante →



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

99

### 4. La notoriété, l'évaluation et la compréhension de la campagne publicitaire « Vitesse 2012 » (suite)

**QB13A. D'après vous, quelle est l'idée principale qu'on essaie de communiquer par ces publicités ?**

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

Trois mentions possibles	Total 2012 (n=881)
Mieux planifier ses déplacements	2%
Réduire son stress	1%
Un accident ça frappe beaucoup de monde	1%
Rouler plus vite pour gagner du temps c'est ridicule	1%
Les zones de 50 km/h sont particulièrement dangereuses.	1%
Notre comportement/état d'esprit peu nuire à notre conduite	1%
On n'est pas seul sur la route/penser aux autres	1%
Un accident ça peut arriver à tout le monde / à n'importe qui	1%
Autres	2%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

100

### 5. L'impact perçu des publicités

Les publicités ont amené 87% des personnes qui se souviennent y avoir été exposées à réfléchir sur la vitesse au volant.

#### 5.1 La conscientisation sur la vitesse au volant

Les titulaires de permis se souvenant avoir été exposés à l'une des composantes de la campagne ont ensuite été interrogés sur les impacts de celles-ci. Dans un premier temps, on observe que 87% des répondants estiment que les publicités les ont fait réfléchir sur la vitesse au volant. Il s'agit d'un résultat supérieur à celui observé l'année précédente (81%), voire des dernières années.

On observe peu de différences statistiquement significatives selon les sous-groupes de répondants.

#### QC2A. Degré d'accord avec l'affirmation : Ces publicités vous ont fait réfléchir sur la vitesse au volant.

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)	Total 2010 (n=872)	Total 2009 (n=836)	Total 2008 (n=741)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>87%</b>	<b>81%</b>	<b>82%</b>	<b>83%</b>	<b>85%</b>
Tout à fait d'accord	52%	49%	51%	50%	58%
Plutôt d'accord	35%	32%	31%	33%	27%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>12%</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>	<b>13%</b>
Plutôt en désaccord	8%	9%	9%	10%	8%
Tout à fait en désaccord	4%	9%	8%	6%	6%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	1%	1%	1%	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 5. L'impact perçu des publicités (suite)

**Ce sont 40% des répondants rejoints par les publicités qui ont réduit leur vitesse au volant.**

#### 5.2 L'incitation à réduire personnellement sa vitesse au volant

Parmi les titulaires de permis qui se souviennent avoir été exposés à l'une des composantes de la campagne, 40% affirment avoir personnellement réduit leur vitesse au volant à la suite de ces publicités, 20% affirment le contraire et 39% estiment conduire déjà à basse vitesse. D'une part, notons que la proportion de répondants qui n'ont pas personnellement réduit leur vitesse au volant à la suite de ces publicités enregistre une diminution significative de quatorze points de pourcentage par rapport à l'année précédente (34% en 2011). D'autre part, la proportion des répondants qui affirment conduire déjà à basse vitesse a connu une hausse significative de seize points de pourcentage par rapport à l'année précédente (23% en 2011).

Les différences significatives entre les sous-groupes qui sont **en désaccord** avec cet énoncé sont présentées à la page suivante.

#### QC2B. Degré d'accord avec l'affirmation : Suite à ces publicités, vous avez personnellement réduit votre vitesse au volant.

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>40%</b>	<b>41%</b>
Tout à fait d'accord	18%	22%
Plutôt d'accord	22%	19%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>20%</b>	<b>34%</b>
Plutôt en désaccord	<b>12%</b>	<b>19%</b>
Tout à fait en désaccord	<b>8%</b>	<b>15%</b>
Conduit déjà à basse vitesse	<b>39%</b>	<b>23%</b>
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	2%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

102

### 5. L'impact perçu des publicités (suite)

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **ne pas avoir réduit leur vitesse** au volant à la suite de ces publicités (20% de l'ensemble) :

- les répondants qui n'avaient pas été exposés préalablement à la publicité télévisée (34%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (32%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (29%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (28%);
- les 25-34 ans (28%) et les 35-44 ans (26%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (26%);
- les travailleurs (22%);
- les francophones (21%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 5. L'impact perçu des publicités (suite)

À la suite des publicités, 52% des conducteurs exposés aux publicités affirment respecter davantage les limites de vitesse.

#### 5.3 L'incitation à respecter les limites de vitesse

À la suite de la campagne, 52% des titulaires de permis qui se souviennent y avoir été exposés disent respecter davantage les limites de vitesse (diminution de six points de pourcentage depuis 2011), 13% affirment le contraire (diminution de sept points de pourcentage depuis 2011) et 33% estiment respecter déjà les limites de vitesse (hausse de treize points de pourcentage depuis 2011).

Les différences significatives entre les sous-groupes qui sont **en désaccord** avec cet énoncé sont présentées à la page suivante.

#### QC2C. Degré d'accord avec l'affirmation : Suite à ces publicités, vous respectez davantage les limites de vitesse.

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>52%</b>	<b>58%</b>
Tout à fait d'accord	27%	31%
Plutôt d'accord	26%	27%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>13%</b>	<b>20%</b>
Plutôt en désaccord	<b>9%</b>	<b>13%</b>
Tout à fait en désaccord	<b>4%</b>	<b>7%</b>
Respecte déjà les limites de vitesse	<b>33%</b>	<b>20%</b>
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	2%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

104

### 5. L'impact perçu des publicités (suite)

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à être **en désaccord** avec l'énoncé (13% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (21%) ou de 100 000 \$ et plus (24%);
- les 25-34 ans (23%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (22%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne en ville dépasse la limite de vitesse permise (20%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (18%);
- les travailleurs (15%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 5. L'impact perçu des publicités (suite)

**Les publicités ont fait réfléchir 92% des personnes qui se souviennent y avoir été exposées.**

#### 5.4 La conscientisation sur le risque encouru de tuer ou de blesser quelqu'un

Parmi les personnes qui se souviennent avoir été exposées à l'une des composantes de la campagne, 92% sont d'avis que ces publicités les ont fait réfléchir au risque de tuer ou blesser quelqu'un à cause de la vitesse, soit un résultat nettement supérieur à celui de 2011 (80%).

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à affirmer que les publicités **ne les ont pas incités à la réflexion** sur le risque de tuer ou de blesser quelqu'un (8% de l'ensemble) :

- les personnes qui résident dans la région de Québec RMR (16%);
- les personnes possédant une scolarité de niveau universitaire (14%);
- les hommes (10%).

#### QC2D. Degré d'accord avec l'affirmation : Ces publicités vous ont fait réfléchir sur le risque de tuer ou blesser quelqu'un à cause de la vitesse.

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)	Total 2010 (n=872)	Total 2009 (n=836)	Total 2008 (n=741)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>92%</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>	<b>83%</b>	<b>88%</b>
Tout à fait d'accord	62%	51%	53%	56%	66%
Plutôt d'accord	29%	29%	27%	27%	23%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>8%</b>	<b>19%</b>	<b>19%</b>	<b>15%</b>	<b>11%</b>
Plutôt en désaccord	5%	9%	10%	9%	6%
Tout à fait en désaccord	3%	10%	9%	6%	5%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	1%	1%	2%	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 5. L'impact perçu des publicités (suite)

**Les publicités ont conscientisé 89% des personnes qui se souviennent y avoir été exposées.**

#### 5.5 La conscientisation sur le risque d'avoir un accident

Parmi les titulaires de permis qui se souviennent avoir été exposés à la campagne, 89% sont d'avis que ces publicités leur ont fait prendre conscience qu'ils peuvent réduire le risque d'avoir un accident en diminuant la vitesse à laquelle ils roulent. Ce résultat est comparable à 2011 (87%).

Les personnes qui sont **en désaccord** avec l'énoncé sont plus particulièrement (10% de l'ensemble) :

- les 25-34 ans (16%);
- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (15%);
- les hommes (13%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (12%);
- les conducteurs qui parcourent entre 5 000 km et 15 000 km annuellement (12%).

**QC2E. Degré d'accord avec cette affirmation : Cette (ces) publicité(s) vous a (ont) fait prendre conscience que vous pouvez réduire le risque d'avoir un accident en diminuant la vitesse à laquelle vous roulez.**

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)	Total 2010 (n=872)	Total 2009 (n=836)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>89%</b>	<b>87%</b>	<b>88%</b>	<b>89%</b>
Tout à fait d'accord	58%	61%	62%	64%
Plutôt d'accord	31%	26%	26%	25%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>10%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>
Plutôt en désaccord	7%	4%	5%	6%
Tout à fait en désaccord	3%	8%	6%	4%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	1%	1%	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 5. L'impact perçu des publicités (suite)

Plus des trois quarts des personnes qui se souviennent avoir été exposées aux publicités (76%) sont d'avis que celles-ci sont efficaces pour les sensibiliser aux dangers et aux conséquences de la vitesse au volant.

#### 5.6 La sensibilisation aux dangers et aux conséquences de la vitesse

Parmi les titulaires de permis qui se souviennent avoir été exposés à la campagne publicitaire, 76% jugent que ces publicités sont assez ou très efficaces pour les sensibiliser aux dangers et aux conséquences de la vitesse au volant. Il s'agit d'une hausse significative depuis la dernière année (70%). Mentionnons que 22% les jugent inefficaces.

D'ailleurs, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à considérer que ces publicités sont peu ou pas du tout efficaces (22% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ (32%);
- les 25-34 ans (31%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires dépasse la limite de vitesse permise (25%).

#### QC4. Diriez-vous que cette (ces) publicité(s) est (sont) ... pour vous sensibiliser aux dangers et aux conséquences de la vitesse au volant ?

Base : Les répondants ayant été exposés à au moins une composante de la campagne (radio, télévision, Internet)

	Total 2012 (n=881)	Total 2011 (n=538)	Total 2010 (n=872)	Total 2009 (n=836)	Total 2008 (n=741)
<b>Total EFFICACE</b>	<b>76%</b>	<b>70%</b>	<b>73%</b>	<b>75%</b>	<b>84%</b>
Très efficace	27%	18%	21%	27%	39%
Assez efficace	49%	52%	52%	48%	45%
<b>Total INEFFICACE</b>	<b>22%</b>	<b>29%</b>	<b>27%</b>	<b>23%</b>	<b>15%</b>
Peu efficace	18%	24%	22%	17%	10%
Pas du tout efficace	3%	5%	5%	6%	5%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 6. La sensibilité à la publicité

**La publicité télévisée demeure le type de publicité qui attire le plus l'attention des titulaires de permis.**

#### 6.1 Le type de publicité qui attire le plus l'attention

Comme par les années passées, on constate que la publicité télévisée est le type de publicité qui attire le plus l'attention des répondants (58%). Viennent ensuite la publicité radio (18%), la publicité dans les journaux ou les imprimés (12%) et la publicité sur Internet (5%). Notons que 6% des répondants estiment ne pas être sensibles à la publicité.

Mentionnons également que, comparativement aux résultats de l'année précédente, la publicité radio a connu une hausse significative de sept points de pourcentage, passant de 11% à 18%. Il s'agit d'ailleurs de la plus grande proportion qu'elle ait connue depuis 2008. À l'inverse, l'effet de la publicité dans les journaux ou les imprimés tend à diminuer; elle enregistre sa plus faible proportion depuis 2008.

#### QE5. Dans l'ensemble, quel type de publicité attire LE PLUS votre attention ? Est-ce ... ?

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)	Total 2008 (n=1152)
Publicité télévisée	58%	61%	57%	62%	62%
Publicité radio	18%	11%	13%	12%	13%
Publicité dans les journaux ou les imprimés	12%	15%	17%	14%	14%
Publicité sur internet	5%	7%	6%	5%	3%
Pas sensible à la publicité	6%	5%	6%	5%	7%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	1%	1%	1%	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 6. La sensibilité à la publicité (suite)

Seulement le quart des répondants (24%) aiment regarder les publicités présentées au cinéma.

#### 6.2 L'intérêt à l'égard des publicités présentées au cinéma avant les bandes-annonces

Interrogés à savoir s'ils aiment regarder les publicités présentées avant les films au cinéma, 24% des répondants affirment aimer cela beaucoup ou assez tandis que 58% aiment peu ou pas du tout regarder ce type de publicités. Notons que 17% des répondants ne se sont pas prononcés.

**QE4. De façon générale, diriez-vous que vous aimez regarder les publicités présentées avant le film principal ? On parle bien ici des publicités présentées avant le film et non pas des bandes-annonces.**

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)	Total 2008 (n=1152)
<b>Total OUI</b>	<b>24%</b>	<b>24%</b>	<b>27%</b>	<b>24%</b>	<b>29%</b>
Beaucoup	5%	6%	8%	7%	9%
Assez	19%	18%	19%	17%	20%
<b>Total NON</b>	<b>58%</b>	<b>61%</b>	<b>57%</b>	<b>59%</b>	<b>52%</b>
Peu	22%	22%	20%	22%	20%
Pas du tout	36%	39%	37%	37%	32%
Ne se souvient pas d'en avoir vu / Ne va jamais au cinéma / Ne sait pas	17%	15%	16%	17%	19%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 6. La sensibilité à la publicité (suite)

L'intérêt pour les publicités sur les sites Internet a diminué, passant de 38% en 2011 à 19%.

#### 6.3 L'intérêt à l'égard de la publicité sur Internet

Parmi les titulaires de permis qui naviguent sur Internet, 80% affirment ne jamais regarder les publicités qui apparaissent sur les sites Internet (pop up, bandeau ou autre type de publicité), soit une hausse de vingt-et-un points de pourcentage depuis 2011 (61%). Alors, 17% des répondants affirment les regarder à l'occasion, ce qui représente une diminution comparativement à 2011 (33%) et seulement 2% affirment les regarder souvent (contre 5% en 2011).

Les personnes les plus enclines à regarder **souvent** les publicités sur les sites Internet sont (2% de l'ensemble) :

- les personnes dont le revenu familial brut est inférieur à 20 000 \$ (13%);
- les étudiants (9%);
- les personnes qui ont déjà partagé du contenu concernant la vitesse au volant sur les réseaux sociaux (6%);
- les conducteurs qui parcourent moins de 5000 km annuellement (5%);
- les conducteurs dont la vitesse moyenne sur les routes secondaires respecte la limite de vitesse permise (4%).

#### QE7. Habituellement, regardez-vous les publicités qui apparaissent sur les sites Internet (pop up, bandeau ou autre type de publicité) ?

Base : Les répondants qui naviguent sur Internet

	Total 2012 (n=876)	Total 2011 (n=868)	Total 2010 (n=881)	Total 2009 (n=803)	Total 2008 (n=719)
Souvent	2%	5%	4%	3%	3%
À l'occasion	17%	33%	26%	26%	22%
Jamais	80%	61%	69%	70%	74%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer, qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 7. Les habitudes médias

**En 2012, le temps d'écoute de la télévision des titulaires de permis demeure stable (moyenne de 12,9 heures en 2012 comparativement à 12,5 heures en 2011).**

#### 7.1 Le nombre d'heures d'écoute de la télévision chaque semaine

En 2012, 42% des titulaires de permis regardent la télévision plus de 10 heures par semaine, 26% de six à 10 heures et 29% cinq heures ou moins. Ainsi, les répondants passent en moyenne 12,9 heures devant le petit écran chaque semaine, soit une moyenne comparable à celle de 2011 (12,5 heures). Ceci confirme donc que la télévision demeure un média très important pour les Québécois.

**QE1. En moyenne, combien d'heures d'écoute de la télévision faites-vous chaque semaine ?**

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)	Total 2008 (n=1152)
5 heures ou moins	29%	30%	26%	33%	28%
6 à 10 heures	26%	27%	26%	25%	27%
Plus de 10 heures	42%	42%	46%	41%	44%
<b>Moyenne</b>	<b>12,9</b>	<b>12,5</b>	<b>13,8</b>	<b>12,2</b>	<b>12,8</b>



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 7. Les habitudes médias (suite)

**TVA et Radio-Canada demeurent les chaînes télévisées les plus regardées par les détenteurs d'un permis de conduire.**

#### 7.2 Les stations de télévision regardées

Encore cette année, la station de télévision la plus regardée par les titulaires de permis demeure TVA, 49% des répondants l'ayant mentionnée parmi les trois stations qu'ils regardent le plus fréquemment (50% en 2011). Radio-Canada (SRC) occupe la seconde place avec 36% des mentions totales (39% en 2011). Suivent ensuite, plus loin derrière, RDS (14%), V (14%), LCN (13%) et Food Network (13%).

TVA et Radio-Canada (SRC) sont également les chaînes les plus souvent citées en première mention.

#### QE2. Quelles sont les trois stations de télévision que vous regardez personnellement le plus souvent ?

Base : L'ensemble des répondants

Trois mentions possibles	Total des 3 mentions (n=1150)	1 <sup>ère</sup> mention (n=1150)
TVA	49%	29%
Radio-Canada (SRC)	36%	17%
RDS (Réseau des sports)	14%	5%
V (anciennement TQS)	14%	2%
LCN	13%	6%
Food Network	13%	4%
Canal Vie	12%	2%
Télétoon	12%	5%
Canal Découverte / Canal D	11%	3%
Canal Z	9%	3%
CTV	7%	2%
TV5	7%	3%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS


113

### 7. Les habitudes médias (suite)

#### QE2. Quelles sont les trois stations de télévision que vous regardez personnellement le plus souvent ? (suite)

Base : L'ensemble des répondants

Trois mentions possibles	Total des 3 mentions (n=1150)	1 <sup>ère</sup> mention (n=1150)
Télé Québec	5%	1%
Super Écran	5%	1%
CNN	4%	2%
RDI	3%	1%
CBS	3%	1%
ABC	2%	1%
NBC	2%	1%
Série Plus	2%	1%
PBS	2%	1%
Musique Plus	2%	1%
Art TV	2%	1%
Fox	2%	1%
TLC	2%	1%
Space	2%	1%
TSN	1%	0%
CBC	1%	0%
Canal Évasion	1%	0%

Suite à la page suivante 



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

114

### 7. Les habitudes médias (suite)

#### QE2. Quelles sont les trois stations de télévision que vous regardez personnellement le plus souvent ? (suite)

Base : L'ensemble des répondants

Trois mentions possibles	Total (n=1150)	1 <sup>ère</sup> mention (n=1150)
Historia	1%	0%
Discovery	1%	0%
MeteoMedia	1%	0%
CFCF	1%	0%
Vrak TV, Canal famille	1%	0%
Much Musique	1%	1%
Global	1%	1%
AddikTV	1%	0%
CASA	1%	0%
Autres	3%	3%
Aucun canal en particulier	1%	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

115

### 7. Les habitudes médias (suite)

La proportion de répondants n'allant jamais au cinéma est moins élevée qu'en 2011.

#### 7.3 La fréquence de visite au cinéma

En 2012, on observe une diminution de la proportion de répondants disant ne jamais aller au cinéma (36% contre 43% en 2011). Par ailleurs, 39% disent plutôt aller au cinéma une à trois fois par année, ce qui représente une hausse de six points de pourcentage par rapport à l'an dernier. La proportion de répondants qui vont au cinéma plus de trois fois par année (25%) est stable depuis 2011.

#### QE3. Au cours des 12 derniers mois, combien de fois environ êtes-vous allé au cinéma ?

Base : L'ensemble des répondants

	Total 2012 (n=1150)	Total 2011 (n=1151)	Total 2010 (n=1150)	Total 2009 (n=1153)	Total 2008 (n=1152)
Plus de 20 fois	2%	3%	2%	3%	4%
11 à 20 fois	4%	4%	7%	6%	5%
4 à 10 fois	19%	17%	19%	17%	20%
1 à 3 fois	39%	33%	35%	31%	30%
Jamais	36%	43%	37%	42%	40%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 7. Les habitudes médias (suite)

**Les répondants utilisent principalement l'ordinateur à la maison pour naviguer sur Internet (44%).**

#### 7.4 L'utilisation d'un ordinateur à la maison

En 2012, 84% des détenteurs d'un permis de conduire possèdent un ordinateur à la maison. Ces personnes utilisent principalement un ordinateur à la maison pour la navigation sur Internet (44%), l'échange de courriels (33%) et l'accomplissement de tâches liées au travail ou aux études (29%).

Parmi les motifs d'utilisation les plus populaires, on retrouve également le fait de faire des achats sur Internet (12%), de jouer à des jeux vidéo (12%), de participer à des blogues ou à des forums de discussion (8%) et d'utiliser la messagerie instantanée pour communiquer (8%).

#### QE6A. Pour quelle(s) raison(s) utilisez-vous un ordinateur à la maison ?

Base : Les répondants qui ont un ordinateur à la maison

Trois mentions possibles	Total 2012 (n=964)	Total 2011 (n=927)	Total 2010 (n=907)	Total 2009 (n=859)
Navigaison sur Internet (recherche documentaire, écouter la radio sur Internet, écouter des émissions de télévision)	44%	47%	50%	50%
Courriel	33%	37%	34%	41%
Devoir / Travail	29%	29%	31%	34%
Faire des achats sur Internet (payer des comptes, acheter des disques, livres, etc.)	12%	13%	10%	12%
Jeux vidéo (sur Internet ou sur l'ordinateur)	12%	12%	9%	10%
Participation à des blogues, des forums, des sites de rencontre, des sites de profils personnels	8%	10%	7%	3%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

117

### 7. Les habitudes médias (suite)

#### QE6A. Pour quelle(s) raison(s) utilisez-vous un ordinateur à la maison ? (suite)

Base : Les répondants qui ont un ordinateur à la maison

Trois mentions possibles	Total 2012 (n=964)	Total 2011 (n=927)	Total 2010 (n=907)	Total 2009 (n=859)
Messagerie instantanée	8%	6%	6%	11%
Finances / Transactions financières	3%	1%	4%	--
Film / Vidéo	3%	4%	2%	2%
Lecture des nouvelles (journaux en ligne)	2%	2%	3%	--
Musique	2%	2%	2%	3%
Télécharger des fichiers sur Internet (film, musique, livre, logiciel, etc.)	2%	2%	2%	3%
Loisir et divertissement (en général)	2%	4%	6%	4%
Pour communiquer (SAI)	2%	1%	2%	--
N'utilise pas d'ordinateur	3%	--	--	--
Autres	2%	4%	5%	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	--	2%	3%	4%



# ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## 7. Les habitudes médias (suite)

Près de six titulaires d'un permis qui naviguent sur Internet sur dix (58%) sont fidèles aux sites qu'ils visitent.

### 7.5 Les habitudes de navigation sur Internet

#### 7.5.1 Les habitudes de navigation sur Internet

Parmi les répondants qui naviguent sur Internet, 58% se disent plutôt fidèles aux sites qu'ils visitent et 39% peu fidèles. Ces résultats sont comparables à ceux des deux dernières années.

**QE6B. De façon générale lorsque vous naviguez sur Internet, diriez-vous que vous êtes fidèle à des sites ou plutôt que vous avez tendance à en visiter plusieurs, sans vraiment être fidèle à l'un d'eux ?**

Base : Les répondants qui naviguent sur Internet

	Total 2012 (n=876)	Total 2011 (n=868)	Total 2010 (n=881)	Total 2009 (n=803)	Total 2008 (n=719)
Plutôt fidèle	58%	56%	56%	57%	50%
Peu fidèle / En visite plusieurs	39%	43%	42%	41%	49%

Le complément à 100% représente les répondants qui ne sont pas en mesure de se prononcer, qui ont préféré ne pas répondre à la question ou qui considèrent que les excès de vitesse ne constituent pas du tout un problème.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 7. Les habitudes médias (suite)

**Les sites Internet gouvernementaux dédiés à la prévention de la santé et des problèmes sociaux sont visités par 46% des personnes sondées.**

#### 7.5.2 La fréquentation de sites Internet gouvernementaux dédiés à la prévention de la santé et des problèmes sociaux

Plus de la moitié des répondants ne visitent jamais de sites Internet gouvernementaux visant la prévention de la santé ou des problèmes sociaux (54%), alors que près de quatre personnes sur dix (39%) les visitent à l'occasion. Enfin, une minorité (7%) visite ces sites souvent. Ces résultats sont stables dans le temps.

**QE6C. Visitez-vous souvent, à l'occasion ou jamais des sites Internet gouvernementaux visant la prévention de la santé ou des problèmes sociaux (ex. port du condom, violence conjugal, drogue, infections transmises sexuellement, sécurité routière, sécurité au travail) ?**

Base : Les répondants qui naviguent sur Internet

	Total 2012 (n=876)	Total 2011 (n=868)	Total 2010 (n=881)	Total 2009 (n=803)
Souvent	7%	7%	7%	7%
À l'occasion	39%	35%	36%	37%
Jamais	54%	57%	56%	54%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	0%	1%	1%	1%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

### 7. Les habitudes médias (suite)

Les principaux motifs pour ne pas visiter de façon régulière les sites Internet gouvernementaux visant la prévention de la santé ou des problèmes sociaux demeurent le manque d'intérêt (52%), le fait de ne pas se sentir concerné par ces sites (12%; diminution de cinq points de pourcentage depuis 2011) et le manque de temps (12%). L'ensemble des mentions est présenté dans le tableau ci-dessous.

#### QE6D. Pourquoi ne visitez-vous pas régulièrement ces sites ?

Base : Les répondants qui ne naviguent pas souvent sur les sites gouvernementaux

Trois mentions possibles	Total 2012 (n=807)	Total 2011 (n=810)	Total 2010 (n=817)	Total 2009 (n=737)
Pas d'intérêt	52%	50%	47%	57%
Ne me concerne pas	12%	17%	18%	15%
Pas le temps	12%	13%	10%	12%
Je visite ces sites au besoin / Je visite ces sites pour des informations spécifiques	8%	6%	6%	5%
Ne les connaît pas	5%	6%	4%	5%
Je n'utilise pas Internet souvent / Je n'utilise pas les ordinateurs souvent	3%	4%	5%	3%
J'oublie / Je n'y pense pas	3%	2%	2%	--
J'ai d'autres sources d'informations	2%	4%	4%	2%
Pas assez de publicités/ Pas de publicité accrocheuse	1%	--	--	--
La navigation sur ces sites est compliquée	1%	1%	1%	--
J'y vais seulement dans le cadre de mon travail	0%	1%	1%	--
Trop moralisateur	0%	1%	--	1%
Je n'en ai pas eu l'occasion	3%	--	1%	--
Autres	3%	1%	3%	4%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	--	6%	6%	6%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

121

### 7. Les habitudes médias (suite)

**Les répondants qui discutent et échangent du contenu lié à la vitesse au volant via les médias sociaux (13%) sont aussi nombreux que l'année passée.**

#### 7.6 Les habitudes de navigation sur les médias sociaux

En ce qui a trait à l'utilisation des médias sociaux pour discuter et échanger du contenu en lien avec la vitesse, on constate que 13% des répondants qui naviguent sur Internet affirment avoir eu recours au cours du dernier mois à des médias sociaux, tels que Facebook ou Twitter, pour partager avec des proches du contenu lié à la vitesse au volant. Il s'agit d'un résultat statistiquement stable aux deux dernières années.

**TWIT. Au cours du dernier mois, vous est-il arrivé de discuter ou d'échanger du contenu en lien avec la vitesse au volant avec des amis, des parents ou des proches par l'intermédiaire des médias sociaux, tels que Facebook ou Twitter, ou en visitant et donnant des commentaires sur des blogues ?**

Base : Les répondants qui naviguent sur Internet

	Total 2012 (n=876)	Total 2011 (n=868)	Total 2010 (n=881)
Oui	13%	15%	11%
Non	87%	84%	88%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	0%	1%	1%



**ANNEXES**



## ANNEXES

### Annexe 1 : Composition détaillée des cinq grandes régions administratives

À des fins d'analyse, les régions du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions administratives

<b>MONTRÉAL (région métropolitaine de recensement [RMR])</b>
Montréal
Laval
Lanaudière (partie Montréal RMR)
Laurentides (partie Montréal RMR)
Montérégie (partie Montréal RMR)
<b>QUÉBEC (région métropolitaine de recensement [RMR])</b>
Capitale-Nationale (partie Québec RMR)
Chaudière-Appalaches (partie Québec RMR)
<b>EST DU QUÉBEC</b>
Bas-Saint-Laurent
Saguenay / Lac-Saint-Jean
Côte-Nord
Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine
<b>CENTRE DU QUÉBEC</b>
Mauricie
Estrie
Capitale-Nationale (partie non RMR)
Chaudière-Appalaches (partie non RMR)
Centre du Québec
<b>OUEST DU QUÉBEC</b>
Outaouais
Abitibi-Témiscamingue
Lanaudière (partie non RMR)
Laurentides (partie non RMR)
Montérégie (partie non RMR)



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

#### NOMX (I):

NOM. REGIONS ADMINISTRATIVES DU QUÉBEC: 21 SOUS-GROUPES

BAS-SAINT-LAURENT .....	01
SAGUENAY/LAC-SAINT-JEAN .....	02
QUEBEC - RMR .....	03
MAURICIE .....	04
ESTRIE .....	05
MONTREAL .....	06
OUTAOUAIS .....	07
ABITIBI/TEMISCAMINGUE .....	08
COTE-NORD .....	09
GASPESIE .....	11
CHAUDIERE-APPALACHES - RMR .....	12
LAVAL .....	13
LANAUDIERE - RMR .....	14
LAURENTIDES - RMR .....	15
MONTEREGIE - RMR .....	16
LANAUDIERE-AUTRES .....	24
LAURENTIDE-AUTRES .....	25
MONTEREGIE-AUTRES .....	26
CHAUDIÈRES-APPALACHES AUTRES .....	32
QUEBEC AUTRES .....	33
CENTRE-DU-QUEBEC .....	17

#### REGIO (I):

MTL RMR .....	1
QC RMR .....	2
AUTRES RÉGIONS .....	3

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

#### INTRO:

Date : SD Heure : SH

Bonjour (bon après-midi, bonsoir), mon nom est SI de l'institut de sondage LÉGER. Nous complétons aujourd'hui une importante étude sur la sécurité routière et nous apprécions votre collaboration. Tout d'abord, êtes-vous âgé de 16 ans ou plus?

ARGUMENTS: Votre opinion compte. Léger Marketing est une firme de renom au Canada. Le sondage d'aujourd'hui porte sur l'actualité et les tendances sociales. Sachez qu'il n'y a pas de mauvaise réponse. Quand puis-je vous contacter de nouveau? Quel serait le meilleur moment pour vous contacter? À qui dois-je demander de parler la prochaine fois que j'appellerai? Y a-t-il une autre personne dans le foyer à qui nous pouvons parler?

OUI, CONTINUER L'ENTREVUE .....	01	D
Répondeur .....	AM	=> /FIN
Ligne occupée .....	BU	=> /FIN
Pas de service .....	NS	=> /FIN
Pas de réponse .....	NA	=> /FIN
Télécopieur/modem .....	FM	=> /FIN
Rendez-vous (date et heure spécifiques) .....	FX	O => /RV
Rappel (date et heure non précisées) .....	CB	=> /RV
Refus .....	RE	=> /FIN
Refus catégorique .....	DR	=> /FIN
Barrière linguistique .....	LB	=> /FIN
Non résidentiel ou résidentiel .....	NR	=> /FIN
Répondant est incapable de compléter le sondage (troubles auditifs ou d'élocution, etc.) .....	NC	=> /FIN
Numéro en double .....	DN	=> /FIN
Téléphone cellulaire / téléavertisseur .....	CE	=> /FIN
La personne à contacter est décédée .....	CD	N => /FIN
La personne à contacter n'est pas disponible pour la durée du projet AD .....	N	=> /FIN
Mauvais contact (il est impossible de joindre la personne à qui nous voulons parler à ce numéro) .....	WC	N => /FIN

#### FLAG:

FLAG POUR CIBLER LES COMPLÉTÉS APRÈS PT

=> *
si 1

COMPLÉTÉS APRÈS PRÉ-TEST .....

#### SEXE:

Indiquez le sexe du répondant:

Homme .....	1
Femme .....	2



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**AGE:**

À quel groupe d'âge appartenez-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
Refus.....	9

**LANGU:**

Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison?  
(Si deux également, mettre la langue d'entrevue).

Français.....	1
Anglais.....	2
Autre.....	3
NSP/NRP.....	9

**INT04:**

**QUESTION FILTRE**

Combien de personnes de 16 ans ou plus habitant chez vous présentement détiennent un permis de conduire valide pour la conduite d'une automobile au Québec?

=> /+3\*\*ERR  
si INT04>0

1 personne.....	01	
2 personnes.....	02	
3 personnes.....	03	
4 personnes.....	04	
5 personnes.....	05	
6 personnes ou plus.....	06	
Aucune   Remerciez et terminez.....	N1	=> /FIN
Refus   Insistez sur la confidentialité et l'importance de la participation au sondage avant d'enregistrer ce code!.....	RD	=> /FIN

**INT05:**

Pourrais-je parler à cette personne s'il-vous-plaît?

=> +1  
si NON INT04=#1

Oui - poursuivre avec la personne actuellement en ligne.....	01	=> INT50
Oui - poursuivre avec la personne sélectionnée ***CHANGEMENT DE RÉPONDANT***.....	03	=> /SEXE
Personne sélectionnée absente ou non-disponible -  RETOUR A L'INTRO ET PRENDRE RENDEZ-VOUS.....	02	=> /INTRO
Refus   Insistez sur la confidentialité et l'importance de la participation au sondage avant d'enregistrer ce code!.....	RD	=> /FIN

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**INT06:**

**QUESTION DE SÉLECTION**

De ces <INT04> qui détiennent un permis de conduire, combien sont actuellement présentes à la maison? Pourrais-je parler à celle qui sera la prochaine à fêter son anniversaire?

=> +1  
si INT04=#1

Oui - poursuivre avec la personne actuellement en ligne.....	01	
Oui - poursuivre avec la personne sélectionnée ***CHANGEMENT DE RÉPONDANT***.....	03	=> /SEXE
Personne sélectionnée non-disponible -  RETOUR A L'INTRO ET PRENDRE RENDEZ-VOUS.....	02	=> /INTRO
Refus   Insistez sur la confidentialité et l'importance de la participation au sondage avant d'enregistrer ce code!.....	RD	=> /FIN

**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?

SPRINTO RECORD filename=SPSQ.WAV fileformat=WAVE_6 Oui.....	01	
Non, refus - REMERCEZ ET TERMINEZ.....	DR	=> /FIN

**QA1:**

En tant que conducteur, environ quelle distance parcourez-vous annuellement sur les routes au Québec?

LIRE AU BESOIN - Mettre la limite dans la catégorie inférieure	
A un permis mais ne conduit jamais.....	0 => QB1
Moins de 5 000 km (moins de 3 000 milles).....	1
5 000 km à 10 000 km (3 000 - 5 999 milles).....	2
10 000 km à 15 000 km (6 000 - 8 999 milles).....	3
15 000 km à 20 000 km (9 000 - 11 999 milles).....	4
20 000 km à 25 000 km (12 000 - 14 999 milles).....	5
25 000 km à 30 000 km (15 000 - 17 999 milles).....	6
30 000 km et plus (18 000 milles et plus).....	7
NSP/NRP.....	9

**QA2A:**

Dans les rues de votre municipalité, la majorité des limites de vitesse sont fixées à ...

Note à l'intervieweur : Il ne faut pas tenir compte des limites de 30 km dans les zones scolaires. Si le répondant ne sait pas, inscrire le code 9. S'il répond 70 km/h ou 90 km/h : Relance : On parle ici des limites de vitesse dans les rues de votre municipalité, c'est-à-dire les limites fixées au centre-ville ou dans les quartiers résidentiels de votre municipalité. On ne tient pas compte ici des routes secondaires.

...40 KM/H.....	1
...50 KM/H.....	2
Ne sait pas / refus.....	9



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

#### QA2A:

*variable de calcul*

Dans les rues de votre municipalité, la majorité des limites de vitesse sont fixées à :  
(Note à l'intervieweur : Il ne faut pas tenir compte des limites de 30 km dans les zones scolaires) (Note à l'intervieweur : Si le répondant ne sait pas, inscrire le code 9)

=> \*

si SI((QA2AA=1),1,2)

40 KM/H ..... 1  
50 KM/H ..... 2

#### QA2:

En général, à combien évaluez-vous votre vitesse moyenne EN VILLE dans les zones de <QA2A>? (Approximativement)

NOTEZ LA VITESSE MOYENNE

SE 020 200  
NSP/NRP ..... 999

#### QA4:

En général, à combien évaluez-vous votre vitesse moyenne dans les zones de 90 KM/H sur LES ROUTES SECONDAIRES du Québec? (Approximativement)

NOTEZ LA VITESSE MOYENNE

SE 030 200  
NSP/NRP ..... 999

#### QA6:

<b>LIRE</b>

Diriez-vous que le risque que vous courez d'être arrêté pour excès de vitesse...  
...EN VILLE dans les zones de <QA2A> est...?

... très élevé ..... 1  
... assez élevé ..... 2  
... assez faible ..... 3  
... très faible ..... 4  
NSP/NRP ..... 9

#### QA7 (I):

<b>LIRE</b> INACTIVE

Diriez-vous que le risque que vous courez d'être arrêté pour excès de vitesse...  
...SUR LES ROUTES SECONDAIRES du Québec dans les zones de 90 KM/H est...?

... très élevé ..... 1  
... assez élevé ..... 2  
... assez faible ..... 3  
... très faible ..... 4  
NSP/NRP ..... 9

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

#### QA8:

<b>LIRE</b>

Imaginons que vous êtes dans une zone de limite de vitesse de 50 KM/H en ville.

...Si vous roulez à 60 KM/H, diriez-vous que le risque d'avoir un accident serait...?

... très élevé ..... 1 => QA9A  
... assez élevé ..... 2  
... assez faible ..... 3  
... très faible ou nul ..... 4  
NSP/NRP ..... 9

#### QA8B:

<b>LIRE</b>

Imaginons que vous êtes dans une zone de limite de vitesse de 50 KM/H en ville.

...Si vous roulez à 70 KM/H, diriez-vous que le risque d'avoir un accident serait...?

... très élevé ..... 1  
... assez élevé ..... 2  
... assez faible ..... 3  
... très faible ou nul ..... 4  
NSP/NRP ..... 9

#### QA9A (I):

<b>LIRE</b> INACTIVE

Imaginons que vous êtes dans une zone de limite de vitesse de 90 KM/H.

...Si vous roulez à 105 KM/H, diriez-vous que le risque d'avoir un accident serait...?

... très élevé ..... 1 => QA10  
... assez élevé ..... 2  
... assez faible ..... 3  
... très faible ou nul ..... 4  
NSP/NRP ..... 9

#### QA9B (I):

<b>LIRE</b> INACTIVE

Et, imaginons que vous êtes dans une zone de limite de vitesse de 90 KM/H.

...Si vous roulez à 120 KM/H, diriez-vous que le risque d'avoir un accident serait...?

... très élevé ..... 1  
... assez élevé ..... 2  
... assez faible ..... 3  
... très faible ou nul ..... 4  
NSP/NRP ..... 9

#### QA10:

En général, conduisez-vous MOINS VITE, À LA MÊME VITESSE ou PLUS VITE que les autres conducteurs dans les zones de <QA2A>?

LIRE

Moins vite ..... 1  
À la même vitesse ..... 2  
Plus vite ..... 3  
NSP/NRP ..... 9



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

#### QA11 (I):

##### <b>LIRE</b>

En général, conduisez-vous MOINS VITE, À LA MÊME VITESSE ou PLUS VITE que les autres conducteurs dans les zones de 90 KM/H?

Moins vite .....	1
À la même vitesse .....	2
Plus vite .....	3
NSP/NRP .....	9

#### QA14:

##### <b>LIRE</b>

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants.

...La surveillance policière sur les routes devrait être intensifiée pour faire respecter les limites de vitesse.

... Tout à fait d'accord .....	1
... Plutôt d'accord .....	2
... Plutôt en désaccord .....	3
... Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

#### QA15:

##### <b>LIRE</b>

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants.

...Un conducteur qui roule vite garde tout de même la maîtrise de son véhicule.

... Tout à fait d'accord .....	1
... Plutôt d'accord .....	2
... Plutôt en désaccord .....	3
... Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

#### QA15A:

##### <b>LIRE</b>

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants.

...Mon état d'esprit ou mon stress influence la vitesse à laquelle je roule.

... Tout à fait d'accord .....	1
... Plutôt d'accord .....	2
... Plutôt en désaccord .....	3
... Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

#### QA16:

##### <b>LIRE</b>

Considérez-vous que la limite de vitesse est présentement trop élevée, adéquate ou trop basse...

...EN VILLE dans les zones de <QA2A>?

Trop élevée .....	1
Adéquate .....	2
Trop basse .....	3
NSP/NRP .....	9

#### QA17:

##### <b>LIRE</b>

Considérez-vous que la limite de vitesse est présentement trop élevée, adéquate ou trop basse...

...Dans les zones de 100 KM/H sur LES AUTOROUTES du Québec?

Trop élevée .....	1
Adéquate .....	2
Trop basse .....	3
NSP/NRP .....	9

#### QA18:

##### <b>LIRE</b>

Considérez-vous que la limite de vitesse est présentement trop élevée, adéquate ou trop basse...

...Dans les zones de 90 KM/H sur LES ROUTES SECONDAIRES du Québec?

Trop élevée .....	1
Adéquate .....	2
Trop basse .....	3
NSP/NRP .....	9

#### QA19A:

##### <b>LIRE</b>

Diriez-vous que les faits suivants représentent une infraction (faute) TRÈS GRAVE, GRAVE, MOYENNE ou LÉGÈRE...

...Un excès de vitesse de 10 KM/H dans une zone où le maximum est de <QA2A>?

Très grave .....	1	=> QA20
Grave .....	2	
Moyenne .....	3	
Légère .....	4	
Aucune infraction .....	5	
NSP/NRP .....	9	



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QA19B:**

<b>LIRE</b>  
Diriez-vous que les faits suivants représentent une infraction (faute) TRÈS GRAVE, GRAVE, MOYENNE ou LÉGÈRE...

...Un excès de vitesse de 20 KM/H dans une zone où le maximum est de <QA2A>

Très grave .....	1
Grave .....	2
Moyenne .....	3
Légère .....	4
Aucune infraction .....	5
NSP/NRP .....	9

**QA19C (I):**

<b>LIRE</b> INACTIVE

Diriez-vous que les faits suivants représentent une infraction (faute) TRÈS GRAVE, GRAVE, MOYENNE ou LÉGÈRE...

...Un excès de vitesse de 15 KM/H dans une zone où le maximum est de 90 KM/H? (Sur une route secondaire)

Très grave .....	1	=> QA20
Grave .....	2	
Moyenne .....	3	
Légère .....	4	
Aucune infraction .....	5	
NSP/NRP .....	9	

**QA19D (I):**

<b>LIRE</b> INACTIVE

Diriez-vous que les faits suivants représentent une infraction (faute) TRÈS GRAVE, GRAVE, MOYENNE ou LÉGÈRE...

...Un excès de vitesse de 30 KM/H dans une zone où le maximum est de 90 KM/H? (Sur une route secondaire)

Très grave .....	1
Grave .....	2
Moyenne .....	3
Légère .....	4
Aucune infraction .....	5
NSP/NRP .....	9

**QA20:**

<b>LIRE</b>

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSAACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSAACCORD avec les énoncés suivants.

...Les sanctions encourues pour les excès de vitesse devraient être plus sévères.

... Tout à fait d'accord .....	1
... Plutôt d'accord .....	2
... Plutôt en désaccord .....	3
... Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QA20B:**

Selon-vous quelles sont les principales sanctions qu'un conducteur reçoit à la suite d'un grand excès de vitesse de plus de 40 km/h au-dessus de la limite permise, par exemple, rouler à 90 km/h dans une zone de 50 km/h?

NE PAS LIRE

Amendes .....	01	N
Points d'inaptitude .....	02	N
Suspension du permis de conduire .....	03	N
Saisie du véhicule .....	04	N
Des frais supplémentaires ( renouvellement de permis, assurance... ) .....	05	N
L'aspect judiciaire: inscrit au dossier, aller en Cour/ en prison .....	06	N
Sanctions sévères/ plus élevées (Sans précision) .....	94	N
Noter la réponse : .....	96	O
NSP/NRP .....	99	X

**QA21:**

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSAACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSAACCORD avec les énoncés suivants.

...Il est très important d'amener les gens à rouler moins vite qu'actuellement dans les zones de <u><QA2A></u>

... Tout à fait d'accord .....	1
... Plutôt d'accord .....	2
... Plutôt en désaccord .....	3
... Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

**QA22 (I):**

INACTIVE

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSAACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSAACCORD avec les énoncés suivants.

...Il est très important d'amener les gens à rouler moins vite qu'actuellement dans les zones de <u>90 KM/H</u>

... Tout à fait d'accord .....	1
... Plutôt d'accord .....	2
... Plutôt en désaccord .....	3
... Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

**QB1:**

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu de la publicité contre la vitesse au volant?

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



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QB2A:**

Dites-moi ce dont vous vous rappelez à ce propos, comme publicité contre la vitesse au volant ? Y a-t-il autre chose dont vous vous souvenez ?

NE PAS LIRE - SONDEZ UNE RÉPONSE CLAIRE - 5 MENTIONS POSSIBLES

<b>Publicité télévisée</b> avec un conducteur et son passager qui sont en retard et qui roulent trop vite dans un quartier résidentiel, pendant qu'une jeune fille se promène en vélo dans son entrée. Une ambulance sort d'un garage avec les gyrophares allumés et la sirène se fait entendre. Le conducteur se rend compte qu'il roule trop vite et lève le pied de l'accélérateur. L'ambulance éteint ses gyrophares et rentre dans le garage. La petite fille en vélo sort de son entrée jusqu'à la rue, le véhicule du conducteur freine à temps. Note : cette publicité est également web diffusée sur certains sites Web. ....01

<b>Publicité sur Internet</b> où on voit dans une bannière interactive un jeune garçon avec une aiguille d'odomètre par-dessus. Quand l'animation débute, on entend un véhicule démarrer, puis accélérer. C'est alors que l'aiguille rouge bouge et lorsqu'elle traverse par-dessus le garçon, on se rend compte que ce dernier a une jambe en moins et a des béquilles. On entend par la suite le véhicule ralentir, puis l'aiguille baisse et le garçon redevient normal. ....02

<b>Publicité radio française</b> où une sonnerie de téléphone se fait entendre. Une femme demande à parler à M. Samson, qui répond par l'affirmative. Elle lui demande de ralentir. L'homme est surpris et ne comprend pas. La femme lui explique que dans quelques minutes, son fils va traverser la rue et qu'il va être frappé par le véhicule de M. Samson; son fils va perdre l'usage de ses jambes. ....03

<b>Publicité radio anglaise</b> où une sonnerie de téléphone se fait entendre. Une femme demande à parler à M. Samson, qui répond par l'affirmative. Elle lui demande de ralentir. L'homme est surpris et ne comprend pas. La femme lui explique que dans quelques minutes, son fils va traverser la rue et qu'il va être frappé par le véhicule de M. Samson; son fils va perdre l'usage de ses jambes. ....04

Slogan « Annulez un accident » .....33

Slogan « Call off an Accident » .....34

Slogan « Réfléchissez. Ralentissez. » .....35

Slogan « Think. Slow down. » .....36

Microsite « AnnulezUnAccident.ca » .....41

Microsite « CallOffAnAccident.ca » .....42

Site Internet SAAQ .....37

Slogan " Pensez-y, vous conduisez " .....07

Slogan " Remember, you're driving " .....30

Slogan " La vitesse, ça coûte cher " .....31

Slogan " Speeding is expensive " .....32

Slogan "La vitesse tue" .....08

Reportage dans les médias (radio, télé, journaux, etc.) .....09

Ralentissez!/ralentir/Ne pas rouler vite .....10 N

La vitesse au volant .....11 N

Panneaux sur la route .....13 N

Publicité de la SAAQ .....14 N

Ralentir près des chantiers / Ralentir près des sites de construction .....15 N

Accidents / Morts / Blessés .....16 N

Les policiers vont être plus vigilants / plus présents lors des vacances de construction .....17 N

Publicité montrant une collision entre une moto et une automobile .....18 N

Affichage du nombre des points et du montant de la contravention correspondant à chaque niveau d'excès de vitesse .....19 N

Surveillance radar / photo-radars .....20 N

Conduite avec facultés affaiblies (Alcool, drogue...) .....21 N

Slogan "Attention à nos enfants" .....22 N

La route n'est pas une piste de course (Et variantes) .....23 N

Publicité avec un jeune qui entre à la maison en taxi et demande de l'argent à son père .....24 N

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

Publicités (Général) .....	25	N
Publicités / événements impliquant des jeunes .....	26	N
Distractions au volant (Cellulaire, Ipod...) .....	27	N
Excès de vitesse / Vitesse au volant .....	28	N
Rouler vite peut causer des accidents / peut causer des décès .....	29	N
***La publicité montrant un jeune aux funérailles de son père .....	38	N
***Pour sauver seulement quelques minutes, le risque d'accident est plus élevé .....	39	N
***Conducteur désigné (Général) .....	40	N
Mentions de médias (journaux, télévision, Internet, radio) .....	95	N
Autre (PRÉCISER) .....	96	O
NSP/NRP .....	99	X

**QBX:**

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir entendu, sur une STATION DE RADIO FRANCOPHONE, une publicité où une sonnerie de téléphone se fait entendre. Une femme demande à parler à M. Samson, qui répond par l'affirmative. Elle lui demande de ralentir. L'homme est surpris et ne comprend pas. La femme lui explique que dans quelques minutes, son fils va traverser la rue et qu'il va être frappé par le véhicule de M. Samson; son fils va perdre l'usage de ses jambes.

Vous souvenez-vous de cette publicité <u>à la radio</u>?

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

**QBY:**

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir entendu, sur une STATION DE RADIO ANGLOPHONE, une publicité où une sonnerie de téléphone se fait entendre. Une femme demande à parler à M. Samson, qui répond par l'affirmative. Elle lui demande de ralentir. L'homme est surpris et ne comprend pas. La femme lui explique que dans quelques minutes, son fils va traverser la rue et qu'il va être frappé par le véhicule de M. Samson; son fils va perdre l'usage de ses jambes.

... Vous souvenez-vous de cette publicité <u>à la radio</u>?

=> +1	
si NON REGIO=#1	
Oui .....	1
Non .....	2
NSP/NRP .....	9



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QB3A:**

AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES, vous souvenez-vous d'avoir vu À LA TÉLÉVISION une publicité avec un conducteur et son passager qui sont en retard et qui roulent trop vite dans un quartier résidentiel, pendant qu'une jeune fille se promène en vélo dans son entrée. Une ambulance sort d'un garage avec les gyrophares allumés et la sirène se fait entendre. Le conducteur se rend compte qu'il roule trop vite et lève le pied de l'accélérateur. L'ambulance éteint ses gyrophares et rentre dans le garage. La petite fille en vélo sort de son entrée jusqu'à la rue, le véhicule du conducteur freine à temps.

...Vous souvenez-vous de cette publicité <u>à la télévision</u>?

=> +1	
si QB2A=#1	
Oui.....	1
Non.....	2
NSP/NRP.....	9

**QB3B:**

AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES, vous souvenez-vous d'avoir vu SUR INTERNET une publicité où on voit dans une bannière interactive un jeune garçon avec une aiguille d'odomètre par-dessus. Quand l'animation débute, on entend un véhicule démarrer, puis accélérer. C'est alors que l'aiguille rouge bouge et lorsqu'elle traverse par-dessus le garçon, on se rend compte que ce dernier a une jambe en moins et a des béquilles. On entend par la suite le véhicule ralentir, puis l'aiguille baisse et le garçon redevient normal.

...Vous souvenez-vous de cette publicité <u>sur Internet</u>?

=> +1	
si QB2A=#2	
Oui.....	1
Non.....	2
N'utilise pas Internet.....	3
NSP/NRP.....	9

**QB4:**

Maintenant, je vais vous lire deux énoncés en lien avec cette(ces) publicité(s). Tout d'abord, trouvez-vous que cette(ces) publicité(e) est(sont)...

LIRE - UNE SEULE MENTION POSSIBLE

=> QBZ1	
si QB3A=#2-#3 ET(QBX=#2-#3 OU QBY=#2-#3);ON INTERROGE SEULEMENT CEUX QUI ONT VU LA PUB TÉLÉ ET/OU LA PUB RADIO	
...Très facile(s) à comprendre.....	1
...Facile(s) à comprendre.....	2
...Difficile(s) à comprendre.....	3
...Très difficile(s) à comprendre.....	4
NSP/NRP.....	9

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QB5:**

Selon vous, ces publicités sont-elles TRÈS, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT RÉALISTES?

Très réaliste.....	1
Assez réaliste.....	2
Peu réaliste.....	3
Pas du tout réaliste.....	4
NSP/NRP.....	9

**QB10:**

Pouvez-vous me dire le slogan qui était utilisé dans ces publicités sur la vitesse au volant?  
NE PAS LIRE - 3 MENTIONS POSSIBLES

Annulez un accident.....	14
Call off an Accident.....	15
Réfléchissez. Ralentissez.....	16
Think. Slow down.....	17
Rouler plus vite pour gagner du temps c'est ridicule.....	01
Rouler plus vite augmente le risque d'accident.....	02
La vitesse tue.....	03
Pensez-y, ralentissez.....	04
Un accident ça frappe beaucoup de monde.....	05
On est tous responsables de notre conduite.....	06
Pensez-y, vous conduisez.....	12
Remember, you're driving.....	13
Prendre quelques minutes de plus/ Ne pas se presser pour être en vie.....	07 N
Tout peut arriver dans une zone de 50 km/h, ne l'oubliez jamais. Ralentissez.....	08 N
Maintenant vous le savez.....	09 N
Ça ne vaut pas la peine de risquer sa vie afin de gagner quelques minutes.....	10 N
Ça ne donne rien de rouler plus vite.....	11 N
*** "Pensez-y" (Sans précision).....	18 N
*** "Ça va coûter cher" (Sans précision).....	19 N
*** Encore pire/ Encore pire.ca.....	20 N
*** La vitesse (sans précision).....	21 N
*** "Ralentissez" (sans précision).....	22 N
*** "Vous n'avez pas idée".....	23 N
*** "Perte de points/ amendes/ saisie de véhicule (Sans précision).....	24 N
*** "Ralentir pour sauver des vies / Ralentir pour éviter un accident.....	25 N
Autres (PRÉCISER).....	96 O
NSP/NRP.....	99 X

**QBXY (I):**

INACTIVE

Vous souvenez-vous d'avoir vu ou entendu le slogan "On est tous responsables de notre conduite" ?

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



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QBZ1:**

Vous souvenez-vous d'avoir vu ou entendu le slogan " Annulez un accident " (ou sa déclinaison anglaise "Call off an Accident ") ?

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

**QBZ2:**

Vous souvenez-vous d'avoir vu ou entendu le slogan " Réfléchissez. Ralentissez. " (ou sa déclinaison anglaise « Think. Slow down. ») ?

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

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QB13A:**

D'après vous, quelle est l'idée principale qu'on essaie de communiquer par ces publicités?  
Y a-t-il autre chose?

NE PAS LIRE - SONDEZ - 3 MENTIONS POSSIBLES

=> QD2  
si QB3A=#2,#3 ET (QBX=#2-#3 OU QBY=#2-#3);ON INTERROGE SEULEMENT CEUX QUI ONT VU PUB TÉLÉ ET/OU LA PUB RADIO

- On a le pouvoir d'annuler ou d'éviter un accident sur la route ..... 27
- On doit ralentir, respecter les limites de vitesse ou ne pas aller trop vite sur la route ..... 28
- On doit réfléchir quand on est au volant de son véhicule et agir de façon intelligente ..... 29
- Rouler plus vite pour gagner du temps c'est ridicule.....01
- Rouler plus vite pour gagner du temps augmente le risque d'accident02
- Les zones de 50 km/h sont particulièrement dangereuses.....03
- Un accident ça frappe beaucoup de monde .....04
- On est tous responsable de notre conduite.....05
- Inciter à réduire sa vitesse de conduite .....06
- Notre comportement/état d'esprit peu nuire à notre conduite.....07
- Mieux planifier ses déplacements .....08
- Réduire son stress .....09
- La vitesse au volant est dangereuse .....10
- Qu'on peut tuer quelqu'un si on roule trop vite .....11
- La vitesse tue.....12
- Qu'on doit prendre son temps/aller moins vite.....13
- Qu'on peut blesser quelqu'un si on roule trop vite .....14
- De respecter les limites de vitesse.....15
- La vitesse fait perdre le contrôle.....16
- Être prudent sur la route/faire attention sur la route .....17 N
- Pas d'alcool au volant/ne pas boire et conduire.....18 N
- Ça ne sert à rien de se presser et de risquer sa vie/vaut mieux arriver en retard et en vie.....19 N
- On n'est pas seul sur la route/penser aux autres .....20 N
- D'être attentif sur la route / lorsqu'on conduit .....21 N
- Un accident ça peut arriver à tout le monde / à n'importe qui .....22 N
- On peut éviter des accidents / être prudent, ralentir peut nous éviter des accidents.....23 N
- Ça ne donne rien de conduire vite .....24 N
- Avertir les gens / Sensibiliser les gens.....25 N
- On se fait toujours rattraper (Aux feux, aux Stops) .....26 N
- \*\*\*Il faut respecter le code de la route (pour éviter les accidents) .....31 N
- \*\*\*Ça peut causer des accidents (graves) .....32 N
- \*\*\*Finalement, on perd du temps à conduire plus vite (on peut se faire arrêter, avoir un accident...) .....33 N
- \*\*\*Il y a des conséquences au fait de rouler trop vite (Sans précision)34 N
- Autre, précisez .....96 O
- NSP/NRP .....99 X



# ANNEXES

## Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

### QC2A:

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants en lien avec la publicité télévisée ou radio que vous avez vu ou entendu.

- ...Cette (Ces) publicité(s) vous a (ont) fait réfléchir sur la vitesse au volant
- ... Tout à fait d'accord .....1
- ... Plutôt d'accord .....2
- ... Plutôt en désaccord .....3
- ... Tout à fait en désaccord.....4
- NSP/NRP .....9

### QC2B:

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants en lien avec la publicité télévisée ou radio que vous avez vu ou entendu.

- ...Suite à cette (ces) publicité(s), vous avez personnellement réduit votre vitesse au volant
- ... Tout à fait d'accord .....1
- ... Plutôt d'accord .....2
- ... Plutôt en désaccord .....3
- ... Tout à fait en désaccord.....4
- ...ou vous conduisez déjà à basse vitesse.....7
- NSP/NRP .....9

### QC2C:

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants en lien avec la publicité télévisée ou radio que vous avez vu ou entendu.

- ...Suite à cette (ces) publicité(s), vous respectez davantage les limites de vitesse
- ... Tout à fait d'accord .....1
- ... Plutôt d'accord .....2
- ... Plutôt en désaccord .....3
- ... Tout à fait en désaccord.....4
- ...ou vous respectez déjà les limites de vitesse .....7
- NSP/NRP .....9

### QC2D:

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants en lien avec la publicité télévisée ou radio que vous avez vu ou entendu.

- ...Cette (ces) publicité(s) vous a (ont) fait réfléchir sur le risque de tuer ou blesser quelqu'un à cause de la vitesse
- ... Tout à fait d'accord .....1
- ... Plutôt d'accord .....2
- ... Plutôt en désaccord .....3
- ... Tout à fait en désaccord.....4
- NSP/NRP .....9

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

### QC2E:

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec les énoncés suivants en lien avec la publicité télévisée ou radio que vous avez vu ou entendu.

- ...Cette (ces) publicité(s) vous a (ont) fait prendre conscience que vous pouvez réduire le risque d'avoir un accident en diminuant la vitesse à laquelle vous roulez
- ... Tout à fait d'accord .....1
- ... Plutôt d'accord .....2
- ... Plutôt en désaccord .....3
- ... Tout à fait en désaccord.....4
- NSP/NRP .....9

### QC4:

Diriez-vous que cette(ces) publicité(s) est(sont) TRÈS EFFICACE(S), ASSEZ EFFICACE(S), PEU ou PAS DU TOUT EFFICACE(S) pour vous sensibiliser aux dangers et aux conséquences de la vitesse au volant?

- Très efficace(s) .....1
- Assez efficace(s) .....2
- Peu efficace(s) .....3
- Pas du tout efficace(s).....4
- NSP/NRP .....9

### QD2:

À votre avis, est-ce que les excès de vitesse sont plus dangereux...?  
LIRE - UNE SEULE MENTION POSSIBLE

- ...En ville dans les zones de <QA2A> .....1
- ...Sur les routes secondaires dans les zones de 90 KM/H .....2
- ...Sur les autoroutes (100 KM/H) .....3
- ...les trois sont aussi dangereux .....5
- ...ou ce n'est pas du tout un problème .....7
- NSP/NRP .....9

### QD3:

À votre avis, l'utilisation du photo-radar est-il un moyen TRÈS efficace, ASSEZ efficace, PEU ou PAS DU TOUT efficace pour réduire la vitesse sur les routes?  
\* (Le photo-radar est un dispositif de caméra jumelé à un radar qui prend automatiquement des photos des licences des véhicules qui roulent à vitesse excessive.)

- Très efficace .....1
- Assez efficace .....2
- Peu efficace .....3
- Pas du tout efficace .....4
- NSP/NRP .....9



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QD3B:**

Êtes-vous personnellement TRÈS FAVORABLE, PLUTÔT FAVORABLE, PLUTÔT DÉFAVORABLE ou TRÈS DÉFAVORABLE à l'installation de photo-radar sur les routes du Québec?

LIRE

...Très favorable .....	1
...Plutôt Favorable .....	2
...Plutôt défavorable .....	3
...Très défavorable .....	4
NSP/NRP .....	9

**QD4 (I):**

*INACTIVE*

Selon vous, la vitesse maximale des VÉHICULES devrait-elle être limitée lors de leur fabrication?

Oui .....	1	=> QD6
Non .....	2	
NSP/NRP .....	3	=> QD6

**QD5A (I):**

*INACTIVE*

À quelle vitesse devrait-on limiter (barrer) les VÉHICULES lors de la fabrication? VÉRIFIER SI LA RÉPONSE EST EN KM/H ou EN MILLE/H.

CODEZ ICI L'UNITÉ DE RÉPONSE selon KM/H ou MILLE/H

KM/H .....	1	
MILLE/H .....	2	
À la limite maximale permise sur les routes .....	7	=> QD6
NSP/NRP .....	9	=> QD6

**QD5B (I):**

*INACTIVE*

CODEZ ICI LA VITESSE en <QD5A>

SE 50 300 .....	999
NSP/NRP .....	

**QD6 (I):**

*INACTIVE*

Avez-vous déjà reçu une ou des contraventions pour excès de vitesse au cours des deux dernières années?

=> QE1

si QA1=#1; A UN PERMIS MAIS NE CONDUIT JAMAIS

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

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QD7A:**

Vous m'avez dit plus tôt rouler plus vite que la vitesse autorisée dans les zones de <QA2A> ou de <b>90 KM/H</b>, pourquoi dépassez-vous les limites de vitesse? Y a-t-il une autre raison?

NE PAS LIRE - 2 MENTIONS

=> +1  
si (QA2<60 ET QA4<100) OU (QA2=999 ET QA4<100) OU (QA4=999 ET QA2<60)

Les limites sont pas assez élevées .....	01
Pour gagner du temps / tout le temps pressé .....	02
J'ai un bon véhicule / je ne sens pas que je vais vite .....	03
Je suis bon conducteur / j'ai un bon contrôle .....	04
J'aime la vitesse .....	05
Pour suivre la circulation, le trafic .....	06
Route dégagée/peu de trafic/pas de piétons/la route est belle .....	07
Par habitude/par inattention/ne se rend pas compte qu'il/elle dépasse la vitesse permise .....	08
Un certain excès de vitesse est toléré (par les policiers, par la loi) .....	09
Dépasse de très peu la vitesse permise (15km/h, 10km/h,...) .....	10
J'ai l'impression de ne pas avancer .....	11 N
Ce n'est pas dangereux/c'est plus dangereux de ne pas rouler vite .....	12 N
C'est une vitesse confortable .....	13 N
Pour dépasser quelqu'un qui roule lentement .....	14 N
Autre (PRÉCISER) .....	96 O
Aucune autre .....	97 X
Nie dépasser les limites de vitesse .....	98 X
NSP/NRP .....	99 X

**QD8:**

Diriez-vous que vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec l'énoncé suivant :

...Rouler plus vite que la limite permise fait gagner du temps

...Tout à fait d'accord .....	1
...Plutôt d'accord .....	2
...Plutôt en désaccord .....	3
...Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QF1:**

Honnêtement, parmi les six raisons suivantes, laquelle est LA PLUS susceptible de VOUS inciter à ralentir, est-ce...?

LIRE (rotation)

rotation -> 6 .....	
...Le risque pour ma vie .....	01
...Le risque pour la vie des autres (ceux qui m'accompagnent et les autres personnes sur la route) .....	02
...Le gaspillage d'essence, donc d'argent .....	03
...L'augmentation de gaz à effet de serre relâché dans l'atmosphère lorsque j'accélère .....	04
...Le jugement des autres (ex. la peur du ridicule) .....	05
...Le risque d'être arrêté et de recevoir une contravention .....	06
Toutes les raisons mentionnées.....	95 N
(NE PAS LIRE) Autre, précisez : .....	96 O
(NE PAS LIRE) Rien ne m'inciterait à ralentir .....	97
NSP/NRP .....	99

**QF2:**

Maintenant, parmi les cinq raisons suivantes, laquelle est LA MOINS susceptible de VOUS inciter à ralentir, est-ce...?

LIRE (rotation)

rotation -> 6 .....	
élimination -> 6 .....	
selon QF1 .....	
...Le risque pour ma vie .....	01
...Le risque pour la vie des autres (ceux qui m'accompagnent et les autres personnes sur la route) .....	02
...Le gaspillage d'essence, donc d'argent .....	03
...L'augmentation de gaz à effet de serre relâché dans l'atmosphère lorsque j'accélère .....	04
...Le jugement des autres (ex. la peur du ridicule) .....	05
...Le risque d'être arrêté et de recevoir une contravention .....	06
(NE PAS LIRE) Autre, précisez : .....	96 O
(NE PAS LIRE) Rien ne m'inciterait à ralentir .....	97
NSP/NRP .....	99

**QE1:**

En moyenne, combien d'heures d'écoute de la télévision faites-vous chaque SEMAINE?

\*\*\*Arrondir à l'heure près... (Exemple : pour 1h30 inscrire 2 heures)

Bornes: 001 à 150

\*\*\*ATTENTION! Au total, une semaine compte 168 heures

SE 1 150 .....	
Moins d'une heure .....	000
NSP/NRP .....	999

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QE2:**

Quelles sont les TROIS STATIONS de télévision que vous regardez PERSONNELLEMENT LE PLUS SOUVENT?

NE PAS LIRE - 3 MENTIONS POSSIBLES

Radio-Canada (SRC) .....	01
V (anciennement TQS) .....	02
TVA .....	03
Télé Québec .....	04
RDS (réseau de sport) .....	05
Global .....	06
CTV .....	07
Canal Découverte / Canal D .....	08
Canal Vie .....	09
Musique Plus .....	10
Much Musique .....	11
Vrak TV, Canal famille .....	12
Télétoon .....	13
LCN .....	14
RDI .....	15
TV5 .....	16
Super Écran .....	17
Canal Z .....	18
Série Plus .....	19
Fox .....	20
TLC .....	21
ABC .....	22
NBC .....	23
CNN .....	24
CBC .....	25
CBS .....	26
Historia .....	27
CFCF .....	28
Space .....	29
Discovery .....	30
Canal Évasion .....	31
Art TV .....	32
TSN .....	33 N
MeteoMedia .....	34 N
HGTV / Home & Garden television .....	35 N
Mystère .....	36 N
PBS .....	37 N
AddikTV .....	38 N
***CASA .....	39 N
***Food Network .....	40 N
Autre (PRÉCISER) .....	96 O
Aucun canal en particulier .....	97 X
Ne sait pas (relancer) .....	98 X
Refus .....	99 X



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QE3:**

AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, combien de fois environ êtes-vous allé au cinéma?  
LIRE AU BESOIN

Jamais.....	0
1 à 3 fois.....	1
4 à 10 fois.....	2
11 à 20 fois.....	3
Plus de 20 fois.....	4
NSP/NRP.....	9

**QE4:**

De façon générale, diriez-vous que vous aimez BEAUCOUP, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT REGARDER les publicités présentées AVANT le film principal ? On parle bien ici des publicités présentées avant le film et non pas des bandes annonces.

Beaucoup.....	1
Assez.....	2
Peu.....	3
Pas du tout.....	4
Il n'y en a pas / Je ne me souviens pas d'en avoir vu.....	7
Ne va jamais au cinéma.....	5
NSP/NRP.....	9

**QE5:**

Dans l'ensemble, quel type de publicité attire LE PLUS votre attention ? Est-ce...?  
LIRE LES 4 CHOIX (en rotation) - UNE MENTION POSSIBLE

permutation -> 4.....	
...la publicité télévisée ?.....	1
...la publicité radio ?.....	2
...la publicité sur Internet ?.....	3
...la publicité dans les journaux ou les imprimés ?.....	4
(NE PAS LIRE) N'est pas sensible à la publicité.....	7
NSP/NRP.....	9

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QE6A:**

Pour quelle(s) raison(s) utilisez-vous un ordinateur à la maison? NOTE : si le répondant dit pour Usage personnelle, demander de préciser  
NE PAS LIRE - 3 MENTIONS POSSIBLES

Courriel.....	01
Messagerie instantanée.....	02
Musique.....	03
Film / vidéo.....	04
Devoir/travail.....	05
Navigation sur Internet (recherche documentaire/écouter la radio sur Internet / écouter des émissions de télévision).....	06
Faire des achats sur Internet (payer des comptes / acheter des disques, livres, etc.).....	07
Télécharger des fichiers sur Internet (film, musique, livre, logiciel, etc.).....	08
Participation à des blogues, des forums, des sites de rencontre, des sites de profils personnels.....	09
Jeux vidéo (sur Internet ou sur l'ordinateur).....	10
Loisir et divertissement (En général).....	11 N
Finance / Transactions bancaires.....	12 N
Lire les nouvelles / Lire les journaux en ligne.....	13 N
Traitement de texte.....	14 N
Photo.....	15 N
Pour communiquer (SAI).....	16 N
Internet (SAI).....	17 N
Pour mon usage personnel (SAI).....	18 N
N'utilise pas d'ordinateur.....	95 N
Autre (PRÉCISER).....	96 O
N'a pas d'ordinateur.....	97 X
NSP/NRP (relancer pour 1 raison).....	99 X

**QE6B:**

De façon générale lorsque vous naviguez sur Internet, diriez-vous que vous êtes fidèle à des sites ou plutôt que vous avez tendance à en visiter plusieurs, sans vraiment être fidèle à l'un d'eux?

Plutôt fidèle.....	1
Peu fidèle / En visite plusieurs.....	2
Ne navigue pas sur Internet.....	7 => +5
NSP/NRP.....	9

**QE6C:**

Visitez-vous souvent, à l'occasion ou jamais des sites Internet GOUVERNEMENTAUX sur la santé ou sur la prévention des problèmes sociaux (ex. port du condom, violence conjugale, drogue, infections transmises sexuellement, sécurité routière, sécurité au travail)?

Lire les exemples	
Souvent.....	1 => +2
À l'occasion.....	2
Jamais.....	7
NSP/NRP.....	9



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QE6D:**

Pourquoi ne visitez-vous pas régulièrement ces sites?  
NE PAS LIRE - 3 MENTIONS POSSIBLES

Pas d'intérêt / pas besoin.....	01	
Pas le temps .....	02	
Ne les connaît pas .....	03	
Ne me concerne pas.....	04	
Trop moralisateur .....	05	
Je visite ces sites au besoin / Je visite ces sites pour des informations spécifiques .....	06	N
Je n'utilise pas Internet souvent / Je n'utilise pas les ordinateurs souvent	07	N
J'ai d'autres sources d'informations.....	08	N
Le site est compliqué / Navigation compliquée .....	09	N
J'oublie / Je n'y pense pas .....	10	N
J'y vais seulement dans le cadre de mon travail .....	11	N
Pas assez de publicités/ Pas de publicité accrocheuse/ ne m'attire pas	12	N
Je n'en ai pas eu l'occasion .....	95	N
Autre (PRÉCISER).....	96	O
NSP/NRP .....	99	X

**QE7:**

Habituellement, cliquez-vous SOUVENT, À L'OCCASION ou JAMAIS les publicités qui apparaissent sur les sites Internet (pop-up, bandeau, ou autre type de publicité)?

Souvent .....	1
À l'occasion .....	2
Jamais.....	3
NSP/NRP .....	9

**TWIT:**

Au cours du dernier mois, vous est-il arrivé de discuter ou d'échanger du contenu en lien avec la vitesse au volant avec des amis, des parents ou des proches par L'INTERMÉDIAIRE DES MÉDIAS SOCIAUX tels que Facebook ou Twitter, ou en visitant et donnant des commentaires sur des blogs ?

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

Questionnaire : Vitesse 2012  
Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

**QG1 (I):**

*INACTIVE*

AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES, vous souvenez-vous d'avoir vu SUR INTERNET une publicité qui débute par une route qui défile rapidement dans un tunnel, sur une musique rythmée. L'action se poursuit et on arrive sur les lieux d'une infraction. Il y a une auto-patrouille derrière une automobile; les véhicules sont immobilisés. Le policier explique à un jeune homme qu'il a commis un deuxième grand excès de vitesse. Il lui demande ensuite de sortir de son véhicule. On voit la dépanneuse qui s'accroche au véhicule du jeune homme. Celui-ci est debout sur le trottoir. Le jeune homme explique à quelqu'un au cellulaire qu'il vient de se faire suspendre son permis de conduire et saisir son véhicule, pour 30 jours. Un train passe plus haut dans l'image. Le slogan « La vitesse, il y a un prix à payer » apparaît. La dépanneuse part avec l'auto du jeune homme.

...Vous souvenez-vous de cette publicité SUR INTERNET?

=> +1	
si QB2A=#5 OU QE6B=#3	
Oui.....	1
Non.....	2
NSP/NRP.....	9

**QG2 (I):**

*INACTIVE*

AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES, vous souvenez-vous d'avoir vu SUR INTERNET une publicité qui débute par une route qui défile rapidement la nuit, sur une musique douce. L'action se poursuit jusqu'au moment où l'on arrive sur les lieux d'un accident. La caméra avance lentement autour de la scène alors que toute l'image est figée. On observe des policiers, des pompiers et des ambulanciers. Et surtout, des jeunes qui sont morts ou gravement blessés dans une auto accidentée. Tout à coup, l'action reprend et on voit deux jeunes filles qui se mettent à hurler. Des policiers les prennent par le bras pour qu'elles se retirent de la scène d'accident. Le slogan « La vitesse, il y a un prix à payer » apparaît. On entend les jeunes filles qui disent, en pleurant, « il va toujours trop vite ».

...Vous souvenez-vous de cette publicité SUR INTERNET?

=> +1	
si QB2A=#6 OU QE6B=#3	
Oui.....	1
Non.....	2
NSP/NRP.....	9

**SCOL:**

Au total, combien d'années d'études avez-vous complétées? Est-ce...?  
LIRE

... 12 ans et moins (secondaire ou moins) .....	1
... 13 à 15 ans (collégial) .....	2
... ou 16 ans et plus (universitaire).....	3
NSP/NRP .....	9



## ANNEXES

### Annexe 2 : Questionnaire (suite)

Questionnaire : Vitesse 2012

Société de l'assurance automobile du Québec (77236-167)

#### OCCUP:

Laquelle des activités suivantes décrit le mieux votre situation actuelle?

LIRE	
... Vous travaillez à temps plein (25 heures ou plus par semaine).....	01
... Vous travaillez à temps partiel.....	02
... Vous êtes en chômage ou à la recherche d'un emploi.....	03
... Vous êtes à la maison sans chercher d'emploi.....	04
... Vous êtes retraité (rentier).....	05
... Vous êtes étudiant(e).....	06
... Vous êtes en congé de maladie/maternité/invalidité.....	07
Autre.....	96
NSP/NRP.....	99

#### REVEX:

Dans quelle catégorie se situe le REVENU TOTAL avant impôts de tous les membres de votre foyer, est-ce...? (Toujours mettre la borne dans la catégorie inférieure)

LIRE	
...19,999\$ et moins.....	1
...entre 20,000\$ et 39,000\$.....	2
...entre 40,000\$ et 59,000\$.....	3
...entre 60,000\$ et 79,000\$.....	4
...entre 80,000\$ et 99,000\$.....	5
...100,000\$ et plus.....	6
NSP/NRP.....	9

#### INT99:

*Fin de l'entrevue. Durée: ST Date: SD Heure: SH Questionnaire: SQ*

LÉGER 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  
Complété PRÉ-TEST..... C1 N

