



**Société de l'assurance  
automobile**

**Québec**



**Évaluation postcampagne  
Textos au volant 2011**

**Rapport d'analyse**

Québec, juin 2011 -- Dossier 77236-150

**Leger**  
MARKETING

# L'intelligence 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.







## Canada

Montréal

Québec

Toronto

Ottawa

Edmonton

Calgary

## États-Unis

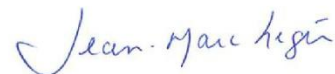
Philadelphie, PA

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>7</b>
Le contexte et les objectifs de l'étude	8
Le plan média de la campagne	9
<b>Méthodologie</b>	<b>11</b>
Notre approche méthodologique	12
Notes de lecture du rapport	15
<b>Profil des répondants</b>	<b>16</b>
Le profil sociodémographique des répondants	17
Le profil de conduite des répondants	19
Le profil de l'usage d'un cellulaire des répondants	22
<b>Faits saillants et conclusions</b>	<b>24</b>
<b>Analyse détaillée des résultats</b>	<b>33</b>
1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant	34
1.1 La perception à l'égard de la distraction au volant	34
1.2 La gravité de la problématique	36
1.3 Les perceptions des principales sources de distraction au volant	38
1.4 Les perceptions quant à l'utilisation du cellulaire au volant	43
2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant	46
2.1 La distraction liée à l'utilisation du système radiophonique de la voiture	46
2.2 La distraction liée à l'utilisation d'un téléphone cellulaire pour les conversations	48
2.3 La distraction liée à l'utilisation d'un téléphone cellulaire pour les messages textes	61
2.4 Les habitudes d'usage du cellulaire sur la route	70
2.5 La réception de contraventions pour l'usage d'un téléphone cellulaire au volant	76
2.6 Les connaissances des conducteurs à l'égard de l'usage du téléphone cellulaire au volant	77

# TABLE DES MATIÈRES



3. La notoriété de la campagne	79
3.1 La notoriété spontanée de la campagne	79
3.2 La notoriété assistée de la publicité télévisée	81
3.3 La notoriété assistée du message Internet	84
3.4 La notoriété assistée de la publicité imprimée	86
3.5 La notoriété totale de la campagne	87
4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet	89
4.1 La compréhension du message	89
4.2 La clarté du message véhiculé	90
4.3 La capacité à attirer l'attention	92
4.4 Le réalisme des messages publicitaires	94
4.5 L'appréciation des messages publicitaires	96
4.6 L'aspect dramatique des publicités	98
5. L'impact des publicités télévisée et Internet	100
5.1 La conscientisation à la distraction au volant	100
5.2 La sensibilisation à la distraction au volant liée à l'utilisation d'un téléphone cellulaire	109

<b>Annexes</b>	<b>111</b>
Annexe 1 : Composition détaillée des cinq grandes régions administratives	112
Annexe 2 : Quelques mots sur le panel Léger Marketing	113
Annexe 3 : Questionnaire	114

## CONTEXTE ET OBJECTIFS





## CONTEXTE ET OBJECTIFS

8

### Le contexte et les objectifs de l'étude

**Pensez-y.  
Vous conduisez.**

Le téléphone cellulaire occupe une place importante dans le quotidien de plusieurs Québécois et Québécoises, y compris dans leur véhicule automobile. Devant la croissance de l'utilisation du cellulaire pour l'envoi et la réception de messages textes, la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) s'est penchée sur les conséquences de cette utilisation sur la sécurité routière. À cet effet, la SAAQ a mené pour la première fois cette année une campagne de sensibilisation sur le thème des textos au volant. Cette campagne vise à démontrer les dangers de l'utilisation du cellulaire au volant pour l'envoi et la réception de messages textes par l'augmentation du risque d'accident.<sup>1</sup>

Dans ce contexte, la SAAQ a mandaté Léger Marketing afin de réaliser une étude auprès de la population québécoise sur les perceptions et les comportements liés à la distraction au volant, notamment à l'usage du cellulaire au volant.

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

- rendre compte des attitudes et des perceptions à l'égard de la distraction au volant;
- mesurer les comportements à risque liés à la distraction au volant;
- évaluer la performance publicitaire de la campagne de sensibilisation, notamment à l'égard de la notoriété et de l'impact de la campagne sur les comportements et les attitudes envers l'utilisation du cellulaire au volant.

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

Le présent rapport expose les résultats obtenus auprès de la population québécoise relativement au danger que représente l'usage d'un cellulaire en conduisant, notamment pour lire et écrire des messages textes.

<sup>1</sup> Site Internet de la SAAQ, 2011.





## CONTEXTE ET OBJECTIFS

9

### Le plan média de la campagne

**En voiture, ne laissez  
jamais votre téléphone  
vous conduire... si  
intelligent soit-il...**



La campagne publicitaire « Textos au volant 2011 » comprend trois messages publicitaires, soit un message télévisé, un Web et un imprimé. Le message publicitaire télévisé est destiné à l'ensemble des usagers de la route, alors que celui sur Internet cible les jeunes conducteurs. La publicité imprimée, quant à elle, est apparue dans le journal *The Gazette* et est donc destinée aux gens de la grande région métropolitaine de Montréal, plus particulièrement aux anglophones. De manière plus spécifique, le message publicitaire télévisé francophone (30 secondes) a été diffusé au cours des mois de mars et avril 2011 sur les principaux réseaux de télévision francophones de la province.

- **Description publicitaire**

Publicité télévisée de 30 secondes diffusée sur les principaux réseaux de télévision francophones du Québec du 21 mars au 17 avril 2011. Cette publicité a été diffusée pour la première fois cette année. Le poids média était de 1900 pebs.

*On commence la publicité en y montrant une femme active professionnellement qui utilise son téléphone intelligent même en marchant pour quitter son bureau, ce qui fait qu'elle passe bien près d'entrer en collision avec certains passants. Elle embarque ensuite dans sa voiture et se met à conduire. Lorsqu'elle reçoit un message texte sur son cellulaire, elle empoigne son téléphone, lit le message puis se met à y répondre en écrivant son propre message texte. Sa distraction l'emmène à emboutir l'arrière d'une voiture immobilisée à un arrêt. Le narrateur lit alors le slogan « En voiture, ne laissez jamais votre téléphone vous conduire... si intelligent soit-il... ». S'affichent ensuite à l'écran le logo, l'adresse du site Web de la Société et le slogan de la campagne « Pensez-y. Vous conduisez. ».*



## CONTEXTE ET OBJECTIFS

10

### Le plan média de la campagne

#### Quand t'es là, t'es pas là

- Description publicitaire -- suite



Message Internet de 30 secondes diffusé du 4 avril au 1<sup>er</sup> mai 2011 sur des sites Internet tels Youtube, musiqueplus.com, vrak.tv et ztele.com. Ce message a été diffusé pour la première fois cette année.

*On voit dans ce message un jeune homme au volant de son véhicule. Il reçoit un message texte, prend son cellulaire dans sa main pour lire le message et écrit un message texte à son tour. Il quitte cependant la route trop longtemps des yeux et fait un violent face à face avec un camion lourd. Le narrateur lit alors le slogan « Quand t'es là, t'es pas là », alors qu'on voit sur fond noir l'interlocuteur du jeune homme lui envoyer un autre message texte disant : « es-tu là?!? ». S'affichent ensuite à l'écran le logo, l'adresse du site Web de la Société et le slogan de la campagne « Pensez-y. Vous conduisez. »*



La publicité imprimée a été publiée dans le journal *The Gazette* les samedis 26 mars, 2 et 9 avril 2011 et est présentée ci-contre.





## MÉTHODOLOGIE

12

### Quelle est notre approche méthodologique ?

#### Sondage en ligne auprès de la population québécoise

##### La population à l'étude

Les Québécois et Québécoises âgés de 16 ans ou plus pouvant s'exprimer en français ou en anglais et accessibles par voie électronique.

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

L'étude a été réalisée au moyen d'un sondage par Internet. À partir du panel d'internautes de Léger Marketing, l'échantillon a été tiré de façon aléatoire auprès des répondants potentiels selon un algorithme qui stratifie les invitations en fonction des caractéristiques sociodémographiques (sexe, âge, lieu de résidence) et en fonction de la date et du résultat des dernières invitations. L'ancienneté des panélistes chez Léger Marketing est aussi prise en compte lors du tirage de l'échantillon.

**Au total,  
1 151 Québécois et  
Québécoises âgés de  
16 ans ou plus ont  
participé à l'étude.**

Au total, 6 425 courriels ont été acheminés aux panélistes sélectionnés dans l'échantillon et 1 151 questionnaires ont été remplis en ligne par des panélistes répondant aux critères d'admissibilité de l'étude et étant en mesure de visionner les publicités de la campagne de sensibilisation sur le thème de la distraction au volant.

Puisqu'il s'agit d'un sondage réalisé par Internet, il n'y a pas de marge d'erreur. Toutefois, à titre comparatif, un échantillon probabiliste de même taille (1 151 répondants) comporterait une marge d'erreur de +/- 2,9%, et ce, dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).

##### L'instrument de mesure

Le questionnaire a été élaboré par les professionnels de la Société puis a été validé et traduit par les professionnels de Léger Marketing. Il est composé de 89 variables, dont 13 questions ouvertes et 2 questions semi-ouvertes. Sa durée moyenne est de 12 minutes.

##### Le prétest du questionnaire

Avant d'entreprendre la collecte des données officielle, un prétest a été réalisé le 28 avril 2011 auprès de 27 répondants afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. À la suite du prétest, il n'y a pas eu d'ajustement au questionnaire.



## MÉTHODOLOGIE

### Quelle est notre approche méthodologique ?

13

#### La collecte des données

La collecte des données a été réalisée du 29 avril au 5 mai 2011. Un courriel d'invitation a été envoyé aux panélistes pour les inviter à répondre au sondage (code d'accès unique) et Léger Marketing a assuré l'hébergement du sondage sur son serveur de façon sécuritaire. Un contrôle de qualité a été réalisé en continu tout au long de la collecte des données. Au total, 1 151 entrevues complètes ont été réalisées.

#### 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. Afin de redresser les déséquilibres et garantir la représentativité des données avec celles de la population québécoise, piétons ou conducteurs, le statisticien de Léger Marketing a pondéré les données en fonction de la distribution réelle de la population selon le sexe, l'âge, la région, le niveau de scolarité, la langue maternelle, le fait de vivre ou non avec des enfants âgés de moins de 18 ans (source : Statistique Canada, recensement 2006) et le fait d'être titulaire ou non d'un permis de conduire valide au Québec (source : SAAQ, 2008).

#### L'analyse des résultats

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





## MÉTHODOLOGIE

### Quelle est notre approche méthodologique ?

14

#### Les normes publicitaires

La performance publicitaire de la campagne « Textos au volant 2011 » est comparée aux normes publicitaires de Léger Marketing et à celles de la Société.

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, nous avons calculé une moyenne de moyennes des résultats. 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). Celles-ci se divisent en cinq catégories, selon les campagnes :

- Norme SAAQ des campagnes Alcool : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des cinq dernières années (les publicités de 2006 à 2010).
- Norme SAAQ des campagnes Vitesse : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des cinq dernières années (les publicités de 2006 à 2010).
- 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 Courtoisie : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des trois dernières années (les publicités de 2008 à 2010).
- Norme SAAQ des campagnes Sécurité à motocyclette : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des trois dernières années (les publicités de 2008 à 2010).



# MÉTHODOLOGIE

## Notes de lecture du rapport

15

### Comment lire les résultats ?

Dans les tableaux, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées.

Le cas échéant, les totaux différents de 100% sont dus à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier.

Aussi, dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux à ces questions excèdent 100%.

Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude, les proportions significativement supérieures sont présentées en **bleu** dans les tableaux et graphiques, alors que les proportions significativement inférieures sont présentées en **rouge**.

Les résultats des sous-groupes composés de moins de 30 répondants sont présentés à titre informatif seulement, étant donné le faible nombre d'individus que cela représente.

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.



## PROFIL DES RÉPONDANTS



## PROFIL DES RÉPONDANTS

17

1 151 Québécois et Québécoises âgés de 16 ans ou plus pouvant s'exprimer en français ou en anglais ont participé à l'étude.

Profil sociodémographique des répondants (après pondération des résultats)	Total (n=1151)	Conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire (n=688)	Conducteurs non- usagers d'un téléphone cellulaire (n=331)
<b>Sexe</b>			
Homme	48%	54%	49%
Femme	52%	46%	51%
<b>Âge</b>			
16 à 19 ans	6%	4%	4%
20 à 24 ans	8%	8%	4%
25 à 34 ans	15%	17%	9%
35 à 44 ans	18%	20%	17%
45 à 54 ans	20%	20%	22%
55 à 64 ans	15%	17%	22%
65 ans ou plus	18%	14%	22%
<b>Scolarité</b>			
Primaire ou secondaire	37%	29%	38%
Collégiale	29%	32%	30%
Universitaire	34%	39%	32%
<b>Langue maternelle</b>			
Français	80%	76%	89%
Anglais	8%	9%	6%
Autres	12%	15%	5%
<b>Présence d'enfants de moins de 18 ans dans le ménage</b>			
Oui	33%	40%	26%
Non	66%	60%	73%

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.



## PROFIL DES RÉPONDANTS

18

Profil sociodémographique des répondants -- suite (après pondération des résultats)	Total (n=1151)	Conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire (n=688)	Conducteurs non- usagers d'un téléphone cellulaire (n=331)
<b>Occupation principale</b>			
Employé du secteur des services, de la vente, bureau	21%	21%	20%
Travailleurs manuels	8%	9%	6%
Professionnels	28%	36%	22%
Au foyer	4%	3%	4%
Aux études	10%	8%	8%
À la retraite	25%	20%	36%
Sans emploi	4%	2%	2%
<b>Revenu familial brut</b>			
Moins de 20 000 \$	11%	6%	9%
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	19%	12%	21%
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	17%	17%	21%
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	15%	20%	14%
Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	10%	12%	11%
100 000 \$ et plus	14%	19%	11%
Préfère ne pas répondre (refus)	14%	14%	13%
<b>État civil</b>			
Célibataire	29%	22%	19%
Marié, conjoint de fait	58%	67%	67%
Divorcé, séparé	9%	8%	10%
Veuf	3%	2%	2%

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.





## PROFIL DES RÉPONDANTS

19

Profil sociodémographique des répondants -- suite (après pondération des résultats)	Total (n=1151)	Conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire (n=688)	Conducteurs non- usagers d'un téléphone cellulaire (n=331)
<b>Région de résidence <sup>2</sup></b>			
Montréal RMR	47%	47%	32%
Québec RMR	10%	11%	11%
Autres régions	43%	42%	57%

Profil de conduite des répondants (après pondération des résultats)	Total (n=1151)	Conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire (n=688)	Conducteurs non- usagers d'un téléphone cellulaire (n=331)
<b>Titulaires de permis de conduire au Québec <sup>3</sup></b>			
Titulaire	77%	100%	100%
Non-titulaire	23%	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.

<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 de ces 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 ».

<sup>3</sup> (Q1) Détenez-vous un permis de conduire valide au Québec (incluant permis d'apprenti, probatoire, temporaire ou régulier) ?



## PROFIL DES RÉPONDANTS

20

### Chez les titulaires de permis ...

Profil de conduite des répondants -- suite (après pondération des résultats)	Total (n=1046)	Conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire (n=688)	Conducteurs non- usagers d'un téléphone cellulaire (n=331)
<b>Distance parcourue au volant d'un véhicule au cours des 12 derniers mois <sup>4</sup></b>			
Entre 1 et 4 999 km	19%	15%	28%
Entre 5 000 et 9 999 km	17%	15%	21%
Entre 10 000 et 14 999 km	19%	19%	21%
Entre 15 000 et 19 999 km	16%	19%	12%
Entre 20 000 et 29 999 km	18%	21%	11%
Entre 30 000 et 49 999 km	7%	8%	6%
50 000 km ou plus	2%	3%	1%
Aucun, je n'ai pas conduit au cours des 12 derniers mois	2%	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.

<sup>4</sup> (Q2) Au cours des 12 derniers mois, que ce soit à des fins personnelles ou pour le travail, combien de kilomètres au total avez-vous parcourus au volant d'un véhicule ?



## PROFIL DES RÉPONDANTS

21

### Chez les conducteurs ...

Profil de conduite des répondants -- suite (après pondération des résultats)	Total (n=1024)	Conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire (n=688)	Conducteurs non- usagers d'un téléphone cellulaire (n=331)
<b>Conduite d'un véhicule dans le cadre du travail <sup>5</sup></b>			
Oui	24%	<b>30%</b>	<b>14%</b>
Non	75%	<b>70%</b>	<b>85%</b>
<b>Fréquence de conduite avec au moins un passager à bord <sup>6</sup></b>			
Très souvent	25%	<b>39%</b>	<b>18%</b>
Assez souvent	37%	34%	39%
Rarement	35%	<b>24%</b>	<b>40%</b>
Jamais	3%	3%	3%

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.

<sup>5</sup> (Q3) Conduisez-vous un véhicule dans le cadre de votre travail, excluant le trajet entre votre domicile et votre lieu de travail ?

<sup>6</sup> (Q4) À quelle fréquence conduisez-vous avec un ou des passagers à bord de votre véhicule ?



## PROFIL DES RÉPONDANTS

22

### Chez les conducteurs ...

Profil de l'usage d'un cellulaire des répondants (après pondération des résultats)	(n=1024)
<b>Usager d'un cellulaire <sup>7</sup></b>	
Oui	67%
Non	33%

### Chez les conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire ...

Profil de l'usage d'un cellulaire des répondants (après pondération des résultats)	(n=688)
<b>Temps depuis lequel on est usager d'un cellulaire <sup>8</sup></b>	
Moins de 1 an	4%
1 à 2 ans	7%
3 à 4 ans	18%
5 à 9 ans	33%
10 à 19 ans	33%
20 ans ou plus	5%

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.

<sup>7</sup> (QA1) Personnellement, utilisez-vous un téléphone cellulaire (intelligent ou non), que ce soit pour parler ou pour les messages textes ? On parle ici de manière générale, pas seulement en conduisant un véhicule.

<sup>8</sup> (QA2) Depuis combien de temps utilisez-vous un téléphone cellulaire ?



## PROFIL DES RÉPONDANTS

23

### Chez les conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire ...

Profil de l'usage d'un cellulaire des répondants -- suite (après pondération des résultats)	(n=688)
<b>Utilisation(s) du téléphone cellulaire <sup>9</sup></b>	
Pour faire ou recevoir des appels	98%
Pour écrire ou lire des messages textes	46%
Pour accéder à des applications mobiles	21%
<b>Type de cellulaire utilisé <sup>10</sup></b>	
iPhone	12%
BlackBerry	12%
Android	5%
WindowsPhone	1%
Autre type de téléphone intelligent	8%
Téléphone mobile standard	62%

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.

<sup>9</sup> (QA3) Quelle(s) utilisation(s) faites-vous du téléphone cellulaire ?

<sup>10</sup> (QA4) Quel type de téléphone cellulaire utilisez-vous ?







## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

25

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

#### La distraction au volant : un problème reconnu comme étant grave par la plupart des Québécois.

- Alors que la grande majorité des gens reconnaissent que la distraction au volant est un problème grave (95%), 86% sont d'avis que les conducteurs québécois sont assez ou très souvent distraits. De plus, la plupart d'entre eux sont d'accord avec le fait qu'écrire ou lire un message texte en conduisant (97%) et que composer un numéro de téléphone en conduisant (97%) sont des sources de distraction.

#### Définitivement, les gens reconnaissent qu'il y a des dangers à utiliser un téléphone cellulaire au volant.

- De façon quasi unanime, les gens sont d'avis qu'écrire ou lire un message texte en conduisant est assez ou très dangereux (99%) et 80% estiment que parler au cellulaire l'est également. Notons que parmi les gens qui considèrent que parler au cellulaire est peu ou pas du tout dangereux (20%), on retrouve plus particulièrement les 20-24 ans (38%), les 25-34 ans (27%) ainsi que les hommes (25% contre 14% pour les femmes).



## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

26

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**La plupart des conducteurs adoptent des comportements à risque lorsqu'ils sont au volant :**

#### **Manipuler le poste de radio, le disque compact ou les fichiers des lecteurs numériques**

- 53% de ceux qui écoutent de la musique en conduisant manipulent eux-mêmes le poste de radio, le disque compact, les fichiers de leurs lecteurs numériques ou les boutons du tableau de bord pendant que leur véhicule est en mouvement.

#### **Parler au téléphone cellulaire**

- 53% des répondants avouent qu'il leur arrive de parler au téléphone cellulaire en conduisant. Parmi ceux-ci, le quart (26%) le font très ou assez souvent, et plus particulièrement les hommes (31% contre 17% pour les femmes), les conducteurs ayant parcouru 30 000 km ou plus au cours des douze derniers mois (53%) et les personnes qui utilisent un cellulaire au volant principalement à des fins professionnelles (51%).
- parmi les conducteurs qui parlent au cellulaire en conduisant, 33% le font principalement avec un appareil tenu dans leur main (48% avec un système mains libres).

#### **Écrire ou lire des messages textes**

- 17% des conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire avouent qu'il leur arrive d'écrire ou lire des messages textes en conduisant et parmi eux, près du quart (23%) le font très ou assez souvent. Les conducteurs qui écrivent ou lisent des messages textes au volant sont plus particulièrement âgés de 34 ans et moins (48% des 16-19 ans, 49% des 20-24 ans et 26% des 25-34 ans).

Notons que les personnes qui parlent au cellulaire ou qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant le font généralement à des fins personnelles (58%).



## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

27

**Certains répondants qui adoptent des comportements à risque au volant indiquent avoir déjà été distraits au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite ou de ne pas voir un arrêt obligatoire, par exemple :**

- 20% parmi ceux qui écoutent la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant et qui les manipulent souvent eux-mêmes;
- 14% parmi ceux qui parlent au téléphone cellulaire en conduisant;
- 40% parmi ceux qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant.

**Parmi les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire de manière générale (67%), ceux qui le font au volant sont moins conscients que les autres du risque d'accident et du risque d'être arrêté par la police.**

- Le risque d'accident est perçu comme étant assez ou très faible par 64% des conducteurs qui parlent au cellulaire en conduisant (contre 13% pour ceux qui ne le font pas) et par 16% des conducteurs qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant (contre 0% pour ceux qui ne le font pas).
- Parmi les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant, que ce soit pour parler, écrire ou lire, soit 54% des conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire, 57% croient que leur risque d'être arrêté par la police est assez ou très faible.



## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

28

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Alors que certains conducteurs usagers de téléphones cellulaires disent faire preuve de précaution avant de prendre la route, plusieurs ne font rien de particulier avant d'utiliser leur cellulaire lorsqu'ils conduisent.

- 20% affirment qu'il leur arrive de fermer leur téléphone cellulaire avant de conduire. Parmi eux, près de la moitié (48%) le font toujours ou souvent.
- Parmi les conducteurs qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant, plusieurs ne font rien de particulier avant d'écrire (44%) ou de lire un message texte en conduisant (53%). Par ailleurs, parmi ceux qui parlent au cellulaire en conduisant, des proportions semblables de conducteurs ne font rien de particulier avant de faire un appel (41%) ou de prendre un appel en conduisant (55%).
- Néanmoins, presque tous les conducteurs (98%) savent que l'usage du téléphone cellulaire tenu en main est interdit lors de la conduite d'un véhicule. Six conducteurs sur dix (61%) sont d'avis que l'utilisation d'un dispositif mains libres rend la conduite d'un véhicule plus sécuritaire.



## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

29

### 3. La notoriété de la campagne

**La campagne a rejoint six Québécois sur dix.**

#### Bruit publicitaire

- Au total, 61% des personnes ayant répondu au sondage en français se souviennent avoir vu, lu ou entendu de la publicité sur la distraction au volant, et plus particulièrement, en lien avec le fait d'envoyer des messages textes en conduisant. Spontanément, ces derniers se souviennent surtout d'une publicité télévisée d'une femme qui texte en conduisant et qui heurte un véhicule (29%) et d'accidents causés par la distraction par un téléphone cellulaire (20%).

#### Notoriété de la campagne

- La notoriété totale de la campagne « Textos au volant 2011 » s'élève à 60%. Elle est plus particulièrement élevée parmi les 55-64 ans (73%), les résidents de la grande région de Québec (74%) et ceux des autres régions que celles de Montréal et Québec (68%; plus particulièrement les résidents de l'Est du Québec (77%)).
- Les taux de notoriété des différentes exécutions sont les suivants :
  - 65% pour la publicité télévisée parmi ceux qui ont répondu au sondage en français. Il s'agit d'un bon résultat se situant au-dessus de la norme Léger Marketing (45% à 60%) et comparable aux normes SAAQ.
  - 27% pour le message Internet auprès des ceux qui ont répondu au sondage en français.
  - 4% pour la publicité imprimée parmi les résidents de la grande région de Montréal.
- Les répondants comprennent surtout des publicités télévisée et Internet que « texter au volant est dangereux » (58% pour la publicité télévisée et 35% pour le message Internet).



## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

30

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

#### Les publicités télévisée et Internet sont très appréciées et attirent l'attention.

- Les répondants évaluent favorablement les publicités télévisée et Internet. De fait, les notes moyennes d'appréciation sont de 8,7 sur 10 pour la publicité télévisée et de 8,8 sur 10 pour le message Internet. Globalement, les gens sont d'avis que ces publicités ...
  - ... comportent un message clair (96% pour la publicité télévisée et 94% pour le message Internet);
  - ... attirent leur attention (93% pour la publicité télévisée et 91% pour le message Internet);
  - ... sont très ou assez réalistes (96% pour la publicité télévisée et 94% pour le message Internet).

#### L'aspect dramatique des publicités de la campagne semble approprié pour sensibiliser la population aux dangers de l'utilisation du téléphone cellulaire au volant pour écrire ou lire des messages textes.

- Plus de huit répondants sur dix (84%) sont d'avis qu'une publicité « choc » permet de mieux sensibiliser la population aux dangers d'écrire ou de lire des messages textes en conduisant qu'une publicité adoptant un ton léger. Notons que cette proportion est plus particulièrement élevée parmi les 16-19 ans (93%) et les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (86% contre 80% pour les autres).





## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

31

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les publicités télévisée et Internet semblent avoir eu un impact important sur la conscientisation relativement à la distraction au volant. Ainsi, les publicités ...**

- ... ont convaincu plus de huit personnes sur dix que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est vraiment dangereux (83% pour la publicité télévisée et 81% pour le message Internet);
- ... ont fait réfléchir environ neuf personnes sur dix sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou pour texter en conduisant (91% pour la publicité télévisée et 87% pour le message Internet);
- ... incitent à être plus attentifs sur la route selon neuf personnes sur dix (90% pour la publicité télévisée et 89% pour le message Internet).
- Les répondants sont toutefois moins nombreux à s'être sentis concernés par la publicité (37% pour la publicité télévisée et 47% pour le message Internet). Ceux qui ne se sont pas sentis concernés spécifient que c'est parce qu'ils ne textent ou ne parlent jamais en conduisant (45% pour la publicité télévisée et 63% pour le message Internet) ou parce qu'ils ne conduisent pas ou n'ont pas de cellulaire (38% pour la publicité télévisée et 19% pour le message Internet).

**Finalement, la grande majorité des gens reconnaissent l'effet dissuasif de ces publicités en lien avec l'utilisation du téléphone cellulaire en conduisant.**

- Dans l'ensemble, la plupart des répondants disent que la publicité est très ou assez efficace pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant (87% pour la publicité télévisée et 90% pour le message Internet).

**Notons que de manière générale, les personnes qui se souviennent avoir été exposées à ces publicités sont enclines à reconnaître l'impact des publicités autant sur leurs propres perceptions et comportements que sur ceux des conducteurs en général.**



## PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

32

### En conclusion

De toute évidence, les Québécois reconnaissent les dangers liés à l'utilisation du téléphone cellulaire, et plus particulièrement au fait de composer un numéro de téléphone ainsi que d'écrire ou lire des messages textes au volant. Malgré cela, plusieurs adoptent tout de même des comportements à risque. À cet égard, les conducteurs qui semblent se sentir le plus en confiance ou au-dessus de la mêlée (adoption de comportements à risque, perception d'un niveau de risque ou de dangerosité moins élevé, etc.) sont plus particulièrement les moins de 35 ans, les habitués de la route (ceux qui parcourent 30 000 km et plus par année) et les personnes qui conduisent dans le cadre de leur travail. Ces segments de population sont, à n'en pas douter, des cibles à privilégier dans le cadre des prochaines campagnes.

La notoriété totale de la campagne est très bonne avec un résultat de 60% et globalement, on constate que les gens endossent le message des publicités et qu'ils sont en accord avec le principe. Cependant, les messages ne semblent pas avoir rejoint plus particulièrement la clientèle cible, soit les moins de 35 ans.

Enfin, il importe de considérer qu'il s'agit de la première campagne de la SAAQ sur la problématique des messages textes au volant. Ainsi, cette campagne apparaît être une bonne introduction pour sensibiliser les gens, une amorce à la réflexion sur les risques liés à l'utilisation du cellulaire tout en conduisant.

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



+10%

+30%

+40%

+40%

## ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

34

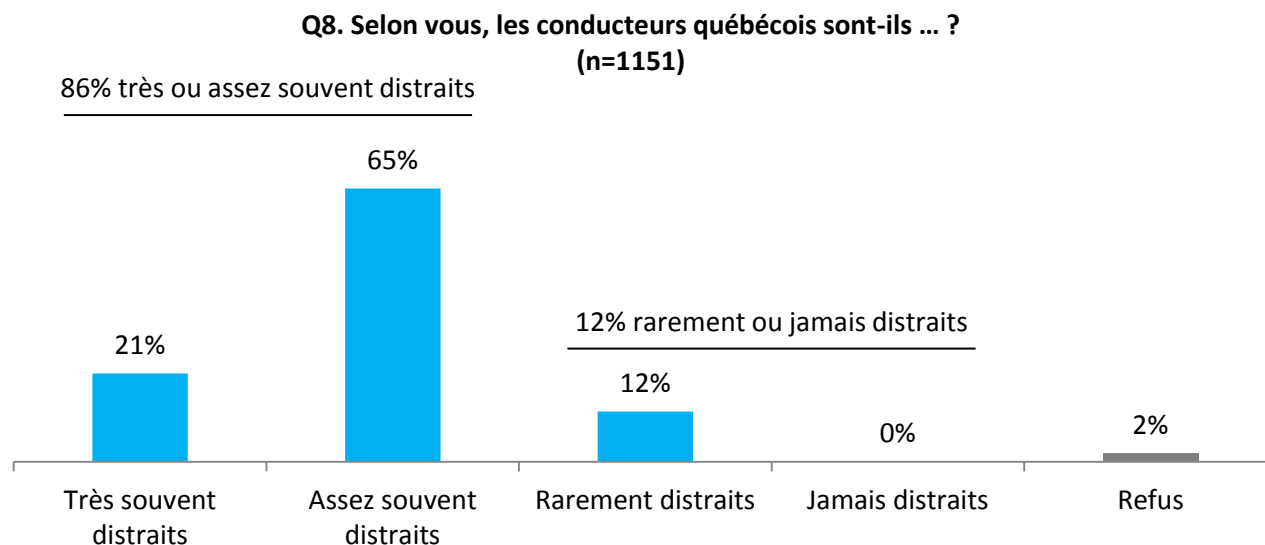
### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

**Les conducteurs québécois sont généralement perçus comme étant distraits.**

#### 1.1. La perception à l'égard de la distraction au volant

La majorité des personnes interrogées (86%) pensent que les conducteurs québécois sont très ou assez souvent distraits, soit 21% qui les considèrent très souvent distraits et 65% assez souvent distraits. Par ailleurs, 12% des répondants sont d'avis que les conducteurs québécois sont rarement distraits.

Le détail des différences significatives entre les sous-groupes est présenté à la page suivante.





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

35

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Les sous-groupes suivants sont significativement plus nombreux à être d'avis que les conducteurs québécois sont ...

... **très ou assez souvent distraits** (86% de l'ensemble) :

- les 20-24 ans (93%);
- les résidents de la grande région de Montréal (90%);
- les travailleurs de bureau, des services ou de la vente (90%).

... **rarement ou jamais distraits** (12% de l'ensemble) :

- les 45-54 ans (18%);
- les résidents de l'Est du Québec (26%);
- les travailleurs manuels (23%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (18%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

36

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

La distraction au volant est un problème jugé grave par la grande majorité des gens.

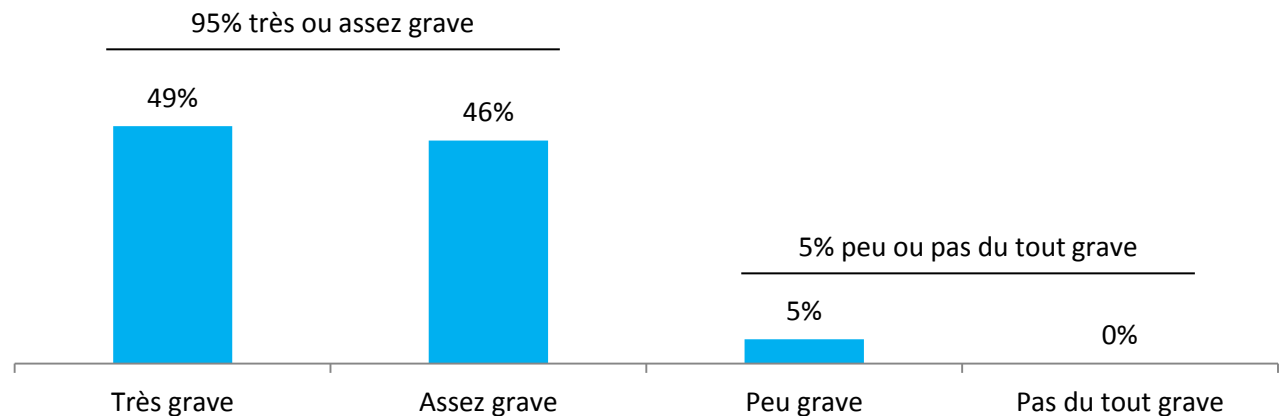
#### 1.2 La gravité de la problématique

La quasi-totalité des Québécois (95%) perçoit la distraction au volant comme étant un problème très ou assez grave, soit 49% qui considèrent cela très grave et 46% qui considèrent que c'est assez grave.

À peine 5% des répondants sont d'avis que la distraction au volant est un problème peu grave.

Le détail des différences significatives entre les sous-groupes est présenté à la page suivante.

#### Q9. D'après vous, la distraction au volant est-elle un problème ... ? (n=1151)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

37

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Les sous-groupes d'individus suivants sont plus nombreux à croire que la distraction au volant est un problème ...

... **très ou assez grave** (95% de l'ensemble) :

- les femmes (97% contre 92% pour les hommes);
- les non-francophones (98% contre 94% pour les francophones);
- les résidents de la grande région de Montréal (96%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 40 000 \$ à 59 999 \$ (97%).

... **peu ou pas du tout grave** (5% de l'ensemble) :

- les hommes (7% contre 3% pour les femmes);
- les francophones (6% contre 2% pour les non-francophones);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 80 000 \$ à 99 999 \$ (10%);
- les conducteurs qui ont parcouru 15 000 km à 29 999 km au cours des 12 derniers mois (9%).





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

38

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Écrire ou lire un message texte en conduisant et composer un numéro de téléphone en conduisant sont considérés comme étant des sources de distraction par la quasi-totalité des répondants.

#### 1.3. Les perceptions des principales sources de distraction au volant

Diverses sources de distraction au volant ont été présentées aux répondants.

La quasi-totalité des répondants sont d'avis qu'écrire ou lire un message texte en conduisant (97%) et composer un numéro de téléphone en conduisant (97%) sont des sources de distraction.

Les autres sources de distraction sont :

- s'occuper des enfants en conduisant (92% en accord);
- parler au cellulaire en conduisant (89% en accord);
- fumer en conduisant (63% en accord);
- parler avec des passagers en conduisant (42% en accord);
- écouter la radio, des cd ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant (22% en accord).

Le détail des résultats et des différences significatives entre les sous-groupes est présenté aux pages suivantes.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

39

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

**Q10A-G. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord.**  
(n=1151)

LES ÉNONCÉS	EN ACCORD			EN DÉSACCORD		
	Tout à fait	Plutôt	TOTAL	Plutôt	Tout à fait	TOTAL
(G) Écrire ou lire un message texte en conduisant est une source de distraction	94%	3%	97%	1%	2%	3%
(F) Composer un numéro de téléphone en conduisant est une source de distraction	84%	13%	97%	1%	2%	3%
(B) S'occuper des enfants en conduisant est une source de distraction	54%	38%	92%	5%	2%	7%
(E) Parler au cellulaire en conduisant est une source de distraction	69%	20%	89%	7%	3%	10%
(C) Fumer en conduisant est une source de distraction	26%	37%	63%	27%	10%	37%
(A) Parler avec des passagers en conduisant est une source de distraction	6%	36%	42%	44%	13%	57%
(D) Écouter la radio, des cd ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant est une source de distraction	4%	18%	22%	51%	26%	77%

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

40

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Les individus des sous-groupes suivants sont statistiquement plus nombreux à être en désaccord pour dire que les actions ci-contre sont des sources de distraction :

**Écrire ou lire un message texte en conduisant** (3% de l'ensemble) :

- les hommes (4% contre 2% pour les femmes);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (4%);
- les conducteurs qui ont parcouru moins de 5 000 km au cours des 12 derniers mois (6%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (6% contre 2% pour ceux qui ne le font pas);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui tiennent leur appareil dans leur main en conduisant (8%).

**Composer un numéro de téléphone en conduisant** (3% de l'ensemble) :

- les hommes (4% contre 2% pour les femmes);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (8%).

**S'occuper des enfants en conduisant** (7% de l'ensemble) :

- les célibataires (11%);
- les étudiants (12%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

41

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Les individus des sous-groupes suivants sont statistiquement plus nombreux à être en désaccord pour dire que parler au cellulaire en conduisant est une source de distraction (10% de l'ensemble) :

- les hommes (14% contre 8% pour les femmes);
- les 16-19 ans (21%);
- les personnes qui vivent avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (14% contre 9% pour les autres);
- les étudiants (16%);
- les personnes qui disposent d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (16%);
- les conducteurs qui ont parcouru 15 000 km à 29 999 km (14%) ou 30 000 km ou plus (18%) au cours des 12 derniers mois;
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (16% contre 9% pour les autres);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires (13% contre 5% pour les non-utilisateurs);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui parlent en conduisant (23% contre 3% pour ceux qui ne le font pas);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (29% contre 10% pour ceux qui ne le font pas).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

42

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Les individus des sous-groupes suivants sont statistiquement plus nombreux à être en désaccord pour dire que les actions ci-contre sont des sources de distraction :

**Fumer en conduisant** (37% de l'ensemble) :

- les 20-24 ans (50%) et les 45-54 ans (44%);
- les célibataires (48%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (42%);
- les personnes ne détenant pas un permis de conduire valide au Québec (44% contre 34% pour les détenteurs);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui parlent en conduisant (40% contre 28% pour ceux qui ne le font pas);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (50% contre 31% pour ceux qui ne le font pas).

**Parler avec des passagers en conduisant** (57% de l'ensemble) :

- les hommes (60% contre 54% pour les femmes);
- les 20-24 ans (75%);
- les professionnels (61%) et les étudiants (67%);
- les conducteurs qui ont parcouru 15 000 km à 29 999 km au cours des 12 derniers mois (63%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui parlent en conduisant (66% contre 54% pour ceux qui ne le font pas).

**Écouter la radio, des cd ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant** (77% de l'ensemble) :

- les hommes (82% contre 73% pour les femmes);
- les 20-24 ans (94%);
- les étudiants (85%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (85%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (88%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires (81% contre 73% pour les non-utilisateurs).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

43

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Écrire ou lire un message texte en conduisant est de loin considéré comme la première source de distraction en conduisant.

#### 1.4. Les perceptions quant à l'utilisation du cellulaire au volant

Plus de neuf répondants sur dix (92%) estiment qu'écrire ou lire un message texte en conduisant constitue l'une des deux plus grandes distractions au volant. Parmi les autres principales distractions, on retrouve le fait de composer un numéro de téléphone en conduisant (56%) et de parler au téléphone en conduisant (29%).

Q11-Q11A. Et, parmi ces sources de distraction, laquelle vous semble être la plus grande source de distraction en conduisant ? Laquelle serait la deuxième ?

(n=1151)

	Première mention	Toutes mentions
Écrire ou lire un message texte en conduisant	82%	92%
Composer un numéro de téléphone en conduisant	6%	56%
Parler au téléphone cellulaire en conduisant	8%	29%
S'occuper des enfants en conduisant	4%	19%
Fumer en conduisant	0%	2%
Parler avec des passagers en conduisant	0%	1%
Écouter la radio, des cd ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant	0%	0%
Aucune	0%	0%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

44

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Écrire ou lire un message texte en conduisant est une action jugée dangereuse par presque tous les répondants (99%).

La quasi-totalité des répondants (99%) est d'avis qu'écrire ou lire un message texte en conduisant est dangereux, soit 93% qui jugent cela très dangereux et 6% qui jugent cela assez dangereux.

Une proportion considérable (80%) est également d'avis que parler au téléphone cellulaire en conduisant est dangereux. Plus précisément, 37% jugent cela très dangereux, alors que 43% jugent cette action assez dangereuse.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

	Q12. D'après vous, parler au téléphone cellulaire en conduisant est-il ... ? (n=1151)	Q13. D'après vous, écrire ou lire un message texte en conduisant est-il ... ? (n=1151)
<b>Total TRÈS ou ASSEZ DANGEREUX</b>	<b>80%</b>	<b>99%</b>
Très dangereux	37%	93%
Assez dangereux	43%	6%
<b>Total PEU ou PAS DU TOUT DANGEREUX</b>	<b>20%</b>	<b>1%</b>
Peu dangereux	18%	1%
Pas du tout dangereux	2%	0%





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

45

### 1. Les attitudes et les perceptions à l'égard de la distraction au volant

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à considérer que parler au téléphone cellulaire en conduisant est ...

**... peu ou pas du tout dangereux (20% de l'ensemble) :**

- les hommes (25% contre 14% pour les femmes);
- les 20-24 ans (38%) et les 25-34 ans (27%);
- les personnes vivant avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (24% contre 17% pour les autres);
- les célibataires (25%);
- les travailleurs manuels (28%), les professionnels (27%) et les étudiants (30%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (29%);
- les conducteurs qui ont parcouru 15 000 km à 29 999 km (28%) ou 30 000 km ou plus (46%) au cours des 12 derniers mois ;
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (32% contre 18% pour les autres);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires (27% contre 9% pour les non-utilisateurs);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (32%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui parlent en conduisant (44% contre 8% pour ceux qui ne le font pas);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (53% contre 22% pour ceux qui ne le font pas).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

46

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**La plupart des conducteurs (91%) écoutent souvent de la musique en conduisant.**

#### 2.1. La distraction liée à l'utilisation du système radiophonique de la voiture

La plupart des conducteurs (91%) écoutent très ou assez souvent la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique. Parmi eux, un peu plus de la moitié (53%) réalisent très ou assez souvent les actions suivantes pendant que leur véhicule est en mouvement : changer le poste de radio, remplacer soi-même le disque compact, naviguer dans les fichiers du lecteur numérique ou ajuster les boutons du tableau de bord.

	<u>Chez les conducteurs</u>	<u>Chez ceux qui écoutent la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant</u>
	Q5. Lorsque vous conduisez votre véhicule, à quelle fréquence écoutez-vous la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique (par exemple, musique à partir d'un iPod) ? (n=1024)	Q6. Lorsque vous écoutez la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant votre véhicule, à quelle fréquence vous arrive-t-il de changer le poste de radio, de remplacer vous-même le disque compact ou de naviguer dans les fichiers du lecteur numérique, ou même d'ajuster les boutons du tableau de bord, pendant que votre véhicule est en mouvement ? (n=927)
<b>Total TRÈS ou ASSEZ SOUVENT</b>	<b>91%</b>	<b>53%</b>
Très souvent	76%	19%
Assez souvent	15%	34%
<b>Total RAREMENT ou JAMAIS</b>	<b>9%</b>	<b>47%</b>
Rarement	7%	39%
Jamais	2%	8%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

47

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Parmi ceux qui écoutent la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant et qui les manipulent eux-mêmes, une personne sur cinq (20%) avoue avoir été distraite lors de ces manipulations au cours des 12 derniers mois.

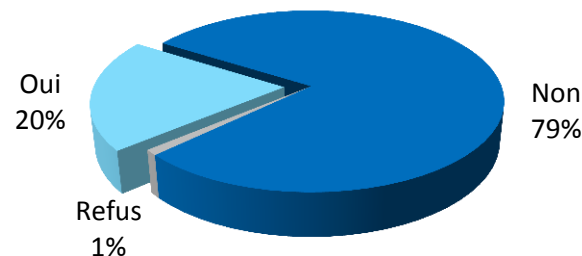
Les personnes des sous-groupes suivants sont plus nombreuses à **avouer avoir été distraites** en changeant le poste de radio, le disque compact ou les fichiers d'un lecteur numérique ou bien en ajustant les boutons du tableau de bord (20% de l'ensemble) :

- les célibataires (28%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (31%);
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (30% contre 16% pour les autres);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui parlent en conduisant (23% contre 12% pour ceux qui ne le font pas);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (39% contre 13% pour les autres);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui tiennent leur appareil dans leur main en conduisant (33%).

#### Chez ceux qui écoutent la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique en conduisant et qui les manipulent souvent eux-mêmes

Q7. Au cours des 12 derniers mois, lorsque vous changez le poste de radio, que vous changez le disque compact ou les fichiers du lecteur numérique, ou que vous ajustiez les boutons du tableau de bord en conduisant votre véhicule, vous est-il arrivé d'être distrait au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire, etc. ?

(n=508)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

48

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Un peu plus de la moitié des conducteurs avouent qu'il leur arrive de parler au téléphone cellulaire en conduisant.**

#### 2.2. La distraction liée à l'utilisation d'un téléphone cellulaire pour les conversations

##### 2.2.1. L'usage du cellulaire pour les conversations et la fréquence d'utilisation

Plus de la moitié des conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire (53%) indiquent qu'il leur arrive de parler au téléphone cellulaire en conduisant. Parmi eux, le quart (26%) le font très ou assez souvent.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

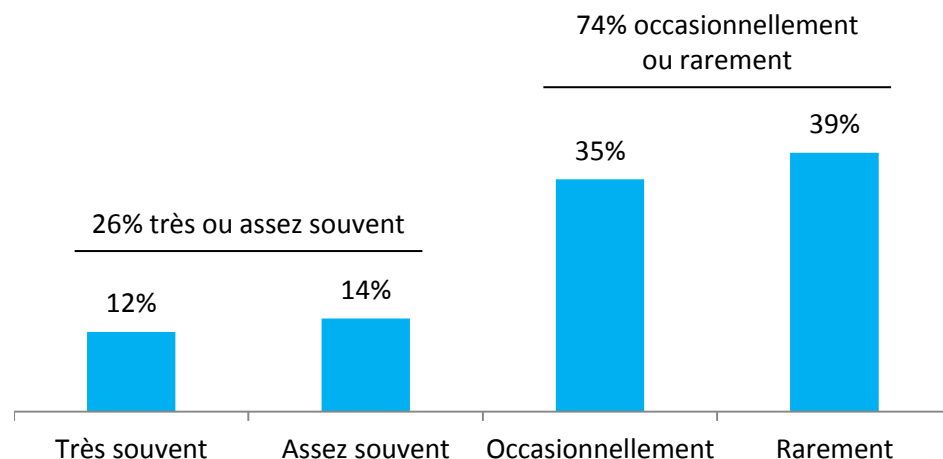
#### Chez les conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire

**QA5. Vous arrive-t-il de parler au téléphone cellulaire en conduisant ?**  
(n=688)



#### Chez les conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire qui parlent en conduisant

**QA6. Et, diriez-vous que vous parlez au téléphone cellulaire en conduisant ... ?**  
(n=352)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

49

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à parler au cellulaire en conduisant (53% de l'ensemble) :**

- les hommes (63% contre 41% pour les femmes);
- les 25-34 ans (63%) et les 35-44 ans (68%);
- les personnes qui vivent avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (61% contre 48% pour les autres);
- les travailleurs manuels (68%) et les professionnels (63%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (66%);
- les conducteurs qui ont parcouru 15 000 km à 29 999 km (60%) ou 30 000 km ou plus (85%) au cours des 12 derniers mois ;
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (68% contre 47% pour ceux qui ne le font pas);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (62%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (92% contre 45% pour ceux qui ne le font pas).

Parmi les conducteurs qui parlent au cellulaire en conduisant, ceux qui le font le plus souvent sont plus particulièrement (26% **très ou assez souvent**) :

- les hommes (31% contre 17% pour les femmes);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (41%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (53%);
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (43% contre 16% pour ceux qui ne le font pas);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (33%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (40% contre 21% pour ceux qui ne le font pas);
- les personnes qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant principalement à des fins professionnelles (51%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

50

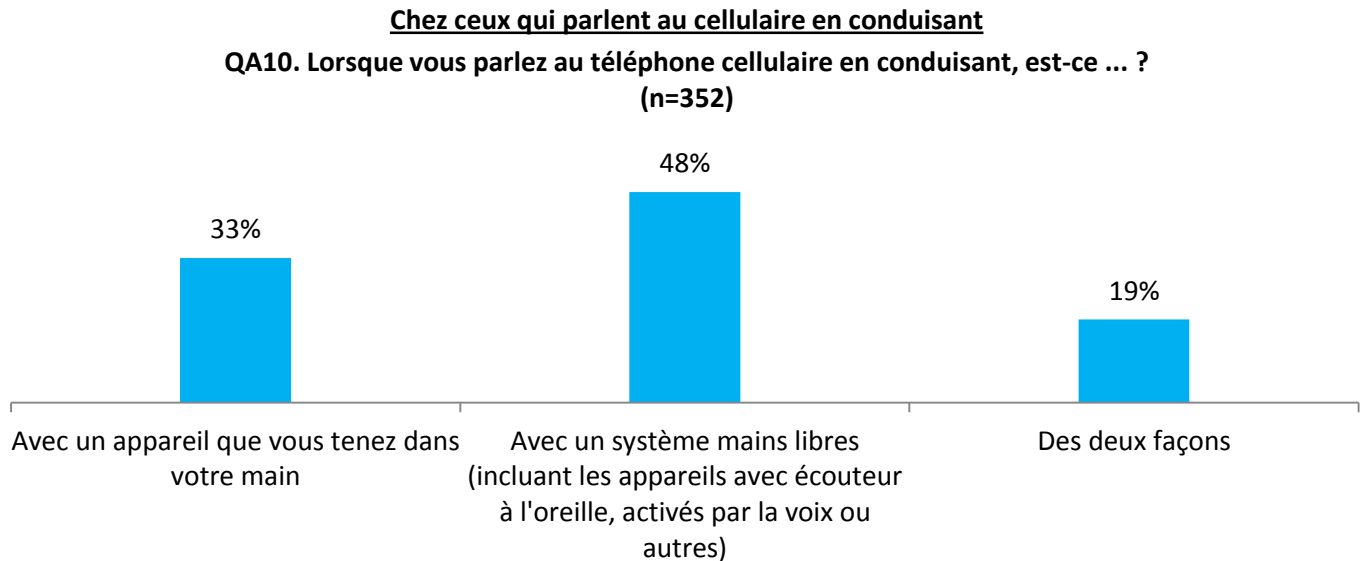
### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Un peu moins de la moitié des conducteurs qui parlent au cellulaire au volant le font avec un système mains libres.**

#### 2.2.2. Le type d'appareil utilisé pour les conversations au volant

Parmi les personnes qui parlent au téléphone cellulaire en conduisant, 48% utilisent un système mains libres, alors que le tiers (33%) utilisent plutôt un appareil tenu dans leur main. Par ailleurs, 19% le font des deux façons.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

51

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les sous-groupes suivants sont plus enclins à parler au téléphone cellulaire ...**

**... avec un appareil tenu dans la main (33% de l'ensemble) :**

- les femmes (41% contre 29% pour les hommes);
- les 20-24 ans (63%);
- les résidents de la grande région de Québec (51%);
- les célibataires (48%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 20 000 \$ à 39 999 \$ (48%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis moins de 5 ans (56%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (43% contre 29% pour ceux qui ne le font pas);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant à des fins principalement personnelles (43%).

**... avec un système mains libres (48% de l'ensemble) :**

- les hommes (53% contre 40% pour les femmes);
- les 55-64 ans (68%);
- les résidents de la grande région de Montréal (59%);
- les individus qui sont mariés ou conjoints de fait (54%);
- les professionnels (57%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (63%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (58%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui ne textent pas en conduisant (57% contre 27% pour ceux qui le font);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant à des fins principalement professionnelles (71%).

**... des deux façons (19% de l'ensemble) :**

- les étudiants (36%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui textent en conduisant (30% contre 15% pour ceux qui ne le font pas);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant à des fins autant personnelles que professionnelles (27%).





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

52

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

#### 2.2.3. Les actions particulières pour les conversations au volant en lien avec la conduite automobile

L'utilisation d'un dispositif mains libres (17%) ou se ranger dans un endroit sécuritaire (14%) sont les deux principales actions en lien avec la conduite automobile effectuées par les conducteurs qui souhaitent faire un appel à partir de leur téléphone cellulaire lorsqu'ils sont au volant de leur véhicule. Notons que 41% des répondants indiquent ne rien faire en particulier avant de faire l'appel.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui parlent au cellulaire en conduisant

**QA11. Imaginez que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous voulez faire un appel à partir de votre téléphone cellulaire. Quelles sont les actions particulières en lien avec la conduite automobile que vous effectuez afin de faire votre appel ? -- Plusieurs mentions possibles**

(n=352)

J'utilise un dispositif mains libres	17%
Je me range dans un endroit sécuritaire	14%
J'attends le moment propice (moins de trafic, ligne droite)	8%
J'attends d'être à un feu rouge	6%
Je ne fais pas d'appels	4%
Je diminue ma vitesse	2%
Je fais attention, je ne quitte pas la route des yeux	2%
Je regarde s'il y a des policiers	2%
Autres	4%
Je ne fais rien de particulier avant de faire l'appel	41%
Préfère ne pas répondre (refus)	4%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

53

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Avant de faire un appel au volant de leur véhicule, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à ...**

**... utiliser un dispositif mains libres (17% de l'ensemble) :**

- les personnes qui sont mariées ou conjointes de fait (20%);
- les retraités (28%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 5 à 9 ans (23%).

**... se ranger dans un endroit sécuritaire (14% de l'ensemble) :**

- les non-francophones (22% contre 12% pour les francophones);
- les retraités (25%);
- les conducteurs ayant parcouru moins de 5 000 km au cours des 12 derniers mois (33%);
- les utilisateurs de téléphones cellulaires qui ne textent pas en conduisant (17% contre 7% pour ceux qui le font).

**... ne rien faire de particulier (41% de l'ensemble) :**

- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (52%);
- les conducteurs ayant parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (56%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (48%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

54

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

L'utilisation d'un dispositif mains libres (19%) est la principale action en lien avec la conduite automobile effectuée par les conducteurs lorsqu'ils reçoivent un appel à partir de leur téléphone cellulaire lorsqu'ils sont au volant de leur véhicule. Notons que 55% des répondants indiquent ne rien faire en particulier lorsqu'ils reçoivent l'appel.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui parlent au cellulaire en conduisant

**QA12. Imaginez maintenant que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous recevez un appel sur votre téléphone cellulaire. Quelles sont les actions particulières en lien avec la conduite automobile que vous effectuez afin de prendre votre appel ? -- Plusieurs mentions possibles**  
(n=352)

J'utilise mon cellulaire à mains libres, mon bluetooth	19%
Je me range dans un endroit sécuritaire	6%
Je ne réponds pas ou je laisse la messagerie vocale prendre l'appel	4%
Je regarde s'il y a des policiers	4%
Je fais attention, je regarde autour de moi	3%
Je réduis ma vitesse	2%
J'attends le moment propice (moins de trafic)	2%
Je baisse le volume de la radio	2%
J'avise mon interlocuteur que je suis au volant et que je vais le rappeler	1%
J'avise mon interlocuteur que je suis au volant et je poursuis la conversation	1%
Je demande à un passager de répondre	1%
Je conduis d'une seule main	1%
Autres	2%
Je ne fais rien de particulier avant de prendre l'appel	55%
Préfère ne pas répondre (refus)	4%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

55

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Lorsqu'elles reçoivent un appel sur leur téléphone cellulaire alors qu'elles sont au volant, les personnes des sous-groupes suivants sont plus particulièrement enclines à ...

**... utiliser un cellulaire à mains libres, bluetooth** (19% de l'ensemble) :

- les hommes (22% contre 13% pour les femmes);
- les résidents de la grande région de Montréal (23%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 80 000 \$ à 99 999 \$ (34%).

**... ne rien faire de particulier** (55% de l'ensemble) :

- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (65%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

56

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Le fait de parler au téléphone cellulaire en conduisant a occasionné des distractions chez 14% des répondants et l'implication dans un accident chez 1% des répondants au cours de la dernière année.**

#### 2.2.4. Les conséquences des conversations au volant

Parmi les répondants qui parlent au téléphone cellulaire en conduisant, 14% indiquent avoir déjà été distraits au cours des 12 derniers mois au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire ou autre.

Par ailleurs, 1% des personnes qui parlent au téléphone cellulaire en conduisant ont déjà été impliquées au cours de la dernière année dans un accident pendant qu'elles parlaient au téléphone cellulaire en conduisant.

Notons que les conducteurs qui **ont été distraits** alors qu'ils parlaient au téléphone cellulaire sont plus particulièrement (14% de l'ensemble) :

- ceux qui conduisent dans le cadre de leur travail (20% contre 10% pour les autres);
- ceux qui utilisent un téléphone cellulaire depuis moins de 5 ans (25%);
- ceux qui textent en conduisant (24% contre 10% pour ceux qui ne le font pas).

#### Chez ceux qui parlent au cellulaire en conduisant

	QA13. Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous parliez au téléphone cellulaire en conduisant, vous est-il arrivé d'être distrait au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire, etc. ? (n=352)	QA14. Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous parliez au téléphone cellulaire en conduisant, avez-vous été impliqué dans un accident ? (n=352)
Oui	14%	1% (n=2)
Non	86%	99%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

57

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Le risque d'avoir un accident en parlant au téléphone cellulaire en conduisant est perçu comme étant assez ou très faible par 64% des conducteurs qui parlent au cellulaire en conduisant.**

#### 2.2.5. Le risque perçu d'être impliqué dans un accident lors d'une conversation au volant

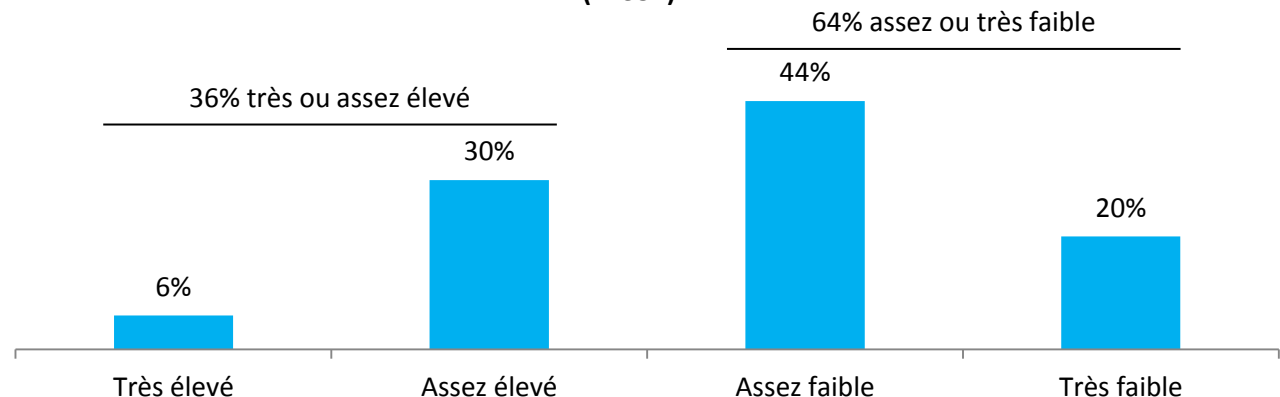
##### 2.2.5.1. Chez les conducteurs concernés

Près des deux tiers des personnes qui parlent au téléphone cellulaire en conduisant (64%) sont d'avis que leur risque d'avoir un accident lorsqu'elles parlent au téléphone cellulaire est assez ou très faible. C'est plus particulièrement le cas des sous-groupes suivants :

- les francophones (72% contre 40% pour les non-francophones);
- les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (77%);
- les travailleurs de bureau, des services ou de la vente (74%).

#### Chez ceux qui parlent au cellulaire en conduisant

**QA15. Lorsque vous parlez au téléphone cellulaire en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est ... ?**  
(n=352)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

58

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les conducteurs qui minimisent les risques d'avoir un accident en parlant au cellulaire au volant invoquent principalement le fait qu'ils sont plus prudents ou que ce comportement n'est pas ou presque pas distrayant.**

Les répondants qui parlent au téléphone cellulaire en conduisant et qui affirment que leur risque d'avoir un accident en adoptant ce comportement est assez faible ou très faible ont été interrogés sur les raisons justifiant cette opinion. Ainsi, ils expliquent principalement qu'ils prêtent plus attention à la route (28%), qu'ils jugent que parler au cellulaire n'est pas ou presque pas distrayant (24%) ou qu'ils utilisent un cellulaire mains libres (20%).

#### Chez ceux qui parlent au cellulaire en conduisant et qui croient que le risque d'avoir un accident en parlant au cellulaire en conduisant est assez faible ou très faible

**QA16. Pourquoi croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est assez faible/très faible ?**

-- Plusieurs mentions possibles

(n=232)

Parce que je prête plus attention à la route, je fais plus attention	28%
Parce que parler au cellulaire n'est pas ou presque pas distrayant	24%
Parce que j'utilise un cellulaire mains libres, un Bluetooth	20%
Parce que mes appels sont brefs, courts	11%
Parce que je m'arrête pour répondre ou je ne réponds pas	9%
Parce que je réduis ma vitesse, je roule à basse vitesse	4%
Autres	9%
Préfère ne pas répondre (refus)	8%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

59

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Parmi les conducteurs qui ne parlent pas au téléphone cellulaire en conduisant, 87% estiment que leur risque d'avoir un accident serait assez ou très élevé s'ils le faisaient.

#### 2.2.5.2. Chez les autres conducteurs

Les conducteurs qui estiment que leur risque d'avoir un accident serait **assez ou très faible** s'ils parlaient au téléphone cellulaire en conduisant sont plus particulièrement (13% de l'ensemble) :

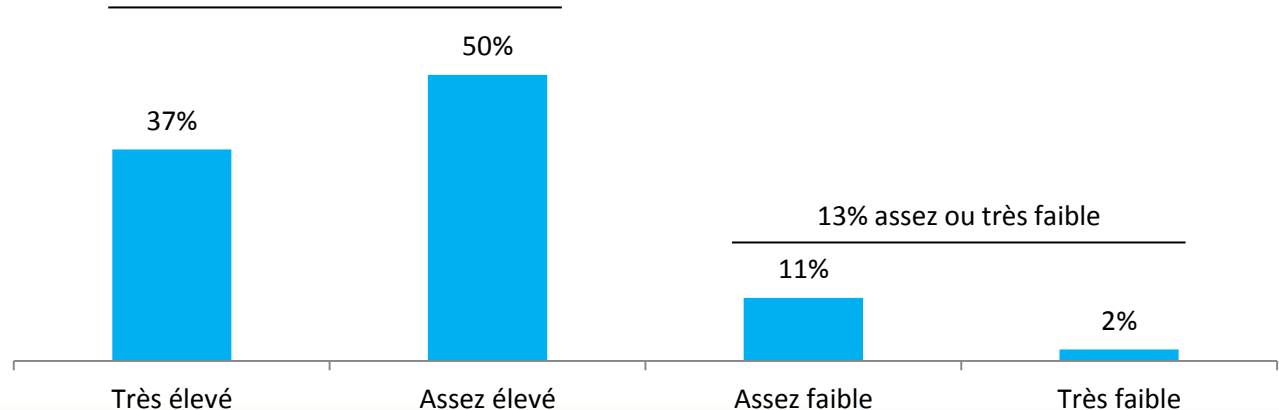
- les 25-34 ans (28%);
- les résidents de l'Est du Québec (26%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (16%);
- les professionnels (18%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 100 000 \$ ou plus (19%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (18%).

#### Chez les conducteurs qui ne parlent pas au cellulaire en conduisant

**QA17. Si vous parliez au téléphone cellulaire en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait ... ?**

(n=672)

87% très ou assez élevé







## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

60

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Le tiers des conducteurs qui ne parlent pas au cellulaire en conduisant (32%) croient tout de même que ce comportement n'est pas ou presque pas distrayant.**

Les conducteurs qui ne parlent pas au téléphone cellulaire en conduisant et qui estiment que leur risque d'avoir un accident serait assez ou très faible s'ils le faisaient ont été interrogés sur les raisons à l'origine de cette croyance. De fait, 32% mentionnent que parler au cellulaire n'est pas ou presque pas distrayant.

**Chez les conducteurs qui ne parlent pas au cellulaire en conduisant et qui croient que le risque d'avoir un accident en parlant au cellulaire en conduisant est assez faible ou très faible**

**QA18. Pourquoi croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait assez faible/très faible ?**  
-- Plusieurs mentions possibles  
(n=93)

Parce que parler au cellulaire n'est pas ou presque pas distrayant	32%
Parce que je resterais concentré sur la route, je redoublerais d'attention, je serais prudent	17%
Parce que j'utiliserais un cellulaire mains libres, un Bluetooth	15%
Parce que je m'arrêteraïs pour répondre ou je ne répondrais pas	13%
Parce que mes appels seraient brefs, courts	5%
Parce que je réduirais ma vitesse	2%
Parce que je ne parlerais pas en conduisant	2%
Autres	5%
Préfère ne pas répondre (refus)	17%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

61

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Écrire ou lire des messages textes en conduisant est un comportement adopté par moins d'un conducteur sur cinq qui utilise un téléphone cellulaire.

#### 2.3. La distraction liée à l'utilisation d'un téléphone cellulaire pour les messages textes

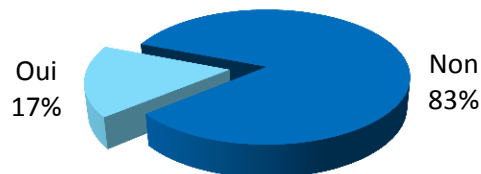
##### 2.3.1. L'usage du cellulaire pour les messages textes et la fréquence d'utilisation

Parmi les conducteurs usagers de téléphones cellulaires, 17% avouent qu'il leur arrive d'écrire ou de lire des messages textes en conduisant. Parmi eux, près du quart (23%) le font très ou assez souvent.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

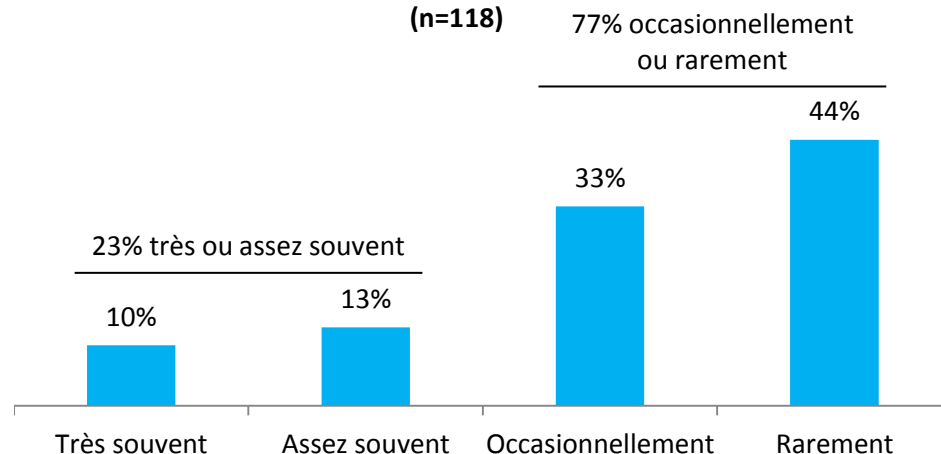
#### Chez les conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire

QA7. Vous arrive-t-il d'écrire ou de lire des messages textes en conduisant ?  
(n=688)



#### Chez les conducteurs usagers d'un téléphone cellulaire qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant

QA8. Et, diriez-vous que vous écrivez ou lisez des messages textes en conduisant ... ?  
(n=118)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

62

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à écrire ou lire des messages textes en conduisant (17% de l'ensemble) :**

- les 16-19 ans (48%), les 20-24 ans (49%) et les 25-34 ans (26%);
- les personnes vivant avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (22% contre 14% pour les autres);
- les célibataires (37%);
- les étudiants (51%);
- les personnes disposant d'un revenu familial inférieur à 20 000 \$ (39%) ou supérieur ou égal à 100 000 \$ (23%);
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (23% contre 15% pour les autres);
- les conducteurs qui parlent en conduisant (30% contre 3% pour ceux qui ne le font pas);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire tenu en main (39%) ou parfois tenu en main et parfois main libre (46%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

63

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Lorsqu'il souhaite écrire un message texte au volant, un conducteur usager d'un téléphone cellulaire sur cinq se range dans un endroit sécuritaire.**

#### 2.3.2. Les actions particulières pour les messages textes au volant en lien avec la conduite automobile

Se ranger dans un endroit sécuritaire (20%) ou attendre d'être à un feu rouge (15%) sont les deux principales actions en lien avec la conduite automobile effectuées par les répondants qui souhaitent écrire un message texte à partir de leur téléphone cellulaire lorsqu'ils sont au volant de leur véhicule. Notons que 44% indiquent ne rien faire en particulier avant d'écrire leur message.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### **Chez ceux qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant**

**QA19. Imaginez que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous souhaitez écrire un message texte à partir de votre téléphone cellulaire. Quelles sont les actions particulières en lien avec la conduite automobile que vous effectuez afin d'écrire votre message texte ? -- Plusieurs mentions possibles (n=118)**

Je me range dans un endroit sécuritaire	20%
J'attends d'être à un feu rouge	15%
J'attends le moment propice (moins de trafic, ligne droite)	6%
Je n'envoie pas de message texte	4%
Je diminue ma vitesse	3%
Je fais attention, je ne quitte pas la route des yeux	3%
Je regarde s'il y a des policiers	1%
Autres	3%
Je ne fais rien de particulier avant d'écrire mon message	44%
Préfère ne pas répondre (refus)	3%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

64

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Avant d'écrire un message texte au volant de leur véhicule, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à ...

... **se ranger dans un endroit sécuritaire** (20% de l'ensemble) :

- les personnes qui sont mariées ou conjointes de fait (31%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant à des fins à la fois personnelles et professionnelles (32%).

... **attendre d'être à un feu rouge** (15% de l'ensemble) :

- les résidents de la grande région de Montréal (23%);
- les professionnels (31%).

... **ne rien faire de particulier** (44% de l'ensemble) :

- les 20-24 ans (61%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

65

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Parmi les conducteurs qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant, 53% ne font rien de particulier avant de lire un message sur leur téléphone cellulaire au volant. Notons que d'autres attendent d'être à un feu rouge (13%), se rangent dans un endroit sécuritaire (8%) ou regardent aux alentours pour assurer leur sécurité (8%).

Avant de lire un message texte au volant de leur véhicule, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **attendre d'être à un feu rouge** (13% de l'ensemble) :

- les résidents de la grande région de Montréal (23%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (23%);
- les professionnels (22%);
- les conducteurs qui ont parcouru 5 000 km à 14 999 km au cours des 12 derniers mois (24%).

#### Chez ceux qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant

**QA20. Imaginez maintenant que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous voulez lire un message texte sur votre téléphone cellulaire. Quelles sont les actions particulières en lien avec la conduite automobile que vous effectuez afin de lire votre message texte ? -- Plusieurs mentions possibles (n=118)**

J'attends d'être à un feu rouge	13%
Je me range dans un endroit sécuritaire	8%
Je regarde aux alentours pour assurer ma sécurité	8%
Je diminue ma vitesse	3%
Autres	10%
Je ne fais rien de particulier avant de lire le message	53%
Préfère ne pas répondre (refus)	8%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

66

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Le fait d'écrire ou lire un message texte en conduisant a occasionné des distractions chez 40% des répondants et l'implication dans un accident chez 8% des répondants.**

#### 2.3.3. Les conséquences des messages textes au volant

Parmi les personnes qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant, 40% indiquent avoir déjà été distraites au cours des 12 derniers mois au point au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire ou autre.

Par ailleurs, le fait d'écrire ou lire un message texte a même entraîné un accident chez 8% des conducteurs qui se sont adonnés à ces activités.

#### Chez ceux qui écrivent ou lisent des messages textes au cellulaire en conduisant

	QA21. Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous écriviez ou lisiez un message texte avec votre téléphone cellulaire en conduisant, vous est-il arrivé d'être distrait au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire, etc. ? (n=118)	QA22. Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous écriviez ou lisiez un message texte avec votre téléphone cellulaire en conduisant, avez-vous été impliqué dans un accident ? (n=118)
Oui	40%	8% (n=6)
Non	60%	92%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

67

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les personnes qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant croient tout de même que leur risque d'avoir un accident en s'adonnant à ces activités est très ou assez élevé.**

2.3.4. Le risque perçu d'être impliqué dans un accident lors de l'écriture ou de la lecture d'un message texte au volant

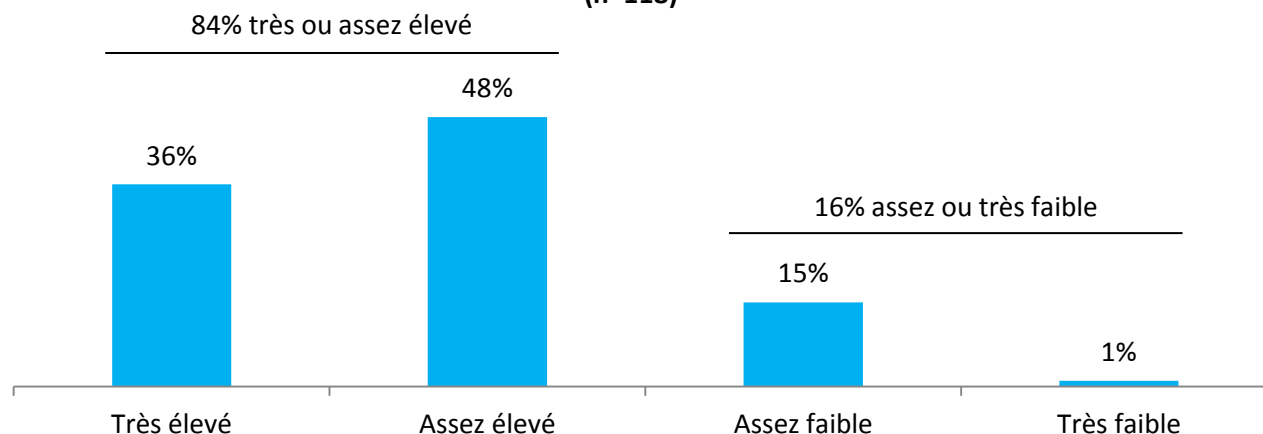
2.3.4.1. Chez les conducteurs concernés

La grande majorité des personnes qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant (84%) sont d'avis que leur risque d'avoir un accident en raison de ce comportement est très ou assez élevé.

#### Chez ceux qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant

**QA23. Lorsque vous écrivez ou lisez un message texte sur votre téléphone cellulaire en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est ... ?**

(n=118)







## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

68

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Les 22 conducteurs qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant et qui estiment que leur risque d'avoir un accident est assez ou très faible ont été interrogés sur les raisons à l'origine de cette opinion. À titre indicatif, le tableau ci-dessous présente les explications données.

**Chez ceux qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant et qui croient que le risque d'avoir un accident en écrivant ou en lisant des messages textes en conduisant est assez faible ou très faible**

**QA24. Pourquoi croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est assez faible/très faible ?**

**-- Plusieurs mentions possibles**

**(n=22)\***

Parce que j'attends le moment propice	(n=7)
Parce que j'attends que le véhicule soit immobilisé, à un feu rouge	(n=4)
Parce que les messages que j'écris sont brefs, parce que je lis rapidement ceux que je reçois	(n=3)
Parce que je garde les yeux sur la route	(n=2)
Parce que je réduis ma vitesse	(n=1)
Autres	(n=6)
Préfère ne pas répondre (refus)	(n=1)

\* Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées sous forme de fréquences absolues.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

69

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

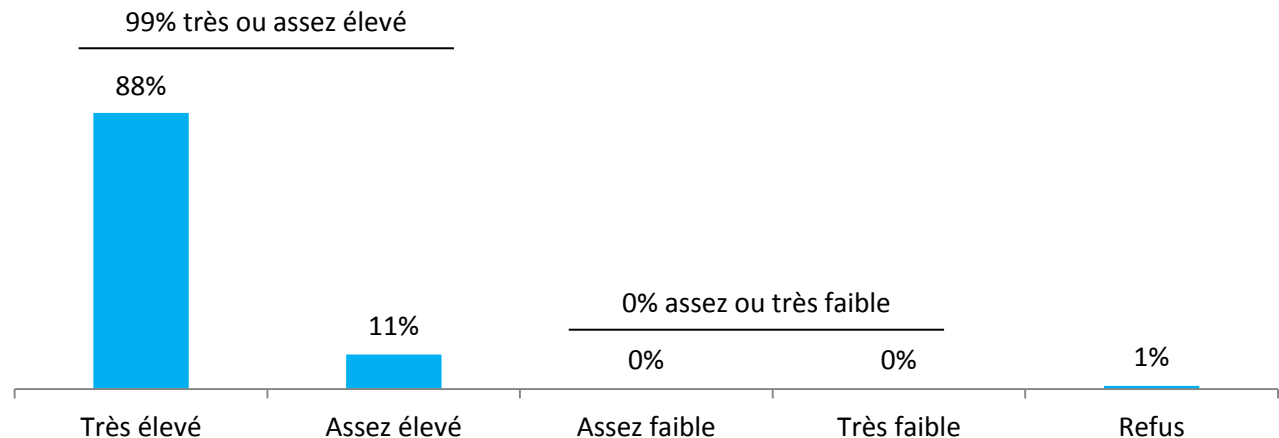
**Presque tous les conducteurs qui n'écrivent pas et ne lisent pas de messages textes en conduisant estiment que leur risque d'accident serait assez ou très élevé s'ils le faisaient.**

#### 2.3.4.2. Chez les autres conducteurs

Parmi les personnes qui n'écrivent pas et ne lisent pas de messages en conduisant, 99% estiment que leur risque d'avoir un accident serait très ou assez élevé s'ils adoptaient ce comportement au volant.

#### Chez les conducteurs qui n'écrivent ou ne lisent pas de messages textes en conduisant

**QA25. Si vous écriviez ou lisiez un message texte sur votre téléphone cellulaire en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait ... ?**  
(n=906)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

70

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les répondants utilisent surtout leur cellulaire en conduisant à des fins personnelles.**

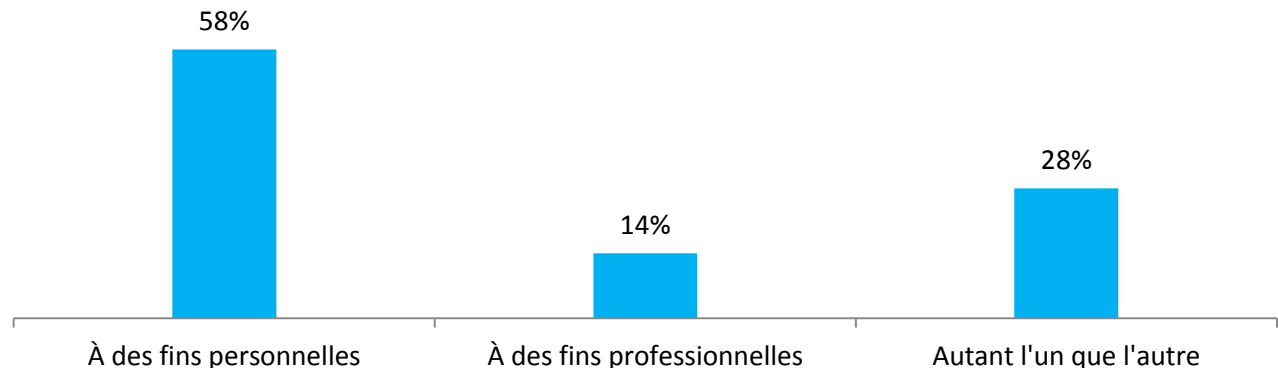
#### 2.4. Les habitudes d'usage du cellulaire sur la route

Lorsqu'ils parlent, écrivent ou lisent des messages textes en conduisant, les conducteurs le font surtout à des fins personnelles (58%). Seulement 14% des répondants le font à des fins principalement professionnelles, alors que 28% le font autant à des fins personnelles que professionnelles.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui parlent au cellulaire ou qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant

**QA9. Habituellement, lorsque vous utilisez un téléphone cellulaire en conduisant (pour parler ou pour les messages textes), est-ce ... ?**  
(n=364)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

71

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à utiliser un téléphone cellulaire en conduisant à des fins ...**

**... personnelles** (58% de l'ensemble) :

- les femmes (80% contre 45% pour les hommes);
- les 20-24 ans (76%);
- les francophones (60% contre 48% pour les non-francophones);
- les étudiants (79%) et les retraités (82%);
- les conducteurs qui ont parcouru moins de 5 000 km (79%) ou 5 000 km à 14 999 km (67%) au cours des 12 derniers mois;
- les conducteurs qui ne conduisent pas dans le cadre de leur travail (73% contre 32% pour les autres);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis moins de 5 ans (75%).

**... professionnelles** (14% de l'ensemble) :

- les hommes (19% contre 5% pour les femmes);
- les 55-64 ans (24%);
- les professionnels (19%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (33%);
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (31% contre 3% pour les autres);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (20%).

**... autant personnelles que professionnelles** (28%):

- les hommes (36% contre 15% pour les femmes);
- les 45-54 ans (43%);
- les non-francophones (38% contre 26% pour les francophones);
- les professionnels (34%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (44%);
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (37% contre 24% pour les autres);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (36%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

72

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

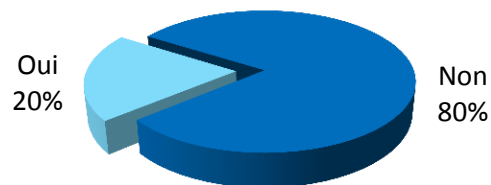
**Un conducteur sur cinq éteint son téléphone cellulaire avant de prendre la route.**

Parmi ceux qui parlent au cellulaire, écrivent ou lisent des messages textes en conduisant, 20% indiquent éteindre leur téléphone cellulaire avant de prendre la route. Parmi eux, près de la moitié (48%) le font toujours ou souvent.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

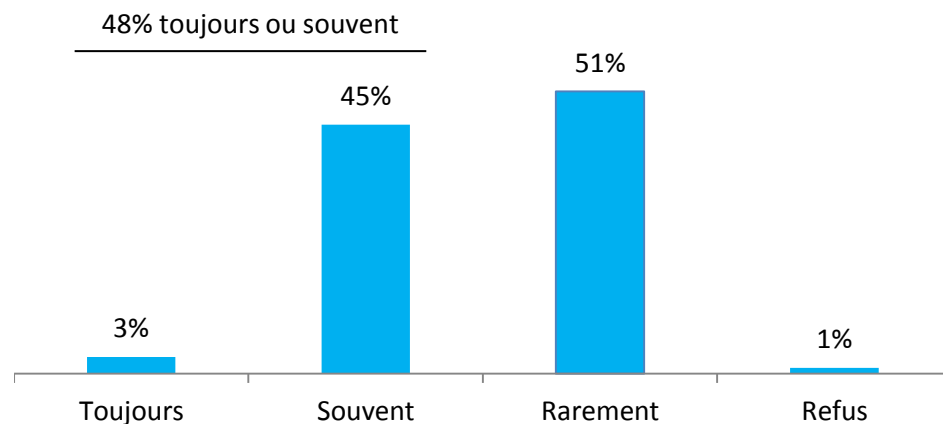
**Chez ceux qui parlent au cellulaire ou qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant**

**QA30. Vous arrive-t-il d'éteindre votre téléphone cellulaire avant de prendre la route ?  
(n=364)**



**Chez ceux qui éteignent leur téléphone cellulaire avant de prendre la route**

**QA31. Le faites-vous ... ?  
(n=74)**





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

73

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à éteindre leur téléphone cellulaire** avant de prendre la route (20% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (32%);
- les conducteurs qui ont parcouru moins de 5 000 km au cours de la dernière année (36%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant principalement à des fins professionnelles (36%).

Notons que 71% des professionnels interrogés éteignent rarement leur téléphone cellulaire avant de prendre la route.



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

74

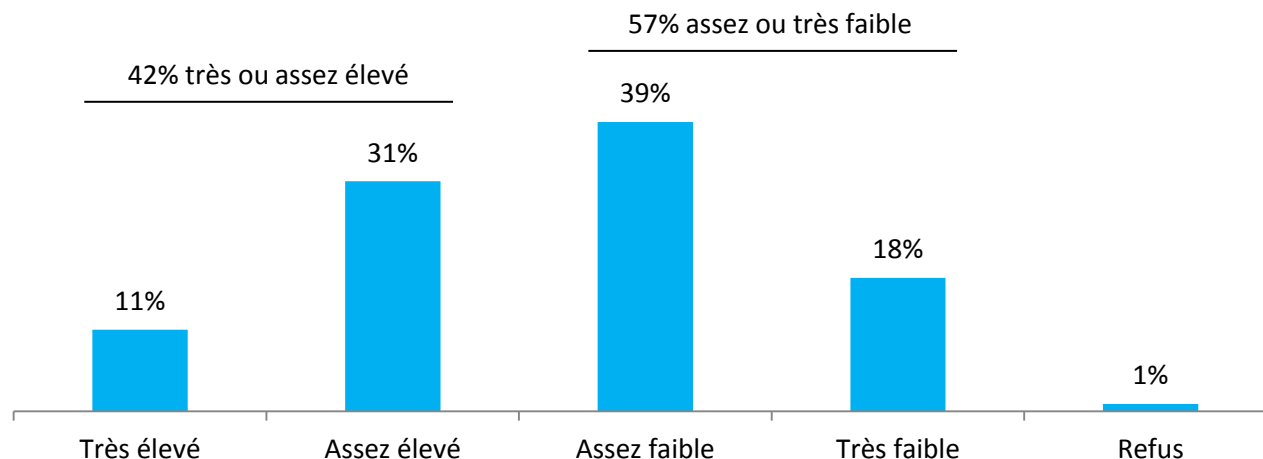
### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Près de six conducteurs sur dix qui utilisent leur cellulaire en conduisant estiment que le risque d'être arrêté par la police pour ce comportement est faible.**

Parmi les répondants qui parlent au cellulaire, écrivent ou lisent des messages textes en conduisant, 57% croient que leur risque d'être arrêté par la police en utilisant leur cellulaire est assez ou très faible.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

**Chez ceux qui parlent au cellulaire ou qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant**  
**QA32. Lorsque vous utilisez un téléphone cellulaire en conduisant, que ce soit pour parler ou écrire, croyez-vous que votre risque d'être arrêté par la police est ... ?**  
**(n=364)**





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

75

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à être d'avis que le risque d'être arrêté par la police lors de l'utilisation d'un téléphone cellulaire en conduisant est ...

... **assez ou très élevé** (42% de l'ensemble) :

- les femmes (51% contre 37% pour les hommes);
- les travailleurs de bureau, des services ou de la vente (53%);
- les conducteurs qui utilisent parfois un téléphone cellulaire tenu en main et parfois mains libres en conduisant (53%).

... **assez ou très faible** (57% de l'ensemble) :

- les hommes (62% contre 49% pour les femmes);
- les résidents de la grande région de Québec (81%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (65%);
- les retraités (79%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire mains libres en conduisant (65%).





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

76

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Au cours des 12 derniers mois, 5% des gens qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant ont reçu au moins une contravention des suites de ce comportement.

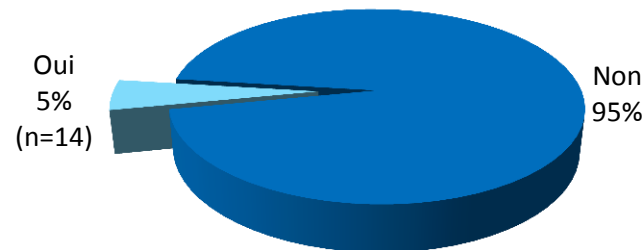
#### 2.5. La réception de contraventions pour l'usage d'un téléphone cellulaire au volant

Les conducteurs ayant reçu au moins une **contravention** pour avoir utilisé un téléphone cellulaire sont plus nombreux parmi (5% de l'ensemble) :

- les résidents de l'Ouest du Québec (11%);
- les personnes vivant avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (8% contre 2% pour les autres);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (10%);
- les conducteurs qui ont parcouru 5 000 km à 14 999 km au cours des 12 derniers mois (10%);
- ceux qui conduisent dans le cadre de leur travail (10% contre 2% pour les autres);
- ceux qui textent en conduisant (12% contre 2% pour ceux qui ne le font pas).

#### Chez ceux qui parlent au cellulaire ou qui écrivent ou lisent des messages textes en conduisant

QA29. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous reçu une ou des contraventions pour avoir utilisé un téléphone cellulaire en conduisant ?  
(n=364)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

77

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

**Presque tous les conducteurs interrogés savent que l'usage du téléphone cellulaire tenu en main est interdit lors de la conduite d'un véhicule.**

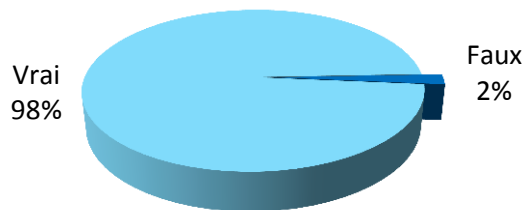
#### 2.6. Les connaissances des conducteurs à l'égard de l'usage du téléphone cellulaire au volant

La quasi-totalité des conducteurs (98%) sait qu'il est interdit d'utiliser tout type de téléphone cellulaire tenu en main en conduisant un véhicule. Par ailleurs, 61% sont d'avis que l'utilisation d'un dispositif mains libres rend la conduite d'un véhicule plus sécuritaire.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

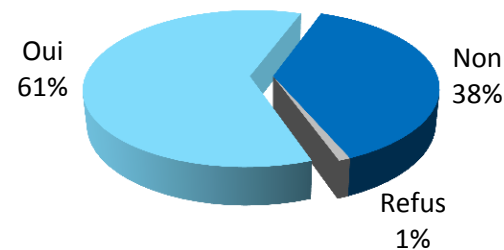
#### Chez les conducteurs

**QA27. Selon vous, l'affirmation suivante est-elle vraie ou fausse ? Il est interdit d'utiliser tout type de téléphone cellulaire tenu en main lorsqu'on conduit un véhicule.**  
(n=1024)



#### Chez les conducteurs

**QA28. Selon vous, l'utilisation d'un dispositif mains libres (incluant les appareils avec écouteur à l'oreille, activés par la voix ou autres) rend-elle la conduite d'un véhicule plus sécuritaire ?**  
(n=1024)





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

78

### 2. Les comportements à risque des conducteurs liés à la distraction au volant

Les personnes qui **croient qu'il n'est pas interdit** d'utiliser tout type de téléphone cellulaire tenu en main lorsqu'on conduit un véhicule sont plus nombreuses parmi (2%) :

- les 16-19 ans (12%);
- les célibataires (4%);
- les étudiants (8%).

Penser que **l'utilisation d'un dispositif mains libres rend la conduite plus sécuritaire** est une opinion plus marquée parmi (61% de l'ensemble) :

- les 25-34 ans (69%);
- les professionnels (70%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (73%);
- les conducteurs qui ont parcouru 15 000 km à 29 999 km (65%) ou 30 000 km ou plus (70%) au cours des 12 derniers mois;
- ceux qui conduisent dans le cadre de leur travail (71% contre 58% pour les autres);
- ceux qui utilisent un téléphone cellulaire (67% contre 49% pour les autres);
- les usagers de téléphones cellulaires qui parlent en conduisant (75% contre 58% pour les autres);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire mains libres en conduisant (86%).

À l'inverse, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à considérer que les dispositifs mains libres **ne rendent pas la conduite plus sécuritaire** (38% de l'ensemble) :

- les 65 ans et plus (48%);
- les retraités (49%);
- les conducteurs qui ne conduisent pas dans le cadre de leur travail (42% contre 29% pour les autres);
- ceux qui n'utilisent pas un téléphone cellulaire (49% contre 33% pour les autres);
- ceux qui utilisent un téléphone cellulaire depuis moins de 5 ans (40%);
- ceux qui ne parlent pas en conduisant (42% contre 25% pour ceux qui le font).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

79

### 3. La notoriété de la campagne

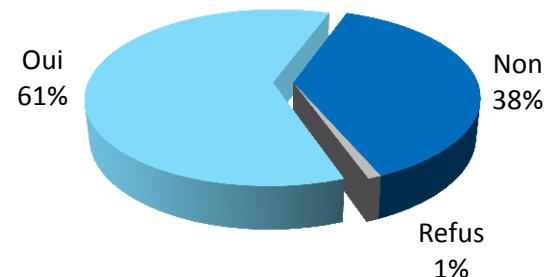
Six personnes sur dix (61%) se souviennent avoir vu, lu ou entendu de la publicité sur la distraction au volant en lien avec le fait d'envoyer des messages textes en conduisant.

#### 3.1. La notoriété spontanée de la campagne

Les personnes qui se souviennent avoir été exposées à de la publicité sur ce sujet sont plus particulièrement (61% de l'ensemble) :

- les 45-54 ans (68%);
- les francophones (67% contre 39% pour les non-francophones);
- les résidents de l'Est du Québec (74%);
- les personnes vivant avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (66% contre 59% pour les autres);
- les personnes qui sont mariées ou conjointes de fait (64%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (76%).

**QC1. Les questions qui suivent portent sur des publicités parues dernièrement. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir VU, LU ou ENTENDU de la publicité sur la distraction au volant et, plus particulièrement, en lien avec le fait d'envoyer des messages textes en conduisant ? (n=1151)**





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

80

### 3. La notoriété de la campagne

**La publicité  
télévisée d'une  
femme qui texte en  
conduisant et qui  
heurte un véhicule  
a marqué trois  
répondants sur dix.**

Les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne ont été invitées à préciser ce dont il était question dans celle-ci. Ainsi, 29% se souviennent avoir vu la publicité télévisée d'une femme qui texte en conduisant et qui heurte un véhicule (29%). De manière plus générale, 20% ont expliqué que le message portait sur les accidents causés par la distraction liée à un téléphone cellulaire.

**Chez ceux qui se souviennent avoir vu, lu ou entendu de la publicité sur la distraction au volant et, plus particulièrement, en lien avec le fait d'envoyer des messages textes en conduisant**

**QC2. Qu'est-ce que vous vous souvenez avoir vu, lu ou entendu comme publicité à ce propos ?**

**-- Plusieurs mentions possibles**

**(n=702)**

Publicité télévisée d'une femme qui texte en conduisant et qui heurte un véhicule	29%
Accidents causés par la distraction, par un téléphone cellulaire	20%
Publicité à la télévision (sans précision)	5%
Publicité sur Internet d'un homme qui texte en conduisant et qui fait un accident	3%
Activités de sensibilisation	3%
Accident, on y voit un accident (sans précision)	2%
Publicité sur Internet (sans précision)	1%
Autres slogans divers	1%
Reportages dans les médias (télévision, radio, journaux, Internet, etc.)	1%
Publicité dans le quotidien The Gazette (sans précision)	0%
Publicité dans le quotidien The Gazette sur le téléphone intelligent	0%
Slogan « En voiture, ne laissez jamais votre téléphone vous conduire ... si intelligent soit-il »	0%
Slogan « Quand t'es là, t'es pas là »	0%
Slogan « Pensez-y vous conduisez »	0%
Autres	12%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre (refus)	24%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

81

### 3. La notoriété de la campagne

**La notoriété  
assistée de la  
publicité télévisée  
s'élève à 65%.**

#### 3.2. La notoriété assistée de la publicité télévisée

La publicité télévisée de la SAAQ mettant en scène une femme qui texte au volant et heurte un véhicule a été présentée aux personnes ayant répondu au sondage en français. Ainsi, de manière assistée, les deux tiers (65%) affirment se souvenir avoir vu cette publicité télévisée.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

**QC3. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous  
avoir vu cette publicité à la télévision ?  
(n=950)**





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

82

### 3. La notoriété de la campagne

Les personnes **se souvenant avoir vu la publicité télévisée** sont plus particulièrement (65% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (79%);
- les francophones (67% contre 39% pour les non-francophones);
- les résidents de l'Est du Québec (76%);
- les personnes qui sont mariées ou conjointes de fait (68%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire mains libres en conduisant (75%).

À l'inverse, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **ne pas se souvenir y avoir été exposés** (35% de l'ensemble) :

- les non-francophones (61% contre 33% pour les francophones);
- les professionnels (41%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (42%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire tenu en main en conduisant (40%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

83

### 3. La notoriété de la campagne

**La notoriété de la publicité télévisée est supérieure à la norme Léger Marketing et comparable aux normes SAAQ.**

#### Comparaison de la performance publicitaire

Nous pouvons qualifier la notoriété de 65% de la publicité télévisée « Textos au volant 2011 » de bonne. En effet, le taux de notoriété obtenu est supérieur à la norme Léger Marketing qui est de 45% à 60% pour une publicité de 200 à 300 pebs/semaine

Il est aussi intéressant de comparer ce résultat avec les normes SAAQ pour les campagnes Alcool, Vitesse, Courtoisie, Sécurité à motocyclette et Piétons. En termes de notoriété assistée, on constate que la publicité télévisée « Textos au volant 2011 » performe aussi bien que les campagnes Vitesse, Courtoisie et Sécurité à motocyclette.

NORMES SAAQ Notoriété assistée d'une publicité télévisée au Québec	
Campagne Textos au volant 2011	65%
Norme SAAQ des campagnes Alcool	72%
Norme SAAQ des campagnes Vitesse	65%
Norme SAAQ des campagnes Courtoisie	65%
Norme SAAQ des campagnes Sécurité à motocyclette	65%
Norme SAAQ des campagnes Piétons	52%
Norme provinciale Léger Marketing (200-300 pebs/semaine)	45%-60%





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

84

### 3. La notoriété de la campagne

La notoriété  
assistée du  
message Internet  
s'élève à 27%.

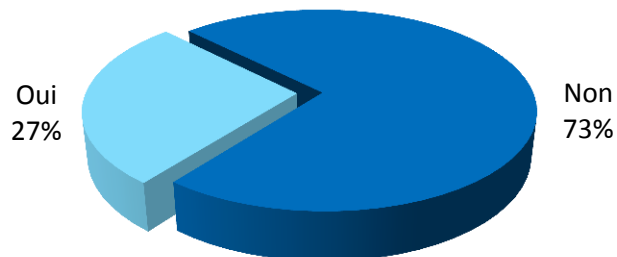
#### 3.3. La notoriété assistée du message Internet

Le message Internet a été montré aux personnes ayant répondu au sondage en français. Ainsi, un peu plus du quart des gens (27%) affirment se souvenir avoir vu ce message sur Internet.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

**QC15. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu cette publicité sur Internet ?  
(n=950)**





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

85

### 3. La notoriété de la campagne

Les personnes **se souvenant avoir vu le message Internet** sont plus particulièrement (27% de l'ensemble) :

- les hommes (32% contre 22% pour les femmes);
- les résidents de la grande région de Montréal (30%) et de celle de Québec (35%);
- les étudiants (39%);
- les personnes disposant d'un revenu familial inférieur à 20 000 \$ (39%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (33% contre 15% pour les autres).

À l'inverse, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **ne pas se souvenir y avoir été exposés** (73% de l'ensemble) :

- les femmes (78% contre 68% pour les hommes);
- les travailleurs manuels (85%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 40 000 \$ à 59 999 \$ (80%);
- les conducteurs qui ont parcouru 15 000 à 29 999 \$ km au cours des 12 derniers mois (77%);
- les personnes qui ne se souviennent pas avoir été exposées à la publicité télévisée (85% contre 67% pour les autres).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

86

### 3. La notoriété de la campagne

**La publicité  
imprimée a rejoint  
4% des résidents de  
la grande région de  
Montréal.**

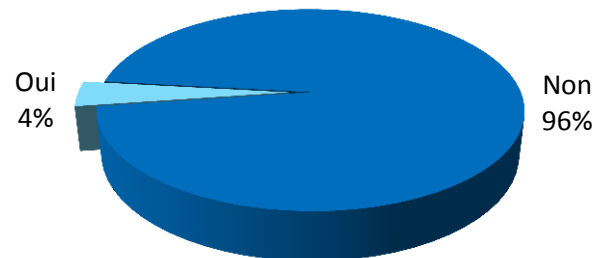
#### 3.4. La notoriété assistée de la publicité imprimée

La publicité imprimée diffusée dans le quotidien The Gazette a été montrée aux répondants de la grande région de Montréal. Au total, 4% de ces gens se souviennent avoir vu cette publicité imprimée, dont 8% des non-francophones (contre 2% pour les francophones).



#### Chez les résidents de Montréal RMR

**QC27. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous  
avoir vu cette publicité dans le quotidien The Gazette ?  
(n=602)**





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

87

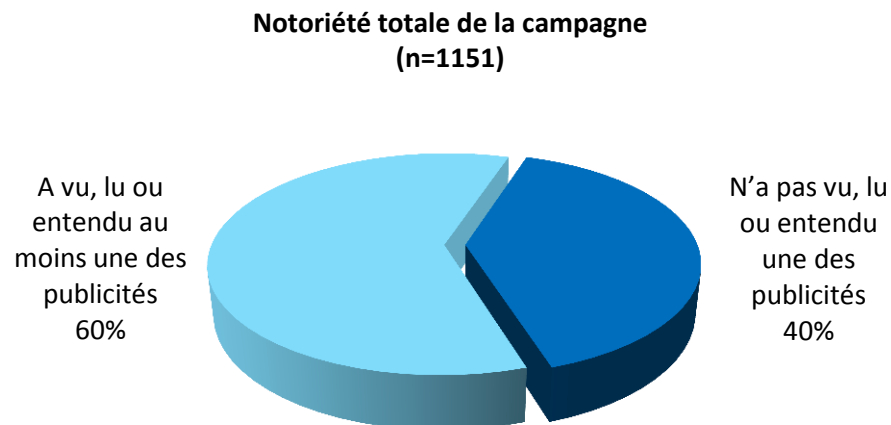
### 3. La notoriété de la campagne

Globalement, la campagne « Textos au volant 2011 » a rejoint 60% des gens.

#### 3.5. La notoriété totale de la campagne

Dans l'ensemble, ce sont six personnes sur dix (60%) qui se souviennent avoir été exposées à au moins un élément publicitaire de la campagne « Textos au volant 2011 ». Soulignons que cette proportion s'élève à 77% dans l'Est du Québec et à 74% dans la grande région de Québec.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

88

### 3. La notoriété de la campagne

Les personnes **se souvenant avoir été exposées à la campagne publicitaire** sont plus particulièrement (60% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (73%);
- les francophones (71% contre 19% pour les non-francophones);
- les résidents de la grande région de Québec (74%) et ceux des autres régions que celles de Montréal et Québec (68%; plus particulièrement les résidents de l'Est du Québec (77%));
- les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (66%);
- les conducteurs qui ont parcouru 30 000 km ou plus au cours des 12 derniers mois (74%);
- ceux qui ne conduisent pas dans le cadre de leur travail (64% contre 56% pour les autres);
- ceux qui n'utilisent pas de téléphone cellulaire (67% contre 59% pour les utilisateurs).

À l'inverse, les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **ne pas se souvenir y avoir été exposés** (40% de l'ensemble) :

- les non-francophones (81% contre 29% pour les francophones);
- les résidents de la grande région de Montréal (49%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (49%);
- les professionnels (49%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (46%);
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (44% contre 36% pour les autres);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire (41% contre 33% pour les non-utilisateurs).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

89

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

« Texter au volant est dangereux » est le principal message retenu pour les publicités télévisée et internet.

#### 4.1. La compréhension du message

Interrogés sur les principaux messages véhiculés par les publicités télévisée et Internet, les répondants ont principalement retenu que texter au volant est dangereux (58% pour la publicité télévisée et 35% pour le message Internet). Le tableau ci-dessous présente les autres principaux messages énoncés.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Que voulait-on dire par ce message publicitaire selon vous ? -- Plusieurs mentions possibles	QC4. Publicité télévisée			QC16. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
Texter au volant est dangereux	58%	62%	49%	35%	32%	36%
Le cellulaire est une source de distraction	23%	23%	22%	7%	10%	6%
Il y a des conséquences à conduire en utilisant un cellulaire	17%	17%	19%	10%	10%	10%
Il faut rester concentré en conduisant	14%	15%	11%	10%	11%	10%
Utiliser un cellulaire en conduisant est dangereux	14%	14%	16%	8%	9%	7%
Il ne faut pas texter au volant	--	--	--	11%	14%	10%
Il faut éviter d'être distrait	2%	3%	2%	4%	2%	4%
Il rappelle la responsabilité du conducteur	4%	4%	4%	1%	0%	1%
Responsabiliser le conducteur	5%	6%	3%	0%	1%	0%
Autres	3%	3%	1%	5%	5%	5%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre (refus)	11%	6%	20%	19%	11%	22%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

90

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

**Le message des publicités télévisée et Internet est jugé clair.**

#### 4.2. La clarté du message véhiculé

La quasi-totalité des répondants est d'avis que le message de la publicité télévisée et du message Internet est clair (96% et 94% respectivement). Soulignons que ces proportions sont plus particulièrement élevées parmi les gens qui avaient vu les publicités avant le sondage (100% et 99% respectivement).

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord.  Le message de cette publicité est clair.	QC5. Publicité télévisée			QC17. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total D'ACCORD</b>	<b>96%</b>	<b>100%</b>	<b>89%</b>	<b>94%</b>	<b>99%</b>	<b>92%</b>
Tout à fait d'accord	85%	92%	72%	82%	91%	78%
Plutôt d'accord	11%	8%	17%	12%	8%	14%
<b>Total EN DÉSAccord</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>
Plutôt en désaccord	1%	0%	2%	1%	1%	1%
Tout à fait en désaccord	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Préfère ne pas répondre (refus)	3%	0%	9%	5%	0%	7%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

91

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

**Les sous-groupes suivants sont significativement plus nombreux à être d'avis que le message de la publicité télévisée / Internet est clair :**

... la publicité télévisée (96% de l'ensemble) :

- les francophones (97% contre 88% pour les non-francophones);
- les personnes vivant avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (99% contre 95% pour les autres);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (100% contre 89% pour les autres);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (98% contre 90% pour les autres).

... le message Internet (94% de l'ensemble) :

- les francophones (94% contre 87% pour les non-francophones);
- les résidents de la grande région de Montréal (96%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 80 000 \$ à 99 999 \$ (98%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées au message Internet (99% contre 92% pour les autres);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (95% contre 91% pour les autres).





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

92

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

**Les publicités  
télévisée et  
Internet attirent  
l'attention de plus  
de neuf personnes  
sur dix.**

#### 4.3. La capacité à attirer l'attention

Plus de neuf personnes sur dix sont d'avis que la publicité télévisée et le message Internet attirent leur attention (93% et 91% respectivement). Ces proportions sont d'autant plus élevées parmi les gens qui avaient vu les publicités avant le sondage (97% et 99% respectivement).

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord. Cette publicité attire mon attention.	QC6. Publicité télévisée			QC18. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total EN ACCORD</b>	<b>93%</b>	<b>97%</b>	<b>86%</b>	<b>91%</b>	<b>99%</b>	<b>88%</b>
Tout à fait d'accord	65%	74%	49%	69%	81%	64%
Plutôt d'accord	28%	23%	37%	22%	18%	24%
<b>Total EN DÉSAccORD</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>
Plutôt en désaccord	3%	3%	4%	2%	1%	3%
Tout à fait en désaccord	1%	0%	2%	1%	0%	1%
Préfère ne pas répondre (refus)	3%	0%	8%	6%	0%	8%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

93

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

**Les sous-groupes suivants sont significativement plus nombreux à être d'avis que la publicité télévisée / le message Internet attire leur attention :**

... la publicité télévisée (93% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (97% de l'ensemble);
- les résidents de l'Est du Québec (98%);
- les conducteurs qui ont parcouru 5 000 km à 14 999 km au cours des 12 derniers mois (96%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (97% contre 86% pour les autres);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (95% contre 87% pour les autres).

... le message Internet (91% de l'ensemble) :

- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (93% contre 87% pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées au message Internet (99% contre 88% pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées à la campagne (93% contre 85% pour les autres).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

94

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

**Les publicités  
télévisée et  
Internet sont  
jugées réalistes.**

#### 4.4. Le réalisme des messages publicitaires

Presque tous les répondants sont d'avis que les publicités sont assez ou très réalistes (96% pour la publicité télévisée et 94% pour le message Internet). Encore une fois, ces proportions sont significativement supérieures parmi les gens qui avaient vu les publicités avant le sondage (99% pour la publicité télévisée et 98% pour le message Internet).

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Selon vous, cette publicité est-elle ... ?	QC13. Publicité télévisée			QC25. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total TRÈS ou ASSEZ RÉALISTE</b>	<b>96%</b>	<b>99%</b>	<b>89%</b>	<b>94%</b>	<b>98%</b>	<b>92%</b>
Très réaliste	70%	76%	59%	67%	74%	64%
Assez réaliste	26%	23%	30%	27%	24%	28%
<b>Total PEU ou PAS DU TOUT RÉALISTE</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
Peu réaliste	2%	1%	4%	2%	2%	2%
Pas du tout réaliste	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Préfère ne pas répondre (refus)	2%	0%	7%	4%	0%	6%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

95

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

Les sous-groupes suivants sont significativement plus nombreux à être d'avis que la publicité télévisée / Internet est assez ou très réaliste :

... la publicité télévisée (96% de l'ensemble) :

- les francophones (96% contre 88% pour les non-francophones);
- les travailleurs de bureau, des services ou de la vente (98%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (99% contre 89% pour les autres);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (98% contre 90% pour les autres).

... le message Internet (94% de l'ensemble) :

- les résidents de la grande région de Montréal (96%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (96% contre 91% pour les autres);
- celles se souvenant avoir été exposées au message Internet (98% contre 92% pour les autres);
- celles se souvenant avoir été exposées à la campagne (96% contre 89% pour les autres).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

96

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

**Les publicités  
télévisée et  
Internet sont très  
appréciées.**

#### 4.5. L'appréciation des messages publicitaires

Les répondants évaluent favorablement les publicités télévisée et Internet portant sur l'utilisation des messages textes en conduisant. De fait, les notes moyennes d'appréciation sont respectivement de 8,7 sur 10 et 8,8 sur 10. Ces moyennes sont plus particulièrement élevées parmi les personnes qui avaient vu les publicités avant le sondage (9,0 pour la publicité télévisée et 9,1 pour le message Internet).

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Comment avez-vous trouvé cette publicité sur l'utilisation des messages textes (textos) en conduisant ? La note 0 signifie que vous la trouvez extrêmement mauvaise et la note 10 que vous la trouvez excellente. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre choix.	QC14. Publicité télévisée			QC26. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
Note de 0 à 4 -- Mauvaise	3%	1%	6%	2%	0%	2%
Note de 5 à 7 -- Moyenne	12%	9%	17%	12%	10%	13%
Note de 8 à 10 -- Excellente	83%	89%	72%	83%	89%	80%
Préfère ne pas répondre (refus)	2%	0%	5%	3%	0%	5%
<i>Note moyenne sur 10</i>	8,7	9,0	8,3	8,8	9,1	8,7



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

97

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

**Au regard des moyennes, les sous-groupes suivants ont davantage apprécié que les autres ...**

... la publicité télévisée (moyenne de 8,7 sur 10) :

- les femmes (8,8 contre 8,6 pour les hommes);
- les 45-54 ans (9,0), les 55-64 ans (9,2) et les 65 ans et plus (9,0);
- les personnes qui sont mariées ou conjointes de fait (8,9);
- les retraités (9,1);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 40 000 \$ à 59 999 \$ (9,1);
- les titulaires de permis de conduire (8,8 contre 8,4 pour les non-titulaires);
- les conducteurs qui ont parcouru 5 000 km à 14 999 km au cours des 12 derniers mois (9,1);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (9,0 contre 8,3 pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées au message Internet (9,0 contre 8,7 pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées à la campagne (9,0 contre 8,2 pour les autres).

... le message Internet (moyenne de 8,8 sur 10) :

- les femmes (9,0 contre 8,7 pour les hommes);
- les 45-54 ans (9,1), les 55-64 ans (9,3) et les 65 ans et plus (9,1);
- les personnes qui sont mariées ou conjointes de fait (9,0);
- les retraités (9,2);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 40 000 \$ à 59 999 \$ (9,1);
- les conducteurs qui ont parcouru 5 000 km à 14 999 km au cours des 12 derniers mois (9,1);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (9,0 contre 8,5 pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées au message Internet (9,1 contre 8,7 pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées à la campagne (9,0 contre 8,4 pour les autres);
- les conducteurs qui ne parlent pas au téléphone cellulaire en conduisant (9,1 contre 8,8 pour ceux qui le font);
- ceux qui ne textent pas en conduisant (9,0 contre 8,5 pour ceux qui le font).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

98

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

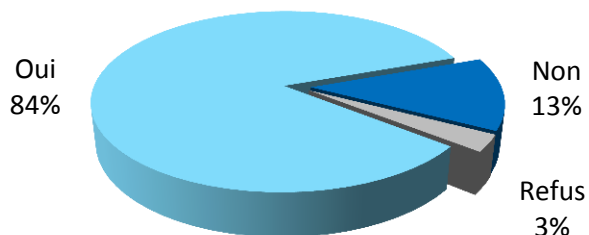
**Une publicité « choc » est considérée plus adéquate qu'une publicité adoptant un ton léger pour sensibiliser la population aux dangers d'écrire ou de lire des messages textes en conduisant.**

#### 4.6. L'aspect dramatique des publicités

Plus de huit personnes sur dix (84%) sont d'avis qu'une publicité « choc » permet de mieux sensibiliser la population aux dangers d'écrire et de lire des messages textes en conduisant qu'une publicité adoptant un ton léger.

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

**QC28. Croyez-vous qu'une publicité « choc » permet de mieux sensibiliser la population aux dangers d'écrire et de lire des messages textes en conduisant qu'une publicité adoptant un ton léger ?  
(n=1151)**





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

99

### 4. L'évaluation des publicités télévisée et Internet

Les sous-groupes suivants sont significativement plus nombreux à être d'avis ...

... qu'une publicité « choc » **permet de mieux sensibiliser** aux dangers d'écrire et de lire des messages textes au volant (84% de l'ensemble) :

- les 16-19 ans (93%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (87% contre 81% pour les autres);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (86% contre 80% pour les autres).

... qu'une publicité « choc » **ne permet pas de mieux sensibiliser** aux dangers d'écrire et de lire des messages textes au volant (13% de l'ensemble) :

- les résidents de la grande région de Montréal (15%);
- les personnes ne se souvenant pas avoir été exposées à la campagne (17% contre 11% pour les autres);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (19%);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant principalement à des fins personnelles (19%).





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

100

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Des proportions non négligeables de répondants se sont senties concernées par les publicités.**

#### 5.1. La conscientisation à la distraction au volant

En ce qui a trait au pouvoir de conscientisation à la distraction au volant, 37% des personnes affirment s'être senties concernées par la publicité télévisée, alors que cette proportion est de 47% pour le message Internet.

Notons que les répondants ayant vu le message Internet avant le sondage sont significativement plus nombreux à s'être sentis concernés par le message (58% contre 44% pour les autres).

Les différences significatives sont présentées aux pages suivantes.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord.  Je me suis senti concerné par cette publicité.	QC7. Publicité télévisée			QC19. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total D'ACCORD</b>	<b>37%</b>	<b>37%</b>	<b>39%</b>	<b>47%</b>	<b>58%</b>	<b>44%</b>
Tout à fait d'accord	18%	19%	17%	28%	34%	26%
Plutôt d'accord	19%	18%	22%	19%	24%	18%
<b>Total EN DÉSAACCORD</b>	<b>59%</b>	<b>62%</b>	<b>52%</b>	<b>46%</b>	<b>42%</b>	<b>47%</b>
Plutôt en désaccord	24%	24%	22%	18%	16%	19%
Tout à fait en désaccord	35%	38%	30%	28%	26%	28%
Préfère ne pas répondre (refus)	4%	1%	9%	7%	0%	9%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

101

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **s'être sentis concernés** par la publicité télévisée (37% de l'ensemble) :

- les 20-24 ans (48%);
- les personnes vivant avec des enfants de moins de 18 ans dans leur ménage (42% contre 35% pour les autres);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (46%);
- les professionnels (49%);
- les personnes disposant d'un revenu familial supérieur ou égal à 100 000 \$ (48%);
- les conducteurs qui conduisent dans le cadre de leur travail (49% contre 34% pour les autres);
- ceux qui utilisent un téléphone cellulaire (44% contre 25% pour les non-utilisateurs);
- ceux qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 5 à 9 ans (50%);
- ceux qui parlent en conduisant (50% contre 37% pour ceux qui ne le font pas);
- ceux qui textent en conduisant (74% contre 38% pour ceux qui ne le font pas).

À l'inverse, les personnes qui **ne se sont pas senties concernées** par la publicité télévisée sont plus particulièrement (59% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (70%);
- les francophones (60% contre 42% pour les non-francophones);
- les personnes qui sont mariées ou conjointes de fait (62%);
- les retraités (66%);
- les conducteurs qui ont parcouru moins de 5 000 km au cours des 12 derniers mois (69%);
- les conducteurs qui ne conduisent pas dans le cadre de leur travail (63% contre 49% pour les autres);
- les personnes qui se souviennent avoir été exposées à la publicité télévisée (62% contre 53% pour les autres);
- les personnes qui se souviennent avoir été exposées à la campagne (62% contre 53% pour les autres);
- les conducteurs qui n'utilisent pas de téléphone cellulaire (70% contre 54% pour les utilisateurs);
- ceux qui ne parlent pas en conduisant (62% contre 48% pour ceux qui le font);
- ceux qui ne textent pas en conduisant (60% contre 25% pour ceux qui le font);
- ceux qui utilisent un téléphone mains libres en conduisant (55%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

102

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à **s'être sentis concernés** par le message Internet (47% de l'ensemble) :

- les 16-19 ans (64%);
- les non-francophones (65% contre 46% pour les francophones);
- les résidents de la grande région de Montréal (51%);
- les célibataires (53%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau universitaire (53%);
- les professionnels (54%) et les étudiants (63%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées au message Internet (58% contre 44% pour les autres);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire (51% contre 40% pour les non-utilisateurs);
- les conducteurs qui textent en conduisant (75% contre 46% pour ceux qui le font).

À l'inverse, les personnes qui **ne se sont pas senties concernées** par le message Internet sont plus particulièrement (46% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (54%);
- les francophones (47% contre 28% pour les non-francophones);
- les retraités (52%);
- les conducteurs qui n'utilisent pas de téléphone cellulaire (52% contre 44% pour les utilisateurs);
- ceux qui utilisent un téléphone cellulaire depuis 10 ans ou plus (52%);
- ceux qui ne textent pas en conduisant (48% contre 23% pour ceux qui le font);
- ceux qui utilisent un téléphone cellulaire mains libres en conduisant (49%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

103

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les personnes qui ne se sont pas senties concernées par les publicités expliquent qu'elles n'utilisent pas de cellulaire au volant ou ne conduisent pas.**

Les principales raisons pour lesquelles des gens ne se sont pas sentis concernés par les publicités sont principalement le fait de ne jamais texter ou parler en conduisant (45% pour la publicité télévisée et 63% pour le message Internet) et de ne pas conduire ou ne pas posséder de cellulaire (38% pour la publicité télévisée et 19% pour le message Internet).

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français et qui ne se sont pas sentis concernés par la publicité

Pourquoi ne vous êtes-vous pas senti concerné par cette publicité ? -- Plusieurs mentions possibles	QC8. Publicité télévisée			QC20. Message Internet		
	Total (n=559)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=376)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=183)	Total (n=429)	Avait vu le message avant le sondage (n=108)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=321)
Je ne texte ou ne parle jamais en conduisant	45%	47%	41%	63%	67%	61%
Je ne conduis pas ou je n'ai pas de cellulaire	38%	39%	34%	19%	19%	19%
Je suis responsable, j'adopte des comportements sécuritaires	7%	5%	10%	6%	5%	6%
Je suis déjà sensibilisé, responsabilisé	3%	3%	2%	2%	0%	2%
Cette situation n'est pas susceptible de m'arriver	1%	1%	1%	1%	0%	1%
Je trouve la publicité peu accrocheuse	1%	1%	2%	--	--	--
Je ne m'identifie pas au conducteur, je ne me reconnais pas là-dedans	0%	0%	0%	1%	1%	1%
Autres	2%	2%	2%	2%	2%	1%
Préfère ne pas répondre (refus)	6%	5%	10%	11%	9%	12%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

104

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les publicités réussissent à convaincre plus de huit personnes sur dix que texter ou parler au téléphone en conduisant est vraiment dangereux.**

Plus de huit répondants sur dix sont d'avis que les publicités les ont convaincus que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est vraiment dangereux (83% pour la publicité télévisée et 81% pour le message Internet).

En ce qui a trait à la publicité télévisée, notons que les personnes qui l'avaient vu avant le sondage sont proportionnellement plus nombreuses à partager cet avis (86% contre 77% pour les autres).

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord. Cette publicité m'a convaincu que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est vraiment dangereux.	QC9. Publicité télévisée			QC21. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total D'ACCORD</b>	<b>83%</b>	<b>86%</b>	<b>77%</b>	<b>81%</b>	<b>86%</b>	<b>80%</b>
Tout à fait d'accord	62%	67%	55%	66%	70%	65%
Plutôt d'accord	21%	19%	22%	15%	16%	15%
<b>Total DÉSAccord</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>
Plutôt en désaccord	3%	3%	3%	2%	3%	2%
Tout à fait en désaccord	1%	0%	2%	1%	0%	1%
<b>Non, car je suis déjà convaincu que c'est dangereux</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>
Préfère ne pas répondre (refus)	2%	0%	6%	4%	0%	5%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

105

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à affirmer que la publicité télévisée / le message Internet les a convaincus que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est dangereux :**

... la publicité télévisée (83% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (90%);
- les francophones (84% contre 72% pour les non-francophones);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (87%);
- les retraités (88%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 20 000 \$ à 39 999 \$ (92%);
- les conducteurs ayant parcouru 5 000 km à 14 999 km au cours des 12 derniers mois (86%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (86% contre 77% pour les autres);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (85% contre 77% pour les autres).

... le message Internet (81% de l'ensemble) :

- les 55 ans et plus (88%);
- les francophones (83% contre 69% pour les non-francophones);
- les retraités (87%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 80 000 \$ à 99 999 \$ (89%).



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

106

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les publicités ont fait réfléchir sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire en conduisant.**

Les publicités ont fait réfléchir environ neuf personnes sur dix sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou texter en conduisant (91% pour la publicité télévisée et 87% pour le message Internet). Notons que ces proportions sont plus particulièrement élevées parmi les gens qui avaient vu les publicités avant le sondage (94% pour la publicité télévisée et 91% pour le message Internet).

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord. Cette publicité vous a fait réfléchir sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou pour texter en conduisant.	QC11. Publicité télévisée			QC23. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total D'ACCORD</b>	<b>91%</b>	<b>94%</b>	<b>83%</b>	<b>87%</b>	<b>91%</b>	<b>86%</b>
Tout à fait d'accord	68%	71%	61%	64%	69%	63%
Plutôt d'accord	23%	23%	22%	23%	22%	23%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>	<b>7%</b>
Plutôt en désaccord	3%	3%	4%	4%	6%	3%
Tout à fait en désaccord	3%	2%	5%	4%	3%	4%
Préfère ne pas répondre (refus)	3%	1%	8%	5%	0%	7%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

107

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les sous-groupes suivants sont plus enclins à affirmer que la publicité télévisée / le message Internet les a fait réfléchir sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou texter en conduisant :**

... la publicité télévisée (91% de l'ensemble) :

- les francophones (92% contre 76% pour les non-francophones);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 40 000 \$ à 59 999 \$ (95%) ou de 80 000 \$ à 99 999 \$ (97%);
- les conducteurs qui ont parcouru 5 000 km à 14 999 km au cours des 12 derniers mois (94%);
- les personnes qui se souviennent avoir été exposées à la publicité télévisée (94% contre 83% pour les autres);
- les personnes qui se souviennent avoir été exposées à la campagne (93% contre 84% pour les autres);
- les conducteurs qui ne parlent pas au téléphone cellulaire en conduisant (94% contre 86% pour ceux qui le font).

... le message Internet (87% de l'ensemble) :

- les 20-24 ans (95%);
- les personnes disposant d'un revenu familial de 40 000 \$ à 59 999 \$ (92%);
- les personnes se souvenant avoir été exposées à la publicité télévisée (90% contre 82% pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées au message Internet (91% contre 86% pour les autres);
- celles qui se souviennent avoir été exposées à la campagne (89% contre 83% pour les autres);
- les conducteurs qui ne parlent pas au téléphone cellulaire en conduisant (91% contre 85% pour ceux qui le font).





## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

108

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les publicités incitent neuf personnes interrogées sur dix à être plus attentives sur la route (90% pour la publicité télévisée et 89% pour le message Internet).**

Les sous-groupes suivants sont plus enclins à affirmer que la publicité télévisée incite à être plus attentifs sur la route (90% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (95%);
- les personnes qui se souviennent avoir été exposées à la publicité télévisée (92% contre 85% pour les autres);
- les personnes qui se souviennent avoir été exposées à la campagne (92% contre 86% pour les autres).

En ce qui a trait au message Internet, il a plus particulièrement incité les 55-64 ans (94%) et les personnes qui se souviennent y avoir été exposées (94% contre 87% pour les autres) à être plus attentifs sur la route.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord. Cette publicité incite à être plus attentif sur la route.	QC10. Publicité télévisée			QC22. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total D'ACCORD</b>	<b>90%</b>	<b>92%</b>	<b>85%</b>	<b>89%</b>	<b>94%</b>	<b>87%</b>
Tout à fait d'accord	69%	72%	62%	70%	75%	68%
Plutôt d'accord	21%	20%	23%	19%	19%	19%
<b>Total EN DÉSACCORD</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>
Plutôt en désaccord	2%	1%	3%	1%	1%	1%
Tout à fait en désaccord	0%	1%	1%	0%	0%	0%
<b>Non, car je suis toujours attentif sur la route</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>
Préfère ne pas répondre (refus)	3%	1%	6%	4%	0%	6%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

109

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

**Les publicités sont jugées efficaces pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant.**

#### 5.2. La sensibilisation à la distraction au volant liée à l'utilisation d'un téléphone cellulaire

La grande majorité des répondants sont d'avis que les publicités sont assez ou très efficaces pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant (87% pour la publicité télévisée et 90% pour le message Internet). Pour la publicité télévisée, cette proportion est significativement plus élevée parmi les gens qui avaient vu la publicité télévisée avant le sondage (89% contre 82% pour les autres).

Les différences significatives sont présentées à la page suivante.

#### Chez ceux qui ont répondu au sondage en français

Diriez-vous que cette publicité est très efficace, assez efficace, peu efficace ou pas du tout efficace pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant ?	QC12. Publicité télévisée			QC24. Message Internet		
	Total (n=950)	Avait vu la publicité avant le sondage (n=615)	N'avait pas vu la publicité avant le sondage (n=335)	Total (n=950)	Avait vu le message avant le sondage (n=262)	N'avait pas vu le message avant le sondage (n=688)
<b>Total TRÈS ou ASSEZ EFFICACE</b>	<b>87%</b>	<b>89%</b>	<b>82%</b>	<b>90%</b>	<b>92%</b>	<b>89%</b>
Très efficace	43%	47%	36%	55%	57%	54%
Assez efficace	44%	42%	46%	35%	35%	35%
<b>Total PEU ou PAS DU TOUT EFFICACE</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>
Peu efficace	9%	10%	10%	5%	6%	5%
Pas du tout efficace	1%	0%	1%	0%	0%	0%
Préfère ne pas répondre (refus)	3%	1%	7%	5%	2%	6%



## ANALYSE DES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

110

### 5. L'impact des publicités télévisée et Internet

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à considérer que la publicité télévisée est assez ou très efficace pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant (87% de l'ensemble) :

- les 55-64 ans (92%);
- les résidents de l'Est du Québec (94%);
- les personnes qui se souviennent avoir été exposées à la publicité télévisée (89% contre 82% pour les autres);
- les conducteurs qui ne textent pas en conduisant (89% contre 79% pour ceux qui le font);
- les conducteurs qui utilisent un téléphone cellulaire en conduisant à des fins à la fois personnelles et professionnelles (92%).

En ce qui a trait au message Internet, les personnes qui estiment qu'il est assez ou très efficace pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant sont plus particulièrement les 16-19 ans (97%) et les personnes se souvenant avoir été exposées à la campagne (91% contre 87% pour les autres).



## ANNEXES



## ANNEXES

112

### 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>QUEST DU QUÉBEC</b>
Outaouais
Abitibi-Témiscamingue
Lanaudière (partie non RMR)
Laurentides (partie non RMR)
Montérégie (partie non RMR)



## ANNEXES

113

### Annexe 2 : Quelques mots sur le panel Léger Marketing

#### Le plus important panel d'internautes au Québec

Avec son portail [legerweb.com](http://legerweb.com), **Léger Marketing est le leader dans les panels d'opinion au Québec.** Le portail [legerweb.com](http://legerweb.com) est un outil destiné aux internautes afin de permettre à quiconque d'en devenir membre par un système de double inscription et ainsi répondre à des sondages. Les membres sont contraints à fournir plusieurs informations, dont leur profil, afin de permettre un contrôle de qualité dans la sélection de notre échantillon. Ce portail permet aussi au répondant d'accumuler des chances de participation à un tirage mensuel et d'accumuler de l'argent. Puisque le répondant doit valider ses coordonnées postales afin de recevoir son prix ou ses dollars accumulés sous forme de chèque à son domicile, ce processus nous permet, entre autres, de certifier l'origine du répondant. Le portail [legerweb.com](http://legerweb.com) compte 160 000 membres du Québec, dont plus de 100 nouveaux membres, en moyenne, par jour.

Par ailleurs, il est important de souligner que depuis 2003, nous avons une **approche unique afin de recruter nos panélistes**, soit par l'intermédiaire de nos sondages téléphoniques et selon une méthode d'invitation aléatoire propre à Léger Marketing.

En d'autres mots, l'utilisation de techniques de recrutement aléatoire éprouvées combinée à un processus d'inscription rigoureux en trois étapes assure **le caractère hautement représentatif du panel**. Chaque fois qu'ils participent à un sondage, les internautes doivent valider leur identité et leurs caractéristiques personnelles, protégées par un code secret leur garantissant l'anonymat, assurant ainsi des données fiables et mises à jour à chaque utilisation.





## ANNEXES

115

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

3

#### Q0QCC:

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste à la prochaine question. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de l'Île-de-Montréal, sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ».

Dans quelle ville demeurez-vous ?		
Beauharnois	01	=> +3
Beloil	02	=> +3
Boucherville	03	=> +3
Brossard	04	=> +3
Candiac	05	=> +3
Carignan	06	=> +3
Chambly	07	=> +3
Châteauguay	08	=> +3
Delton	09	=> +3
Greenfield Park	10	=> +3
Hudson	11	=> +3
La Prairie	12	=> +3
Lemoyne	13	=> +3
Léry	14	=> +3
L'Île Cadieux	15	=> +3
L'Île Perrot	16	=> +3
Longueuil	17	=> +3
Maple Grove	18	=> +3
Mc Masterville	19	=> +3
Melochville	20	=> +3
Mercier	21	=> +3
Mont-St-Hilaire	22	=> +3
Notre-Dame-de-Bon-Secours	23	=> +3
Notre-Dame-de-l'Île-Perrot	24	=> +3
Oterburn	25	=> +3
Pincourt	26	=> +3
Pointe-des-Cascades	27	=> +3
Richelieu	28	=> +3
Saint-Amable	29	=> +3
Saint-Basile-le-Grand	30	=> +3
Saint-Bruno-de-Montarville	31	=> +3
Saint-Constant	32	=> +3
Sainte-Catherine	33	=> +3
Sainte-Julie	34	=> +3
Saint-Hubert	35	=> +3
Saint-Isidore	36	=> +3
Saint-Lambert	37	=> +3
Saint-Lazare	38	=> +3
Saint-Mathias-sur-Richelieu	39	=> +3
Saint-Mathieu	40	=> +3
Saint-Mathieu-de-Beloil	41	=> +3
Saint-Philippe	42	=> +3
Terrasse-Vaudreuil	43	=> +3
Varennes	44	=> +3
Vaudreuil-Dorion	45	=> +3
Vaudreuil-sur-le-Lac	46	=> +3
Autres villes de la Montérégie	47	=> +3

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

4

#### Q0QCD:

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste à la prochaine question. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de la ville de Québec, sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ».

Dans quelle ville demeurez-vous ?		
Beauport	01	=> +2
Boischatel	02	=> +2
Cap-Rouge	03	=> +2
Charlesbourg	04	=> +2
Château-Richer	05	=> +2
Fossambault-sur-le-Lac	06	=> +2
Lac-Beauport	07	=> +2
Lac-Delage	08	=> +2
Lac-Saint-Charles	09	=> +2
Lac-Saint-Joseph	10	=> +2
L'Ancienne Lorette	11	=> +2
L'Ange Gardien	12	=> +2
Loretteville	13	=> +2
Notre-Dame-des-Anges	14	=> +2
Québec	15	=> +2
Saint-Augustin-de-Desmaures	16	=> +2
Sainte-Brigitte-de-Laval	17	=> +2
Sainte-Catherine-de-la-Jacques-Cartier	18	=> +2
Sainte-Famille	19	=> +2
Sainte-Foy	20	=> +2
Saint-Émile	21	=> +2
Sainte-Pétronille	22	=> +2
Saint-François	23	=> +2
Saint-Gabriel-de-Valcartier	24	=> +2
Saint-Jean	25	=> +2
Saint-Laurent	26	=> +2
Saint-Pierre	27	=> +2
Shannon	28	=> +2
Sillery	29	=> +2
Stoneham-et-Tewkesbury	30	=> +2
Val-Bélair	31	=> +2
Vanier	32	=> +2
Wendake	33	=> +2
Autres villes de la Capitale-Nationale	34	=> +2





## ANNEXES

116

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

5

#### Q0QCE:

Il est possible que votre ville de résidence ne figure pas dans la liste à la prochaine question. Pour des raisons de traitement statistique, seulement certaines villes, en périphérie de la ville de Québec, sont identifiées. Si c'est le cas, veuillez choisir la réponse « Autres villes ».

Dans quelle ville demeurez-vous ?		
Saint-Nicolas	01	=> +1
Charny	02	=> +1
Lévis	03	=> +1
Pintendre	04	=> +1
Sainte-Hélène-de-Breakeyville	05	=> +1
Beaumont	06	=> +1
Saint-Étienne-de-Lauzon	07	=> +1
Saint-Jean-Christophe	08	=> +1
Saint-Joseph-de-la-Pointe-de-Lévy	09	=> +1
Saint-Lambert-de-Lauzon	10	=> +1
Saint-Rédempteur	11	=> +1
Saint-Romuald	12	=> +1
Autres villes de Chaudière-Appalaches	13	=> +1

#### CALCM:

si SI((Q0QC=#6, #13) OU (Q0QC=#14 ET Q0QCA=#1-#8) OU (Q0QC=#15 ET Q0QCB=#1-#17) OU (Q0QC=#16 ET Q0QCC=#1-#46,1))))

MTL RMR .....1

#### CALCQ:

si SI((Q0QC=#3 ET Q0QCD=#1-#33) OU (Q0QC=#12 ET Q0QCE=#1-#12,2))

QC RMR .....2

#### CALCA:

si SI((CALCM=SR ET CALCQ=SR),3)

AUTRES RÉGIONS .....3

#### REGIO:

si SI((CALCM=#1),1,SI((CALCQ=#1),2,SI((CALCA=#1),3)))

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

#### NOMX:

si SI((Q0QC=#1-#2, #4-#9 OU Q0QC=11 OU Q0QC=13 OU Q0QC=17),Q0QC, SI((Q0QC=10),08,SI((Q0QC=#3 ET Q0QCD=#1-#33),03, SI((Q0QC=#12 ET Q0QCE=#1-#12),12, SI((Q0QC=#14 ET Q0QCA=#1-#8),14, SI((Q0QC=#15 ET Q0QCB=#1-#17),15, SI((Q0QC=#16 ET Q0QCC=#1-#46),16, SI((Q0QC=#14 ET Q0QCA=#9),24, SI((Q0QC=#15 ET Q0QCB=#18),25, SI((Q0QC=#16 ET Q0QCC=#47),26, SI((Q0QC=#12 ET Q0QCE=#13),32, SI((Q0QC=#3 ET Q0QCD=#34,33))))))))))

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
GASPE	10
CHAUDIERE-APPALACHES - RMR	11
LAVAL	12
LANAUDIERE - RMR	13
LAURENTIDES - RMR	14
MONTREAL - RMR	15
LANAUDIERE-AUTRES	16
LAURENTIDE-AUTRES	17
MONTREAL-AUTRES	18
CHAUDIERES-APPALACHES AUTRES	19
QUEBEC AUTRES	20
CENTRE-DU-QUEBEC	21

#### SEXE:

Vous êtes...  
Un homme .....1  
Une femme .....2

#### AGE:

Quel âge avez-vous ?  
Moins de 16 ans .....0  
16-17 ans .....1  
18-19 ans .....2  
20 à 24 ans .....3  
25 à 34 ans .....4  
35 à 44 ans .....5  
45 à 54 ans .....6  
55 à 64 ans .....7  
65 ans et plus .....8  
Je préfère ne pas répondre .....9



## ANNEXES

117

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

7

#### INT51:

Nous vous remercions de votre précieuse collaboration, elle est grandement appréciée. <font color=red>Malheureusement nous avons déjà complété le nombre maximum d'entrevues avec des personnes correspondant à votre profil.</script> CLIQUEZ SUR LA FLÈCHE POUR SAUVEGARDER VOTRE QUESTIONNAIRE

sinon =&gt; +1

si AGE=0,9

Non-éligible - AGE .....N1 DI =&gt; /REDI

#### LANGU:

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

Français .....1  
Anglais .....2  
Autre .....3  
Français et anglais .....7  
Français et autres .....4  
Anglais et autres .....5  
Autres et autres .....6  
Je préfère ne pas répondre .....9

#### ENFAN:

Y a-t-il des enfants âgés de MOINS DE 18 ANS habitant avec vous à la maison ?  
(SI OUI) : Ont-ils 12 ans ET PLUS ou MOINS de 12 ans ?

Oui : 12 ans et PLUS SEULEMENT .....1  
Oui : 12 ans et plus ET moins de 12 ans .....2  
Oui : MOINS de 12 ans SEULEMENT .....3  
Non, aucun enfant de moins de 18 ans à la maison .....4  
Je préfère ne pas répondre .....9

#### SCOL:

À quel niveau se situe la dernière année de scolarité que vous avez terminée ?

Primaire (7 ans ou moins) .....1  
Secondaire (DES de formation générale ou professionnelle (8 à 12 ans))2  
Collégial (DEC de formation préuniversitaire, de formation technique, certificats (CEP), <BR>attestations (AEC) ou diplômes de perfectionnement (DEP)) .....3  
Universitaire certificats et diplômes .....4  
Universitaire 1er cycle Baccalauréat (incluant cours classique) .....5  
Universitaire 2ième cycle Maîtrise .....6  
Universitaire 3ième cycle Doctorat .....7  
Je préfère ne pas répondre .....9

#### Q1:

Détenez-vous un permis de conduire valide au Québec (incluant permis d'apprenti, probatoire, temporaire ou régulier) ?

Oui .....1  
Non .....2 => Q8  
Je préfère ne pas répondre .....9 => Q8

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

8

#### Q2:

Au cours des 12 derniers mois, que ce soit à des fins personnelles ou pour le travail, combien de kilomètres AU TOTAL avez-vous parcourus au volant d'un véhicule ?

<br>Veuillez indiquer le nombre approximatif de kilomètres parcourus au cours des 12 derniers mois.

Entre 1 et 4 999 km .....01  
Entre 5 000 et 9 999 km .....02  
Entre 10 000 et 14 999 km .....03  
Entre 15 000 et 19 999 km .....04  
Entre 20 000 et 29 999 km .....05  
Entre 30 000 et 49 999 km .....06  
50 000 km ou plus .....07  
Aucun, je n'ai pas conduit au cours des 12 derniers mois .....97 => Q8  
Je préfère ne pas répondre .....99

#### Q3:

Conduisez-vous un véhicule dans le cadre de votre travail, EXCLUANT le trajet entre votre domicile et votre lieu de travail ?

Oui .....1  
Non .....2  
Je préfère ne pas répondre .....9

#### Q4:

À quelle fréquence conduisez-vous avec un ou des passagers à bord de votre véhicule ?

Très souvent .....1  
Assez souvent .....2  
Rarement .....3  
Jamais .....4  
Je préfère ne pas répondre .....9

#### Q5:

Lorsque vous CONDUISEZ VOTRE VÉHICULE, à quelle fréquence écoutez-vous la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique (par exemple, musique à partir d'un iPod) ?

<br>Note : Incluant également des films ou des vidéos pour les enfants lus à partir de lecteur DVD pour la voiture.

Très souvent .....1  
Assez souvent .....2  
Rarement .....3 => Q8  
Jamais .....4 => Q8  
Je préfère ne pas répondre .....9 => Q8



## ANNEXES

118

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 9

#### Q6:

Lorsque vous écoutez la radio, des disques compacts ou des fichiers d'un lecteur numérique EN CONDUISANT VOTRE VÉHICULE, à quelle fréquence vous arrive-t-il de changer le poste de radio, de remplacer VOUS-MÊME le disque compact ou de naviguer dans les fichiers du lecteur numérique, ou même d'ajuster les boutons du tableau de bord, pendant que votre véhicule est en mouvement ?

Très souvent .....	1	
Assez souvent .....	2	
Rarement .....	3	=> Q8
Jamais .....	4	=> Q8
Je préfère ne pas répondre .....	9	=> Q8

#### Q7:

Au cours des 12 derniers mois, lorsque vous changez le poste de radio, que vous changez le disque compact ou les fichiers du lecteur numérique, ou que vous ajustez les boutons du tableau de bord EN CONDUISANT VOTRE VÉHICULE, vous est-il arrivé d'être distrait au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire, etc. ?

Oui .....	1
Non .....	2
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### Q8:

Selon vous, les conducteurs québécois sont-ils ... ?

Très souvent distraits .....	1
Assez souvent distraits .....	2
Rarement distraits .....	3
Jamais distraits .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### Q9:

D'après vous, la distraction au volant est-elle un problème ... ?

Très grave .....	1
Assez grave .....	2
Peu grave .....	3
Pas du tout grave .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 10

#### Q10A:

écran [modèle 3] ->

Q10G

série

permutation -> Q10G

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

PARLER AVEC DES PASSAGERS en conduisant est une source de distraction.

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### Q10B:

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

S'OCCUPER DES ENFANTS en conduisant est une source de distraction.

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### Q10C:

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

FUMER en conduisant est une source de distraction.

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### Q10D:

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

ÉCOUTER LA RADIO, DES CD OU DES FICHIERS D'UN LECTEUR NUMÉRIQUE en conduisant est une source de distraction.

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9



## ANNEXES

119

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

11

#### Q10E:

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

PARLER AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant est une source de distraction.

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

#### Q10F:

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

COMPOSER UN NUMÉRO DE TÉLÉPHONE en conduisant est une source de distraction.

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

#### Q10G:

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

ÉCRIRE OU LIRE UN MESSAGE TEXTE en conduisant est une source de distraction.

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

#### Q11:

Et, parmi ces sources de distraction, LAQUELLE vous semble être LA PLUS GRANDE SOURCE DE DISTRACTION en conduisant ?

<BR>Une seule réponse est possible.

permutation -> 7	
PARLER AVEC DES PASSAGERS en conduisant	01
S'occuper des enfants en conduisant	02
FUMER en conduisant	03
ÉCOUTER LA RADIO, des CD ou des FICHIERS D'UN LECTEUR NUMÉRIQUE en conduisant	04
PARLER AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant	05
COMPOSER UN NUMÉRO DE TÉLÉPHONE en conduisant	06
ÉCRIRE OU LIRE UN MESSAGE TEXTE en conduisant	07
Aucune	97
Je préfère ne pas répondre	99

=> Q12

=> Q12

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

12

#### Q11A:

Laquelle serait la deuxième ?<BR><BR><B><I>(Parmi ces sources de distraction, laquelle vous semble être la plus grande source de distraction en conduisant ?<B><I>

permutation -> 6	
élimination -> 7	
selon Q11	
PARLER AVEC DES PASSAGERS en conduisant	01
S'occuper des enfants en conduisant	02
FUMER en conduisant	03
ÉCOUTER LA RADIO, des CD ou des FICHIERS D'UN LECTEUR NUMÉRIQUE en conduisant	04
PARLER AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant	05
COMPOSER UN NUMÉRO DE TÉLÉPHONE en conduisant	06
ÉCRIRE OU LIRE UN MESSAGE TEXTE en conduisant	07
Aucune	97
Je préfère ne pas répondre	99

#### Q12:

D'après vous, PARLER AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant est-il ... ?

Très dangereux	1
Assez dangereux	2
Peu dangereux	3
Pas du tout dangereux	4
Je préfère ne pas répondre	9

#### Q13:

D'après vous, ÉCRIRE OU LIRE UN MESSAGE TEXTE en conduisant est-il ... ?

Très dangereux	1
Assez dangereux	2
Peu dangereux	3
Pas du tout dangereux	4
Je préfère ne pas répondre	9

#### Q1:

Personnellement, utilisez-vous un téléphone cellulaire (intelligent ou non), que ce soit pour parler ou pour les messages textes ?<BR><BR>On parle ici de manière générale, pas seulement en conduisant un véhicule.

=> Q1

si Q1=2,9 OU Q2=97

Oui	1	
Non	2	=> Q17
Je préfère ne pas répondre	9	=> Q17



## ANNEXES

120

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

13

**QA2:**

Depuis combien de temps utilisez-vous un téléphone cellulaire ?

Moins de 1 an	1
1 à 2 ans	2
3 à 4 ans	3
5 à 9 ans	4
10 à 19 ans	5
20 ans ou plus	6
Je préfère ne pas répondre	9

**QA3:**

Quelle(s) utilisation(s) faites-vous du téléphone cellulaire ?

&lt;BR&gt;Vous pouvez indiquer plusieurs réponses.

Je l'utilise pour faire ou recevoir des appels	1
Je l'utilise pour écrire ou lire des messages textes	2
Je l'utilise pour accéder à des applications mobiles (ex. : Internet, etc.)	3
Je préfère ne pas répondre	9 X

**QA4:**

Quel type de téléphone cellulaire utilisez-vous ?

Un iPhone	1
Un BlackBerry	2
Un Android	3
Un WindowsPhone	4
Un autre type de téléphone intelligent	5
Un téléphone mobile standard	6
Je préfère ne pas répondre	9

**QA5:**

Vous arrive-t-il de PARLER AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant ?

Oui	1	
Non	2	=> QA7
Je préfère ne pas répondre	9	=> QA7

**QA6:**

Et, diriez-vous que vous PARLEZ AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant ... ?

Très souvent	1
Assez souvent	2
Occasionnellement	3
Rarement	4
Je préfère ne pas répondre	9

**QA7:**

Vous arrive-t-il d'ÉCRIRE OU DE LIRE DES MESSAGES TEXTES en conduisant ?

Oui	1	
Non	2	=> QA9
Je préfère ne pas répondre	9	=> QA9

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

14

**QA8:**

Et, diriez-vous que vous ÉCRIVEZ OU LISEZ DES MESSAGES TEXTES en conduisant ... ?

Très souvent	1
Assez souvent	2
Occasionnellement	3
Rarement	4
Je préfère ne pas répondre	9

**QA9:**

Habituellement, lorsque vous utilisez un téléphone cellulaire en conduisant (pour parler ou pour les messages textes), est-ce ... ?

sinon =&gt; QA17

si QA5=1 OU QA7=1

... à des fins personnelles	1
... à des fins professionnelles	2
... ou autant l'un que l'autre	3
Je préfère ne pas répondre	9

**QA10:**

Lorsque vous PARLEZ AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant, est-ce ... ?

sinon =&gt; QA17

si QA5=1

... avec un appareil que vous tenez dans votre main	1
... avec un système mains libres (incluant les appareils avec écouteur à l'oreille, activés par la voix ou autres)	2
... ou des deux façons	3
Je préfère ne pas répondre	9

**QA11:**

Imaginez que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous voulez FAIRE UN APPEL à partir de votre téléphone cellulaire.&lt;BR&gt;&lt;BR&gt;Quelles sont les actions particulières EN LIEN AVEC LA CONDUITE AUTOMOBILE que vous effectuez afin de faire votre appel ?

J'utilise un dispositif mains libres	01	N
Je me range dans un endroit sécuritaire	02	N
Je diminue ma vitesse	03	N
J'attends d'être à un feu rouge	04	N
***J'attends le moment propice/ moins de trafic/ ligne droite	05	N
***Je fais attention / je ne quitte pas la route des yeux	06	N
***Je regarde s'il y a des policiers	07	N
***Je ne fais pas d'appels	95	N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s)	96	O
Je ne fais rien de particulier avant de faire l'appel	97	X
Je préfère ne pas répondre	99	X

**QA12:**

Imaginez maintenant que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous RECEVEZ UN APPEL sur votre téléphone cellulaire.&lt;BR&gt;&lt;BR&gt;Quelles sont les





## ANNEXES

121

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 15

actions particulières EN LIEN AVEC LA CONDUITE AUTOMOBILE que vous effectuez afin de prendre votre appel ?

J'avise mon interlocuteur que je suis au volant et que je vais le rappeler.	01	N
J'avise mon interlocuteur que je suis au volant et je poursuis la conversation.	02	N
Je me range dans un endroit sécuritaire.	03	N
Je demande à un passager de répondre.	04	N
Je ne réponds pas ou je laisse la messagerie vocale prendre l'appel.	05	N
***Utilise son cellulaire à main libre / Bluetooth.	06	N
***Je conduis d'une seule main.	07	N
***Je réduis ma vitesse.	08	N
***Je fais attention / je regarde autour de moi.	09	N
***Je regarde s'il y a des policiers.	10	N
***J'attends le moment propice / moins de trafic.	11	N
***Baisser le volume de la radio.	12	N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s).	96	O
Je ne fais rien de particulier avant de prendre l'appel.	97	X
Je préfère ne pas répondre.	99	X

#### QA13:

Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous PARLIEZ AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant, vous est-il arrivé d'être distrait au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire, etc. ?

Oui.	1
Non.	2
Je préfère ne pas répondre.	9

#### QA14:

Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous PARLIEZ AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant, avez-vous été impliqué dans un accident ?

Oui.	1
Non.	2
Je préfère ne pas répondre.	9

#### QA15:

Lorsque vous PARLIEZ AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est ... ?

Très élevé.	1	=> QA19
Assez élevé.	2	=> QA19
Assez faible.	3	
Très faible.	4	
Je préfère ne pas répondre.	9	=> QA19

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 16

#### QA16:

Pourquoi croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est <QA15> ?

***J'utilise un main libre / Bluetooth.	01	N
***Parler au cellulaire n'est pas ou presque pas distrayant.	02	N
***Parce que je m'arrête pour répondre ou je ne réponds pas.	03	N
***Car mes appels sont brefs / courts.	04	N
***Je prête plus attention à la route / je fais plus attention.	05	N
***Je réduis ma vitesse / je roule à basse vitesse.	06	N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s).	96	O
Je préfère ne pas répondre.	99	X

#### QA17:

Si vous PARLIEZ AU TÉLÉPHONE CELLULAIRE en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait ... ?

simon=> QA19		
si QA1=2,9 OU QA5=2,9		
Très élevé.....	1	=> QA19
Assez élevé.....	2	=> QA19
Assez faible.....	3	
Très faible.....	4	
Je préfère ne pas répondre.....	9	=> QA19

#### QA18:

Pourquoi croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait <QA17> ?

***Parce que je m'arrête pour répondre ou je ne réponds pas.	01	N
***Parler au cellulaire n'est pas ou presque pas distrayant.	02	N
***J'utilise un main libre/Bluetooth.	03	N
***Car mes appels sont brefs/courts.	04	N
***Je reste concentré sur la route / je redouble d'attention / je suis prudent.	05	N
***Je réduis ma vitesse.	06	N
***Je ne parle pas en conduisant.	97	N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s).	96	O
Je préfère ne pas répondre.	99	X



## ANNEXES

122

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

17

#### QA19:

Imaginez que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous souhaitez ÉCRIRE UN MESSAGE TEXTE à partir de votre téléphone cellulaire. <BR><BR>Quelles sont les actions particulières EN LIEN AVEC LA CONDUITE AUTOMOBILE que vous effectuez afin d'écrire votre message texte ?

si non => QA25	
si QA7=1	
Je me range dans un endroit sécuritaire.....	01 N
Je diminue ma vitesse.....	02 N
J'attends d'être à un feu rouge.....	03 N
***J'attends le moment propice/ moins de trafic/ ligne droite.....	04 N
***Je fais attention / je ne quitte pas la route des yeux.....	05 N
***Je regarde s'il y a des policiers.....	06 N
***Je n'envoie pas de message texte.....	95 N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....	96 O
Je ne fais rien de particulier avant d'écrire mon message.....	97 X
Je préfère ne pas répondre.....	99 X

#### QA20:

Imaginez maintenant que vous êtes au volant de votre véhicule et que vous voulez LIRE UN MESSAGE TEXTE sur votre téléphone cellulaire. <BR><BR>Quelles sont les actions particulières EN LIEN AVEC LA CONDUITE AUTOMOBILE que vous effectuez afin de lire votre message texte ?

Je me range dans un endroit sécuritaire.....	01 N
Je diminue ma vitesse.....	02 N
J'attends d'être à un feu rouge.....	03 N
***Je regarde aux alentours pour assurer ma sécurité.....	04 N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....	96 O
Je ne fais rien de particulier avant de lire le message.....	97 X
Je préfère ne pas répondre.....	99 X

#### QA21:

Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous ÉCRIVIEZ OU LISIEZ UN MESSAGE TEXTE avec votre téléphone cellulaire en conduisant, vous est-il arrivé d'être distrait au point d'emprunter l'autre voie, de freiner brusquement, de rouler plus vite ou moins vite, de ne pas voir un arrêt obligatoire, etc. ?

Oui.....	1
Non.....	2
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QA22:

Au cours des 12 derniers mois, pendant que vous ÉCRIVIEZ OU LISIEZ UN MESSAGE TEXTE avec votre téléphone cellulaire en conduisant, avez-vous été impliqué dans un accident ?

Oui.....	1
Non.....	2
Je préfère ne pas répondre.....	9

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

18

#### QA23:

Lorsque vous ÉCRIVEZ OU LISIEZ UN MESSAGE TEXTE sur votre téléphone cellulaire en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est ... ?

Très élevé.....	1	=> QA27
Assez élevé.....	2	=> QA27
Assez faible.....	3	
Très faible.....	4	
Je préfère ne pas répondre.....	9	=> QA27

#### QA24:

Pourquoi croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est <QA23> ?

Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....	96 O
Je préfère ne pas répondre.....	99 X

#### QA25:

Si vous ÉCRIVIEZ OU LISIEZ UN MESSAGE TEXTE sur votre téléphone cellulaire en conduisant, croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait ... ?

si non => QA27		
si QA1=2,9 OU QA7=2,9		
Très élevé.....	1	=> QA27
Assez élevé.....	2	=> QA27
Assez faible.....	3	
Très faible.....	4	
Je préfère ne pas répondre.....	9	=> QA27

#### QA26:

Pourquoi croyez-vous que votre risque d'avoir un accident serait <QA25> ?

Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....	96 O
Je préfère ne pas répondre.....	99 X

#### QA27:

Selon vous, l'affirmation suivante est-elle vraie ou fausse ?

<BR>Il est interdit d'utiliser tout type de téléphone cellulaire tenu en main lorsqu'on conduit un véhicule.

=> QA29	
si Q1=2,9 OU Q2=97	
Vrai.....	1
Faux.....	2
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QA28:

Selon vous, l'utilisation d'un dispositif mains libres (incluant les appareils avec écouteur à l'oreille, activés par la voix ou autres) rend-elle la conduite d'un véhicule plus sécuritaire ?

Oui.....	1
Non.....	2
Je préfère ne pas répondre.....	9



## ANNEXES

123

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 19

#### QA29:

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous reçu une ou des contraventions pour avoir utilisé un téléphone cellulaire en conduisant ?

si non => QC1

si QA5=1 OU QA7=1

Oui ..... 1  
Non ..... 2  
Je préfère ne pas répondre ..... 9

#### QA30:

Vous arrive-t-il d'éteindre votre téléphone cellulaire avant de prendre la route ?

Oui ..... 1  
Non ..... 2 => QA32  
Je préfère ne pas répondre ..... 9 => QA32

#### QA31:

Le faites-vous ... ?

... toujours ..... 1  
... souvent ..... 2  
... ou rarement ..... 3  
Je préfère ne pas répondre ..... 9

#### QA32:

Lorsque vous utilisez un TÉLÉPHONE CELLULAIRE EN CONDUISANT, que ce soit pour parler ou écrire, croyez-vous que votre risque d'être arrêté par la police est ... ?

Très élevé ..... 1  
Assez élevé ..... 2  
Assez faible ..... 3  
Très faible ..... 4  
Je préfère ne pas répondre ..... 9

#### QC1:

<B>Les questions qui suivent portent sur des publicités parues dernièrement.</B><BR><BR>Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir VU, LU ou ENTENDU de la publicité sur la distraction au volant et, plus particulièrement, en lien avec le fait d'envoyer des messages textes en conduisant ?

Oui ..... 1  
Non ..... 2 => QC3  
Je préfère ne pas répondre ..... 9 => QC3

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 20

#### QC2:

Qu'est-ce que vous vous souvenez avoir vu, lu ou entendu comme publicité à ce propos ?

<BR>Vous pouvez inscrire plusieurs réponses.

Publicité à la télévision (sans précision) ..... 01 N  
Publicité sur Internet (sans précision) ..... 02 N  
Publicité dans le quotidien The Gazette (sans précision) ..... 03 N  
Publicité télé d'une femme qui texte en conduisant et qui emboute un autre véhicule ..... 04 N  
Publicité sur Internet d'un homme qui texte en conduisant et qui fait un accident ..... 05 N  
Publicité dans le quotidien The Gazette sur le téléphone intelligent ..... 06 N  
Slogan " En voiture, ne laissez jamais votre téléphone vous conduire ... si intelligent soit-il " ..... 07 N  
Slogan " Quand t'es là, t'es pas là " ..... 08 N  
Slogan " Pensez-y vous conduisez " ..... 09 N  
Autres slogans divers ..... 10 N  
Activités de sensibilisation ..... 11 N  
Messages sur Internet ..... 12 N  
Accidents causés par la distraction/téléphone mobile ..... 13 N  
Reportages dans les médias (télé, radio, imprimé, Internet, etc.) ..... 14 N  
\*\*\*Accident / on y voit un accident (sans précision) ..... 15 N  
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) : ..... 96 O  
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre ..... 99 X

#### QC3:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu cette publicité à la TÉLÉVISION ?

<center><OBJECT  
classid="clsid:D27CDB6E-AE6D-11cf-96B8-444553540000"  
codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/flash/swflash.c  
ab#version=6,0,40,0" WIDTH="550" HEIGHT="400"  
id="myMovieName"><PARAM  
NAME=movie  
VALUE="START/MW77236\_150A/MW77236\_150A\_QC3.SWF"><PARAM  
NAME=quality VALUE=high<param name="loop" value="false"><EMBED  
src="START/MW77236\_150A/MW77236\_150A\_QC3.SWF" quality=high  
WIDTH="550" HEIGHT="400"  
NAME="START/MW77236\_150A/MW77236\_150A\_QC3.SWF" ALIGN=""  
TYPE="application/x-shockwave-flash"  
PLUGINPAGE="http://www.macromedia.com/go/getflashplayer"><EMBED<<  
/OBJECT></center>

=> QC27

si LANG=EN

Oui ..... 1  
Non ..... 2  
J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la publicité ..... 7





## ANNEXES

124

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 21

#### QC4:

Que voudrait-on dire par ce message publicitaire selon vous ?  
<BR>Vous pouvez inscrire plusieurs réponses.

=> QC15	
si QC3=7	
Texter au volant est dangereux.....	01 N
Utiliser un cellulaire en conduisant est dangereux.....	02 N
Le cellulaire est une source de distraction.....	03 N
Il faut rester concentrer en conduisant.....	04 N
Il faut éviter d'être distrait.....	05 N
Il rappelle la responsabilité du conducteur.....	06 N
Il y a des conséquences à conduire en utilisant un cellulaire.....	07 N
Responsabiliser le conducteur.....	08 N
***C'est dangereux (SAI).....	09 N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....	96 O
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre.....	99 X

#### QC5:

écran [modèle 8] ->

##### QC7

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.<br><br>

<b>Le message de cette publicité est clair.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC6:

<b>Cette publicité attire mon attention.</b>

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC7:

<b>Je me suis senti(e) concerné(e) par cette publicité.</b>

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 22

#### QC8:

Pourquoi ne vous êtes-vous pas senti concerné par cette publicité ?

si QC7=3,4

Le sujet ne m'intéresse pas.....	01 N
Mauvaise publicité.....	02 N
Je ne texte ou ne parle jamais en conduisant.....	03 N
Cette situation n'est pas susceptible de m'arriver.....	04 N
Je ne m'identifie pas au conducteur / Je ne me reconnais pas là-dedans.....	05 N
Je suis déjà sensibilisé / responsabilisé.....	06 N
Je suis responsable / adopte des comportements sécuritaires.....	07 N
*** Publicité peu accrocheuse.....	08 N
*** Je n'ai pas de cellulaire / voiture.....	09 N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....	96 O
Je préfère ne pas répondre.....	99 X

#### QC9:

écran [modèle 8] ->

##### QC11

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.<br><br>

<b>Cette publicité m'a convaincu(e) que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est vraiment dangereux.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Non, car je suis déjà convaincu(e) que c'est dangereux.....	5
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC10:

<b>Cette publicité incite à être plus attentif sur la route.</b>

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Non, car je suis toujours attentif(ve) sur la route.....	5
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC11:

<b>Cette publicité vous a fait réfléchir sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou pour texter en conduisant.</b>

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9



## ANNEXES

125

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 23

#### QC12:

Diriez-vous que cette publicité est TRÈS EFFICACE, ASSEZ EFFICACE, PEU EFFICACE ou PAS DU TOUT EFFICACE pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant ?

Très efficace.....	1
Assez efficace.....	2
Peu efficace.....	3
Pas du tout efficace.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC13:

Selon vous, cette publicité est-elle ... ?

Très réaliste.....	1
Assez réaliste.....	2
Peu réaliste.....	3
Pas du tout réaliste.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC14:

écran [modèle 3] ->

QC14

Comment avez-vous trouvé cette publicité sur l'utilisation des messages textes (textos) en conduisant ?<br><br>La note 0 signifie que vous la trouvez EXTRÊMEMENT MAUVAISE et la note 10 que vous la trouvez EXCELLENTE. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre choix.

0 - Extrêmement mauvaise.....	00
1.....	01
2.....	02
3.....	03
4.....	04
5.....	05
6.....	06
7.....	07
8.....	08
9.....	09
10 - Excellente.....	10
Je préfère ne pas répondre.....	99

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 24

#### QC15:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu cette publicité sur INTERNET ?

<center><OBJECT	
classid="clsid:D27CDB6E-AE6D-11cf-96B8-444553540000"	
codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/flash/swflash.c	
ab#version=6,0,40,0"	WIDTH="550"
HEIGHT="400"	
id="myMovieName"><PARAM	NAME=movie
VALUE="START/MW77236_150A/MW77236_150A_QC15.SWF"><PARAM	
NAME=quality VALUE=high"><param name="loop" value="false"><EMBED	
src="START/MW77236_150A/MW77236_150A_QC15.SWF" quality=high	
WIDTH="550"	HEIGHT="400"
NAME="START/MW77236_150A/MW77236_150A_QC15.SWF" ALIGN=""	
TYPE="application/x-shockwave-flash"	
PLUGINSOURCE="http://www.macromedia.com/go/getflashplayer"></EMBED><	
/OBJECT></center>	
Oui.....	1
Non.....	2
J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la publicité.....	7

#### QC16:

Que voudrait-on dire par ce message publicitaire selon vous ?

<BR>Vous pouvez inscrire plusieurs réponses.

=> QC17	
si QC15=7	
Texter au volant est dangereux.....	01 N
Utiliser un cellulaire en conduisant est dangereux.....	02 N
Le cellulaire est une source de distraction.....	03 N
Il faut rester concentrer en conduisant.....	04 N
Il faut éviter d'être distrait.....	05 N
Il rappelle la responsabilité du conducteur.....	06 N
Il y a des conséquences à conduire en utilisant un cellulaire.....	07 N
Responsabiliser le conducteur.....	08 N
***Ne pas texter au volant.....	09 N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s).....	96 O
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre.....	99 X

#### QC17:

écran [modèle 8] ->

QC17

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.<br><br>

<b>Le message de cette publicité est clair.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9



## ANNEXES

126

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 25

#### QC18:

<b>Cette publicité attire mon attention.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC19:

<b>Je me suis senti(e) concerné(e) par cette publicité.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC20:

Pourquoi ne vous êtes-vous pas senti concerné par cette publicité ?

si Q19 => +1  
si Q19=3,4

Le sujet ne m'intéresse pas.....	01	N
Mauvaise publicité.....	02	N
Je ne texte ou ne parle jamais en conduisant.....	03	N
Cette situation n'est pas susceptible de m'arriver.....	04	N
Je ne m'identifie pas au conducteur / Je ne me reconnais pas là-dedans.....	05	N
Je suis déjà sensibilisé / responsabilisé.....	06	N
Je suis responsable / adopte des comportements sécuritaires.....	07	N
***Je ne conduis pas / je n'ai pas de cellulaire.....	97	N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s).....	96	O
Je préfère ne pas répondre.....	99	X

#### QC21:

écran [modèle 8] ->

QC23

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.<br>

<b>Cette publicité m'a convaincu(e) que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est vraiment dangereux.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Non, car je suis déjà convaincu(e) que c'est dangereux.....	5
Je préfère ne pas répondre.....	9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 26

#### QC22:

<b>Cette publicité incite à être plus attentif sur la route.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Non, car je suis toujours attentif(ve) sur la route.....	5
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC23:

<b>Cette publicité vous a fait réfléchir sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou pour texter en conduisant.</b>	
Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC24:

Diriez-vous que cette publicité est TRÈS EFFICACE, ASSEZ EFFICACE, PEU EFFICACE ou PAS DU TOUT EFFICACE pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant ?	
Très efficace.....	1
Assez efficace.....	2
Peu efficace.....	3
Pas du tout efficace.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC25:

Selon vous, cette publicité est-elle ... ?	
Très réaliste.....	1
Assez réaliste.....	2
Peu réaliste.....	3
Pas du tout réaliste.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9



## ANNEXES

127

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 27

#### QC26:

écran [modèle 3] ->

QC28

Comment avez-vous trouvé cette publicité sur l'utilisation des messages textes (textos) en conduisant ?<br><br>La note 0 signifie que vous la trouvez EXTREMEMENT MAUVAISE et la note 10 que vous la trouvez EXCELLENTE. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre choix.

0 - Extrêmement mauvaise	00
1.....	01
2.....	02
3.....	03
4.....	04
5.....	05
6.....	06
7.....	07
8.....	08
9.....	09
10 - Excellente	10
Je préfère ne pas répondre	99

#### QC27:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu cette publicité dans le quotidien The Gazette ? <center><IMG SRC=../START\_150A\_150A\_QC27.jpg" ></center>

si REGIO=1	
Oui.....	1
Non.....	2
J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la publicité.....	7

#### CALC1:

=> *	
si SI((QC3=7 OU QC15=7 OU QC27=7),2,1)	
A ÉTÉ EN MESURE DE VOIR TOUTES LES PUBLICITÉS.....	1
N'A PAS ÉTÉ EN MESURE DE VOIR TOUTES LES PUBLICITÉS..	2

#### QC28:

Croyez-vous qu'une publicité " choc " permet de mieux sensibiliser la population aux dangers d'écrire et de lire des messages textes en conduisant qu'une publicité adoptant un ton léger ?

Oui.....	1
Non.....	2
Je préfère ne pas répondre.....	9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 28

#### STATU:

Quel est votre statut matrimonial ?

Célibataire, jamais marié(e).....	1
Marié(e) ou conjoint(e) de fait.....	2
Divorcé(e).....	3
Séparé(e).....	4
Veuf(ve).....	5
Autre.....	6
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### OCCUP:

Quelle est votre occupation principale actuelle ?

<font size="2"> N.B. ON PARLE D'EMPLOI RÉMUNÉRÉ SEULEMENT. Même si vous êtes en congé sabbatique, de maternité, de maladie ou d'accident de travail, veuillez préciser votre EMPLOI. Si vous êtes incertain de la catégorie qui s'applique à vous, choisissez "Autre" et décrivez votre emploi.	
EMPLOYÉ DE BUREAU  <font size="2">(Caissier, commis de bureau, commis comptable, secrétaire, etc.).....	01
PERSONNEL SPÉCIALISÉ DANS LA VENTE  <font size="2">(Agent d'assurances, vendeur, commis-vendeur, agent immobilier, courtier immobilier, représentant, etc.)	02
PERSONNEL SPÉCIALISÉ DANS LES SERVICES  <font size="2">(Agent de sécurité, chauffeur de taxi, coiffeur, cuisinier, esthéticienne, membre clergé, militaire, policier, etc.)	03
TRAVAILLEUR MANUEL  <font size="2">(agriculteur, emballleur, journalier, manoeuvre, mineur, pêcheur, travailleur forestier, etc.).....	04
OUVRIER SPÉCIALISÉ/SEMI-SPÉCIALISÉ  <font size="2">(briquetier, chauffeur de camion, électricien, machiniste, mécanicien, peintre, etc.).....	05
TRAVAILLEUR DES SCIENCES & TECHNOLOGIES  <font size="2">(informaticien, programmeur-analyste, technicien, technicien audio, technicien de laboratoire, etc.)	06
PROFESSIONNEL  <font size="2">(archéologue, architecte, artiste, avocat, banquier, biologiste, comptable, consultant, dentiste, etc.).....	07
GESTIONNAIRE/ADMINISTRATEUR/PROPRIÉTAIRE  <font size="2">(administrateur, directeur, éditeur, entrepreneur, exécutif, gérant, homme / femme d'affaires, politicien, travailleur autonome, etc.)	08
AU FOYER.....	09
ÉTUDIANT  <font size="2">(à temps plein ou dont les études constituent l'occupation principale)	10
RETRAITE <font size="2">(préretraite, rentier).....	11
SANS EMPLOI <font size="2">(Assurance-emploi, aide sociale, etc.)	12
Autre (veuillez préciser).....	96
Je préfère ne pas répondre.....	99

#### REVEN:

Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le REVENU total avant impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2010 ?

...19 999\$ et moins.....	01
...entre 20 000\$ et 39 999\$.....	02
...entre 40 000\$ et 59 999\$.....	03
...entre 60 000\$ et 79 999\$.....	04
...entre 80 000\$ et 99 999\$.....	05
...100 000\$ et plus.....	06
Je préfère ne pas répondre.....	99



## ANNEXES

128

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 29

T1:  
DURÉE

=> \*  
si IF((T1>0),T1,\$T)

INTQT:

Nous vous remercions de votre précieuse collaboration, elle est grandement appréciée. <font color=red>Malheureusement nous avons déjà complété le nombre maximum d'entrevues avec des personnes correspondant à votre profil.</script> CLIQUEZ SUR LA FLÈCHE POUR SAUVEGARDER VOTRE QUESTIONNAIRE

=> +1  
si REVEN>0

Quota atteint ..... QT DI => REDIQ

INT99:

<CENTER><B><FONT SIZE="4"> Nous vous remercions de votre précieuse collaboration, elle est grandement appréciée. CLIQUEZ SUR LA FLÈCHE POUR SAUVEGARDER VOTRE QUESTIONNAIRE  
<CENTER></B></FONT>

Complété ..... CO DI => /REDIR





## ANNEXES

## Annexe 3 : Questionnaire

MW77236 150A

2011-05-18 09:26

3

 $\text{O}=\text{O}=\text{C}:$ 

<p>residence may not appear on the list at the next question.</p> <p>For statistical processing reasons, only certain cities outside of the Island of Montreal are identified.</p> <p>If this is the case, please select the response "other city".</p> <p>In which city do you live?</p>
---

Beauharnois.....	01	=+ +3
Beloil.....	02	=+ +3
Boucherville.....	03	=+ +3
Brossard.....	04	=+ +3
Candiac.....	05	=+ +3
Carignan.....	06	=+ +3
Chambly.....	07	=+ +3
Châteauguay.....	08	=+ +3
Delson.....	09	=+ +3
Greenfield Park.....	10	=+ +3
Hudson.....	11	=+ +3
La Prairie.....	12	=+ +3
Lemoyne.....	13	=+ +3
Léry.....	14	=+ +3
L'Île Cadieux.....	15	=+ +3
L'Île Perrot.....	16	=+ +3
Longueuil.....	17	=+ +3
Maple Grove.....	18	=+ +3
Mc Masterville.....	19	=+ +3
Melochville.....	20	=+ +3
Mercier.....	21	=+ +3
Mont-St-Hilaire.....	22	=+ +3
Notre-Dame-de-Bon-Secours.....	23	=+ +3
Notre-Dame-de-l'Île-Perrot.....	24	=+ +3
Oterburn.....	25	=+ +3
Pincourt.....	26	=+ +3
Pointe-des-Cascades.....	27	=+ +3
Richelieu.....	28	=+ +3
Saint-Amable.....	29	=+ +3
Saint-Basile-le-Grand.....	30	=+ +3
Saint-Bruno-de-Montarville.....	31	=+ +3
Saint-Constant.....	32	=+ +3
Sainte-Catherine.....	33	=+ +3
Sainte-Julie.....	34	=+ +3
Saint-Hubert.....	35	=+ +3
Saint-Isidore.....	36	=+ +3
Saint-Lambert.....	37	=+ +3
Saint-Lazare.....	38	=+ +3
Saint-Mathias-sur-Richelieu.....	39	=+ +3
Saint-Mathieu.....	40	=+ +3
Saint-Mathieu-de-Beloil.....	41	=+ +3
Saint-Philippe.....	42	=+ +3
Terrasse-Vaudreuil.....	43	=+ +3
Varenes.....	44	=+ +3
Vaudreuil-Dorion.....	45	=+ +3
Vaudreuil-sur-le-Lac.....	46	=+ +3
Other area of Montérégie.....	47	=+ +3

MW77236 150A

2011-05-18 09:26

1

Q0QCD:

<p>residence may not appear on the list at the next question. For statistical processing reasons, only certain cities on the outskirts of Québec city are identified. If this is the case, please select the response "other city".</p> <p>In which city do you live?</p>
---

Beauport .....	01	= +2
Boischatel .....	02	= +2
Cap-Rouge .....	03	= +2
Charlesbourg .....	04	= +2
Château-Richer .....	05	= +2
Fossambault-sur-le-Lac .....	06	= +2
Lac-Beauport .....	07	= +2
Lac-Delage .....	08	= +2
Lac-Saint-Charles .....	09	= +2
Lac-Saint-Joseph .....	10	= +2
L'Ancienne Lorette .....	11	= +2
L'Ange Gardien .....	12	= +2
Loretteville .....	13	= +2
Notre-Dame-des-Anges .....	14	= +2
Québec .....	15	= +2
Saint-Augustin-de-Desmaures .....	16	= +2
Sainte-Brigitte-de-Laval .....	17	= +2
Sainte-Catherine-de-la-Jacques-Cartier .....	18	= +2
Sainte-Famille .....	19	= +2
Sainte-Foy .....	20	= +2
Saint-Émile .....	21	= +2
Sainte-Pérouille .....	22	= +2
Saint-François .....	23	= +2
Saint-Gabriel-de-Valcartier .....	24	= +2
Saint-Jean .....	25	= +2
Saint-Laurent .....	26	= +2
Saint-Pierre .....	27	= +2
Shannon .....	28	= +2
Sillery .....	29	= +2
Stonham-et-Tewkesbury .....	30	= +2
Val-Bélair .....	31	= +2
Vanier .....	32	= +2
Wendake .....	33	= +2
Other area of Capitale-Nationale .....	34	= +2







## ANNEXES

132

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 7

#### INT51:

Thank you for your cooperation; it is greatly appreciated. Unfortunately, we have reached the number of participants for your profile. **CLICK ON THE ARROW TO SAVE THE QUESTIONNAIRE**

sinon => +1

si AGE=0,9

Not eligible - AGE.....N1 DI => /REDI

#### LANGU:

What is the language you first learned at home as a child and that you still understand?

French.....1  
English.....2  
Other.....3  
English and French.....7  
French and other.....4  
English and other.....5  
Other and other.....6  
I prefer not answering.....9

#### ENFAN:

Are there any children who are UNDER 18 YEARS OF AGE living in your household? (IF SO): Are any of them 12 YEARS OLD AND OLDER or LESS THAN 12 years old?

Yes: 12 years of age and OLDER ONLY.....1  
Yes: 12 years of age and older AND younger than 12 years old.....2  
Yes: YOUNGER than 12 years old ONLY.....3  
No children under 18 years old at all in the household.....4  
I refuse to answer this question.....9

#### SCOL:

What is the last year of education that you have completed?

Elementary (7 year or less).....1  
High school, general or professional (8 to 12 years).....2  
College pre-university, technical training, certificate (CEP), <BR> accreditation (ASP) or proficiency diploma (DEP) (13-15 years).....3  
University certificates and diplomas.....4  
University Bachelor (including classical studies).....5  
University Master's degree.....6  
University Doctorate (PhD).....7  
I prefer not answering.....9

#### Q1:

Do you have a valid Québec driver's licence (including a learner's licence, probationary, temporary or regular licence)?

Yes.....1  
No.....2 => Q8  
I prefer not answering.....9 => Q8

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 8

#### Q2:

In the last 12 months, how many kilometres IN TOTAL have you travelled as the driver of a vehicle, whether for personal or work related reasons?

<br>Please indicate the approximate number of kilometres travelled in the last 12 months.

Between 1 and 4,999 km.....01  
Between 5,000 and 9,999 km.....02  
Between 10,000 and 14,999 km.....03  
Between 15,000 and 19,999 km.....04  
Between 20,000 and 29,999 km.....05  
Between 30,000 and 49,999 km.....06  
50,000 km or more.....07  
None, I have not driven in the past 12 months.....97 => Q8  
I prefer not answering.....99

#### Q3:

Do you drive a vehicle within the scope of your work, EXCLUDING the route between your home and your place of work?

Yes.....1  
No.....2  
I prefer not answering.....9

#### Q4:

How often do you drive with one or more passengers in your vehicle?

Very often.....1  
Fairly often.....2  
Rarely.....3  
Never.....4  
I prefer not answering.....9

#### Q5:

When you DRIVE YOUR VEHICLE, how often do you listen to the radio, CDs, or digital player files (e.g., music on an iPod)?

<br>Note: Please also take into account children's movies or videos on the car's DVD player.

Very often.....1  
Fairly often.....2  
Rarely.....3 => Q8  
Never.....4 => Q8  
I prefer not answering.....9 => Q8

#### Q6:

When you listen to the radio, CDs, or digital player files WHILE DRIVING YOUR VEHICLE, how often do you change the radio station, replace the CD YOURSELF, or browse the files on the digital player, or even adjust the settings on the dashboard, while your vehicle is in motion?

Very often.....1  
Fairly often.....2  
Rarely.....3 => Q8  
Never.....4 => Q8  
I prefer not answering.....9 => Q8



## ANNEXES

133

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

9

#### Q7:

In the last 12 months, when you changed the radio station, the CD, the digital player files, or adjusted the settings on the dashboard WHILE DRIVING YOUR VEHICLE, were you ever distracted to the point that you veered into the other lane, braked suddenly, sped up or slowed down, or failed to see a mandatory stop, etc.?

Yes ..... 1  
No ..... 2  
I prefer not answering ..... 9

#### Q8:

In your opinion, are Québec drivers...?

Very often distracted ..... 1  
Fairly often distracted ..... 2  
Rarely distracted ..... 3  
Never distracted ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

#### Q9:

In your opinion, is distracted driving...?

A very serious problem ..... 1  
A somewhat serious problem ..... 2  
Not a very serious problem ..... 3  
Not a serious problem at all ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

#### Q10A:

écran [modèle 3] ->

Q10G

série

permutation -> Q10G

For each of the following statements, please indicate if you STRONGLY AGREE, SOMEWHAT AGREE, SOMEWHAT DISAGREE or STRONGLY DISAGREE.  
TALKING WITH PASSENGERS while driving is a distraction.

Strongly agree ..... 1  
Somewhat agree ..... 2  
Somewhat disagree ..... 3  
Strongly disagree ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

#### Q10B:

For each of the following statements, please indicate if you STRONGLY AGREE, SOMEWHAT AGREE, SOMEWHAT DISAGREE or STRONGLY DISAGREE.  
TAKING CARE OF CHILDREN while driving is a distraction.

Strongly agree ..... 1  
Somewhat agree ..... 2  
Somewhat disagree ..... 3  
Strongly disagree ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

10

#### Q10C:

For each of the following statements, please indicate if you STRONGLY AGREE, SOMEWHAT AGREE, SOMEWHAT DISAGREE or STRONGLY DISAGREE.  
SMOKING while driving is a distraction.

Strongly agree ..... 1  
Somewhat agree ..... 2  
Somewhat disagree ..... 3  
Strongly disagree ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

#### Q10D:

For each of the following statements, please indicate if you STRONGLY AGREE, SOMEWHAT AGREE, SOMEWHAT DISAGREE or STRONGLY DISAGREE.  
LISTENING TO THE RADIO, CDs, OR A DIGITAL PLAYER while driving is a distraction.

Strongly agree ..... 1  
Somewhat agree ..... 2  
Somewhat disagree ..... 3  
Strongly disagree ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

#### Q10E:

For each of the following statements, please indicate if you STRONGLY AGREE, SOMEWHAT AGREE, SOMEWHAT DISAGREE or STRONGLY DISAGREE.  
TALKING ON A CELL PHONE while driving is a distraction.

Strongly agree ..... 1  
Somewhat agree ..... 2  
Somewhat disagree ..... 3  
Strongly disagree ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

#### Q10F:

For each of the following statements, please indicate if you STRONGLY AGREE, SOMEWHAT AGREE, SOMEWHAT DISAGREE or STRONGLY DISAGREE.  
DIALING A PHONE NUMBER while driving is a distraction.

Strongly agree ..... 1  
Somewhat agree ..... 2  
Somewhat disagree ..... 3  
Strongly disagree ..... 4  
I prefer not answering ..... 9

#### Q10G:

For each of the following statements, please indicate if you STRONGLY AGREE, SOMEWHAT AGREE, SOMEWHAT DISAGREE or STRONGLY DISAGREE.  
SENDING OR RECEIVING A TEXT MESSAGE while driving is a distraction.

Strongly agree ..... 1  
Somewhat agree ..... 2  
Somewhat disagree ..... 3  
Strongly disagree ..... 4  
I prefer not answering ..... 9



## ANNEXES

134

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 11

#### Q11:

And among these distractions, WHICH ONE do you think is THE GREATEST DISRACTION while driving?

<BR>Only one possible answer.

permutation -> 7	
TALKING WITH PASSENGERS while driving	01
TAKING CARE OF CHILDREN while driving	02
SMOKING while driving	03
LISTENING TO THE RADIO, CDs, OR A DIGITAL PLAYER while driving	04
TALKING ON A CELL PHONE while driving	05
DIALING A PHONE NUMBER while driving	06
SENDING OR RECEIVING A TEXT MESSAGE while driving	07
None of them	97
I prefer not answering	99

=> Q12

=> Q12

#### Q11A:

Which would be the second greatest distraction?<BR><BR><B><I>(Among these distractions, which one do you think is the greatest distraction while driving?)<B><I>

permutation -> 6	
elimination -> 7	
selon Q11	
TALKING WITH PASSENGERS while driving	01
TAKING CARE OF CHILDREN while driving	02
SMOKING while driving	03
LISTENING TO THE RADIO, CDs, OR A DIGITAL PLAYER while driving	04
TALKING ON A CELL PHONE while driving	05
DIALING A PHONE NUMBER while driving	06
SENDING OR RECEIVING A TEXT MESSAGE while driving	07
None of them	97
I prefer not answering	99

#### Q12:

In your opinion, is TALKING ON A CELL PHONE while driving...?

Very dangerous	1
Somewhat dangerous	2
Not very dangerous	3
Not dangerous at all	4
I prefer not answering	9

#### Q13:

In your opinion, is SENDING OR RECEIVING A TEXT MESSAGE while driving...?

Very dangerous	1
Somewhat dangerous	2
Not very dangerous	3
Not dangerous at all	4
I prefer not answering	9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 12

#### QA1:

Do you personally use a cell phone (smartphone or otherwise), either to talk or for text messages?<BR><BR>We mean in general, not only when driving a vehicle.

=> QC1

si Q1=2,9 OU Q2=97

Yes	1	
No	2	=> QA17
I prefer not answering	9	=> QA17

#### QA2:

How long have you been using your cell phone?

Less than a year	1
1 to 2 years	2
3 to 4 years	3
5 to 9 years	4
10 to 19 years	5
20 years or more	6
I prefer not answering	9

#### QA3:

For what purpose(s) do you use your cell phone?

<BR>You may indicate several answers.

I use it to make or receive calls	1
I use it to write or read text messages	2
I use it to access mobile applications (e.g., the Internet, etc.)	3
I prefer not answering	9 X

#### QA4:

What type of cell phone do you use?

An iPhone	1
A BlackBerry	2
An Android	3
A Windows Phone	4
Another type of smartphone	5
A standard cell phone	6
I prefer not answering	9

#### QA5:

Do you sometimes TALK ON YOUR CELL PHONE while driving?

Yes	1	
No	2	=> QA7
I prefer not answering	9	=> QA7



## ANNEXES

135

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 13

#### QA6:

And, would you say that you TALK ON YOUR CELL PHONE while driving...?

- Very often.....1
- Fairly often.....2
- Occasionally.....3
- Rarely.....4
- I prefer not answering.....9

#### QA7:

Do you sometimes SEND OR RECEIVE TEXT MESSAGES while driving?

- Yes.....1
- No.....2 => QA9
- I prefer not answering.....9 => QA9

#### QA8:

And, would you say that you SEND OR RECEIVE TEXT MESSAGES while driving...?

- Very often.....1
- Fairly often.....2
- Occasionally.....3
- Rarely.....4
- I prefer not answering.....9

#### QA9:

Usually, when you use a cell phone while driving (to talk or for text messages), is it...?

sinon => QA17

si QA5=1 OU QA7=1

- ... for personal purposes.....1
- ... professional purposes.....2
- ... or both equally.....3
- I prefer not answering.....9

#### QA10:

When you TALK ON A CELL PHONE while driving, is it...?

sinon => QA17

si QA5=1

- ... with a device you hold in your hand.....1
- ... with a hands-free system (including devices with an earphone, voice activated or other).....2
- ... or both ways.....3
- I prefer not answering.....9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 14

#### QA11:

Imagine that you are driving your vehicle and you want to MAKE A CALL on your cell phone. <BR><BR>What are the specific DRIVING RELATED actions that you would perform in order to place your call?

- I would use a hands-free device.....01 N
- I would pull over to a safe place.....02 N
- I would reduce my speed.....03 N
- I would wait for a red light.....04 N
- .....05 N
- .....06 N
- .....07 N
- .....95 N
- Please record your answer(s):.....96 O
- I don't do anything in particular before placing the call.....97 X
- I prefer not answering.....99 X

#### QA12:

Now, imagine that you are driving your vehicle and you RECEIVE A CALL on your cell phone. <BR><BR>What are the specific DRIVING RELATED actions that you would perform in order to take your call?

- I would tell the caller that I am driving and will call him or her back.....01 N
- I would tell the caller that I am driving and would continue the conversation.....02 N
- I would pull over to a safe place.....03 N
- I would ask a passenger to answer.....04 N
- I don't answer or I let my voice mail take the call.....05 N
- .....06 N
- .....07 N
- .....08 N
- .....09 N
- .....10 N
- .....11 N
- .....12 N
- Please record your answer(s):.....96 O
- I don't do anything in particular before taking the call.....97 X
- I prefer not answering.....99 X

#### QA13:

In the last 12 months, when you were TALKING ON A CELL PHONE while driving, were you ever distracted to the point that you veered into the other lane, braked suddenly, sped up or slowed down, or failed to see a mandatory stop, etc.?

- Yes.....1
- No.....2
- I prefer not answering.....9

#### QA14:

In the last 12 months, when you were TALKING ON A CELL PHONE while driving, were you involved in an accident?

- Yes.....1
- No.....2
- I prefer not answering.....9



## ANNEXES

136

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 15

#### QA15:

When you TALK ON A CELL PHONE while driving, do you believe that your risk of having an accident is...?

Very high.....	1	=> QA19
Somewhat high.....	2	=> QA19
Somewhat low.....	3	
Very low.....	4	
I prefer not answering.....	9	=> QA19

#### QA16:

Why do you believe that your risk of having an accident is <QA15>?

.....	.01	N
.....	.02	N
.....	.03	N
.....	.04	N
.....	.05	N
.....	.06	N
Please record your answer(s):.....	.96	O
I prefer not answering.....	.99	X

#### QA17:

If you were to TALK ON A CELL PHONE while driving, do believe your risk of having an accident would be...?

sinon => QA19

si QA1=2,9 OU QA5=2,9

Very high.....	1	=> QA19
Somewhat high.....	2	=> QA19
Somewhat low.....	3	
Very low.....	4	
I prefer not answering.....	9	=> QA19

#### QA18:

Why do you think your risk of having an accident would be <QA17>?

.....	.01	N
.....	.02	N
.....	.03	N
.....	.04	N
.....	.05	N
.....	.06	N
.....	.97	N
Please record your answer(s):.....	.96	O
I prefer not answering.....	.99	X

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 16

#### QA19:

Imagine that you are driving your vehicle and you want to SEND A TEXT MESSAGE on your cell phone.<BR><BR>What are the specific DRIVING RELATED actions that you would perform in order to send your text message?

sinon => QA25

si QA7=1

I would pull over to a safe place.....	.01	N
I would reduce my speed.....	.02	N
I would wait for a red light.....	.03	N
.....	.04	N
.....	.05	N
.....	.06	N
.....	.95	N
Please record your answer(s):.....	.96	O
I don't do anything in particular before sending my message.....	.97	X
I prefer not answering.....	.99	X

#### QA20:

Now, imagine that you are driving your vehicle and you want to RECEIVE A TEXT MESSAGE on your cell phone.<br><br>What are the specific DRIVING RELATED actions that you would perform in order to read your text message?

I would pull over to a safe place.....	.01	N
I would reduce my speed.....	.02	N
I would wait for a red light.....	.03	N
.....	.04	N
Please record your answer(s):.....	.96	O
I don't do anything in particular before reading my message.....	.97	X
I prefer not answering.....	.99	X

#### QA21:

In the last 12 months, when you were SENDING OR RECEIVING A TEXT MESSAGE with your cell phone while driving, were you ever distracted to the point that you veered into the other lane, braked suddenly, sped up or slowed down, or failed to see a mandatory stop, etc.?

Yes.....	1
No.....	2
I prefer not answering.....	9

#### QA22:

In the last 12 months, when you were SENDING OR RECEIVING A TEXT MESSAGE with your cell phone while driving, were you involved in an accident?

Yes.....	1
No.....	2
I prefer not answering.....	9





## ANNEXES

137

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

17

#### QA23:

When you SEND OR RECEIVING A TEXT MESSAGE on your cell phone while driving, do you believe that your risk of having an accident is...?

Very high.....	1	=> QA27
Somewhat high.....	2	=> QA27
Somewhat low.....	3	
Very low.....	4	
I prefer not answering.....	9	=> QA27

#### QA24:

Why do you believe that your risk of having an accident is <QA23> ?

Please record your answer(s).....	96	O
I prefer not answering.....	99	X

#### QA25:

If you were to SEND OR RECEIVE A TEXT MESSAGE on your cell phone while driving, do believe your risk of having an accident would be...?

simon => QA27		
si QA1=2,9 OU QA7=2,9		
Very high.....	1	=> QA27
Somewhat high.....	2	=> QA27
Somewhat low.....	3	
Very low.....	4	
I prefer not answering.....	9	=> QA27

#### QA26:

Why do you think your risk of having an accident would be <QA25>?

Please record your answer(s).....	96	O
I prefer not answering.....	99	X

#### QA27:

Do you think the following statement is true or false?

<BR>It is prohibited to use any type of handheld cell phone while driving a vehicle.

=> QA29		
si Q1=2,9 OU Q2=97		
True.....	1	
False.....	2	
I prefer not answering.....	9	

#### QA28:

In your opinion, does using a hands-free device (including devices with earphones, voice activated or other) make driving a vehicle safer?

Yes.....	1
No.....	2
I prefer not answering.....	9

MW77236\_150A

2011-05-18 09:26

18

#### QA29:

In the last 12 months, did you receive one or more tickets for having used a cell phone while driving?

simon => QC1	
si QA5=1 OU QA7=1	
Yes.....	1
No.....	2
I prefer not answering.....	9

#### QA30:

Do you sometimes turn your cell phone off before taking the road?

Yes.....	1	
No.....	2	=> QA32
I prefer not answering.....	9	=> QA32

#### QA31:

Do you...?

... always turn it off.....	1
... often turn it off.....	2
... or rarely turn it off.....	3
I prefer not answering.....	9

#### QA32:

When you use a CELL PHONE WHILE DRIVING, either to talk or send messages, do you believe that your risk of being stopped by the police is...?

Very high.....	1
Somewhat high.....	2
Somewhat low.....	3
Very low.....	4
I prefer not answering.....	9

#### QC1:

<B>The next questions are about recent advertisements.</B><BR><BR>In the past few weeks, do you recall having SEEN, READ or HEARD advertising about distracted driving, more specifically in connection with texting at the wheel?

Yes.....	1	
No.....	2	=> QC3
I prefer not answering.....	9	=> QC3



## ANNEXES

138

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 19

#### QC2:

What do you remember having seen, read or heard as advertising about this topic?

<BR>You may provide several answers.

Advertisement on television (unspecified).....	01	N
Advertisement on the Internet (unspecified).....	02	N
Advertisement in The Gazette (unspecified).....	03	N
TV ad of a woman texting while driving.....	04	N
Internet ad of a man texting while driving.....	05	N
Advertisement in The Gazette on smartphones.....	06	N
Slogan "Your smart phone isn't smart enough to drive".....	07	N
Slogan "If 'your there' your not 'really there' behind the wheel".....	08	N
Slogan "Pensez-y vous conduisez".....	09	N
Other various slogans.....	10	N
Activities to raise awareness.....	11	N
Internet messages.....	12	N
Accidents caused by distraction / mobile phones.....	13	N
News report in the media (TV, radio, print ad, Internet, etc.).....	14	N
.....	15	N
Please record your answer(s).....	96	O
I don't know / I prefer not answering.....	99	X

#### QC3:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu cette publicité à la TÉLÉVISION ?

```
<center><OBJECT
classid="clsid:D27CDB6E-AE6D-11cf-96B8-444553540000"
codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/flash/swflash.c
ab#version=6,0,40,0" WIDTH="550" HEIGHT="400"
id="myMovieName"><PARAM
VALUE="START/MW77236_150A/MW77236_150A_QC3.SWF"><PARAM
NAME=quality VALUE=high><param name="loop" value="false"><EMBED
src="START/MW77236_150A/MW77236_150A_QC3.SWF" quality=high
WIDTH="550" HEIGHT="400"
NAME="START/MW77236_150A/MW77236_150A_QC3.SWF" ALIGN=""
TYPE="application/x-shockwave-flash"
PLUGINSPAGE="http://www.macromedia.com/go/getflashplayer"><EMBED><
OBJECT></center>
```

=> QC27

si LANG=EN

Oui.....	1
Non.....	2
J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la publicité.....	7

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 20

#### QC4:

Que voulait-on dire par ce message publicitaire selon vous ?

<BR>Vous pouvez inscrire plusieurs réponses.

=> QC15		
si QC3=7		
Texter au volant est dangereux .....	01	N
Utiliser un cellulaire en conduisant est dangereux .....	02	N
Le cellulaire est une source de distraction .....	03	N
Il faut rester concentrer en conduisant .....	04	N
Il faut éviter d'être distrait .....	05	N
Il rappelle la responsabilité du conducteur .....	06	N
Il y a des conséquences à conduire en utilisant un cellulaire .....	07	N
Responsabiliser le conducteur .....	08	N
***C'est dangereux (SAI) .....	09	N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) .....	96	O
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre .....	99	X

#### QC5:

écran [modèle 8] ->

QC7

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.<br><br>

<b>Le message de cette publicité est clair.</b>

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC6:

<b>Cette publicité attire mon attention.</b>

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9

#### QC7:

<b>Je me suis senti(e) concerné(e) par cette publicité.</b>

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord.....	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Je préfère ne pas répondre.....	9



## ANNEXES

139

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 21

#### QC8:

Pourquoi ne vous êtes-vous pas senti concerné par cette publicité ?

si non => +1

si QC7=3,4

Le sujet ne m'intéresse pas .....	01	N
Mauvaise publicité .....	02	N
Je ne texte ou ne parle jamais en conduisant .....	03	N
Cette situation n'est pas susceptible de m'arriver .....	04	N
Je ne m'identifie pas au conducteur / Je ne me reconnais pas là-dedans .....	05	N
Je suis déjà sensibilisé / responsabilisé .....	06	N
Je suis responsable / adopte des comportements sécuritaires .....	07	N
*** Publicité peu accrocheuse .....	08	N
*** Je n'ai pas de cellulaire / voiture .....	09	N
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) .....	96	O
Je préfère ne pas répondre .....	99	X

#### QC9:

écran [modèle 8] ->

QC11

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD.

<b>Cette publicité m'a convaincu(e) que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est vraiment dangereux.</b>		
Tout à fait d'accord .....	1	
Plutôt d'accord .....	2	
Plutôt en désaccord .....	3	
Tout à fait en désaccord .....	4	
Non, car je suis déjà convaincu(e) que c'est dangereux .....	5	
Je préfère ne pas répondre .....	9	

#### QC10:

Cette publicité incite à être plus attentif sur la route.

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
Non, car je suis toujours attentif(ve) sur la route .....	5
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### QC11:

Cette publicité vous a fait réfléchir sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou pour texter en conduisant.

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 22

#### QC12:

Diriez-vous que cette publicité est TRÈS EFFICACE, ASSEZ EFFICACE, PEU EFFICACE ou PAS DU TOUT EFFICACE pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant ?

Très efficace .....	1
Assez efficace .....	2
Peu efficace .....	3
Pas du tout efficace .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### QC13:

Selon vous, cette publicité est-elle ... ?

Très réaliste .....	1
Assez réaliste .....	2
Peu réaliste .....	3
Pas du tout réaliste .....	4
Je préfère ne pas répondre .....	9

#### QC14:

écran [modèle 3] ->

QC14

Comment avez-vous trouvé cette publicité sur l'utilisation des messages textes (textos) en conduisant ?<br>La note 0 signifie que vous la trouvez EXTREMEMENT MAUVAISE et la note 10 que vous la trouvez EXCELLENTE. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre choix.

0 - Extrêmement mauvaise .....	00
1 .....	01
2 .....	02
3 .....	03
4 .....	04
5 .....	05
6 .....	06
7 .....	07
8 .....	08
9 .....	09
10 - Excellente .....	10
Je préfère ne pas répondre .....	99





## ANNEXES

140

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 23

#### QC15:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu cette publicité sur INTERNET ?

classid="clsid:D27CDB6E-AE6D-11cf-96B8-444553540000" codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/flash/swflash.cab#version=6,0,40,0" WIDTH="550" HEIGHT="400" id="myMovieName"><PARAM NAME=movie VALUE="START/MW77236\_150A/MW77236\_150A\_QC15.SWF"><PARAM NAME=quality VALUE=high<param name="loop" value="false"><EMBED src="START/MW77236\_150A/MW77236\_150A\_QC15.SWF" quality=high WIDTH="550" HEIGHT="400" NAME="START/MW77236\_150A/MW77236\_150A\_QC15.SWF" ALIGN="center" TYPE="application/x-shockwave-flash" PLUGINSPACE="http://www.macromedia.com/go/getflashplayer"><EMBED</OBJECT></center>

Oui.....1  
Non.....2  
J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la publicité.....7

#### QC16:

Que voulait-on dire par ce message publicitaire selon vous ?

<BR>Vous pouvez inscrire plusieurs réponses.

=> QC27  
si QC15=7

Texter au volant est dangereux.....01 N  
Utiliser un cellulaire en conduisant est dangereux.....02 N  
Le cellulaire est une source de distraction.....03 N  
Il faut rester concentrer en conduisant.....04 N  
Il faut éviter d'être distrait.....05 N  
Il rappelle la responsabilité du conducteur.....06 N  
Il y a des conséquences à conduire en utilisant un cellulaire.....07 N  
Responsabiliser le conducteur.....08 N  
\*\*\*Ne pas texter au volant.....09 N  
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....96 O  
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre.....99 X

#### QC17:

écran [modèle 8] ->

#### QC19

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD <br><br>

<b>Le message de cette publicité est clair.</b>

Tout à fait d'accord.....1  
Plutôt d'accord.....2  
Plutôt en désaccord.....3  
Tout à fait en désaccord.....4  
Je préfère ne pas répondre.....9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 24

#### QC18:

<b>Cette publicité attire mon attention.</b>

Tout à fait d'accord.....1  
Plutôt d'accord.....2  
Plutôt en désaccord.....3  
Tout à fait en désaccord.....4  
Je préfère ne pas répondre.....9

#### QC19:

<b>Je me suis senti(e) concerné(e) par cette publicité.</b>

Tout à fait d'accord.....1  
Plutôt d'accord.....2  
Plutôt en désaccord.....3  
Tout à fait en désaccord.....4  
Je préfère ne pas répondre.....9

#### QC20:

Pourquoi ne vous êtes-vous pas senti concerné par cette publicité ?

si QC19=3,4

Le sujet ne m'intéresse pas.....01 N  
Mauvaise publicité.....02 N  
Je ne texte ou ne parle jamais en conduisant.....03 N  
Cette situation n'est pas susceptible de m'arriver.....04 N  
Je ne m'identifie pas au conducteur / Je ne me reconnais pas là-dedans.....05 N  
Je suis déjà sensibilisé / responsabilisé.....06 N  
Je suis responsable / adopte des comportements sécuritaires.....07 N  
\*\*\*Je ne conduis pas / je n'ai pas de cellulaire.....97 N  
Veuillez inscrire votre (vos) réponse(s) :.....96 O  
Je préfère ne pas répondre.....99 X

#### QC21:

écran [modèle 8] ->

#### QC23

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer si vous êtes TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD <br><br>

<b>Cette publicité m'a convaincu(e) que texter ou parler au téléphone cellulaire en conduisant est vraiment dangereux.</b>

Tout à fait d'accord.....1  
Plutôt d'accord.....2  
Plutôt en désaccord.....3  
Tout à fait en désaccord.....4  
Non, car je suis déjà convaincu(e) que c'est dangereux.....5  
Je préfère ne pas répondre.....9



## ANNEXES

141

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 25

#### QC22:

<b>Cette publicité incite à être plus attentif sur la route.</b>

- .....1
- .....2
- .....3
- .....4
- .....5
- .....9

#### QC23:

<b>Cette publicité vous a fait réfléchir sur le risque d'utiliser un téléphone cellulaire pour parler ou pour texter en conduisant.</b>

- .....1
- .....2
- .....3
- .....4
- .....9

#### QC24:

Diriez-vous que cette publicité est TRÈS EFFICACE, ASSEZ EFFICACE, PEU EFFICACE ou PAS DU TOUT EFFICACE pour inciter les conducteurs à ne pas utiliser un téléphone cellulaire en conduisant ?

- Très efficace .....1
- Assez efficace .....2
- Peu efficace .....3
- Pas du tout efficace .....4
- Je préfère ne pas répondre .....9

#### QC25:

Selon vous, cette publicité est-elle ... ?

- Très réaliste .....1
- Assez réaliste .....2
- Peu réaliste .....3
- Pas du tout réaliste .....4
- Je préfère ne pas répondre .....9

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 26

#### QC26:

écran [modèle 3] ->

QC28

Comment avez-vous trouvé cette publicité sur l'utilisation des messages textes (textos) en conduisant ?<br>La note 0 signifie que vous la trouvez EXTRÊMEMENT MAUVAISE et la note 10 que vous la trouvez EXCELLENTE. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre choix.

- 0 - Extrêmement mauvaise .....00
- 1 .....01
- 2 .....02
- 3 .....03
- 4 .....04
- 5 .....05
- 6 .....06
- 7 .....07
- 8 .....08
- 9 .....09
- 10 - Excellente .....10
- Je préfère ne pas répondre .....99

#### QC27:

In the last few weeks, do you recall having seen this advertisement in The Gazette daily newspaper? <center><IMG SRC=../START\_150A\_150A\_QC27.jpg"></center>

si REGION=1

Yes.....1

No.....2

I have a technical problem. I can't see the ad .....7

#### CALC1:

=> \*

si SI((QC3=7 OU QC15=7 OU QC27=7),2,1)

A ÉTÉ EN MESURE DE VOIR TOUTES LES PUBLICITÉS .....1

NA PAS ÉTÉ EN MESURE DE VOIR TOUTES LES PUBLICITÉS .2

#### QC28:

Do you think that "shock" advertising is a better way to raise awareness among the population about the dangers of sending and receiving text messages while driving than advertising that adopts a lighter tone?

Yes.....1

No.....2

I prefer not answering .....9



## ANNEXES

142

### Annexe 3 : Questionnaire

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 27

#### STATU:

What is your marital status?

Single, never married.....	1
Married or common-law marriage.....	2
Divorced.....	3
Separated.....	4
Widow.....	5
Other.....	6
I prefer not answering.....	9

#### OCCUP:

What is your current main occupation? <font size="2"> N.B. WE ARE TALKING ABOUT PAYING JOBS ONLY. Even if you are on a sabbatical, maternity, illness or work-related accident leave, please select your OCCUPATION.

OFFICE WORKER  (Cashier, office clerk, accounting clerk, secretary, etc.)01
PERSONNEL SPECIALIZED IN SALES  (Insurance agent, sales person, sales clerk, real estate agent, real estate broker, sales rep, etc.).....02
PERSONNEL SPECIALIZED IN SERVICES  (Security agent, taxi driver, hairdresser, cook, clergy member, in the military, police officer, firefighter, etc.).....03
MANUAL WORKERS  (Farmer, packer, unskilled worker, minor, fisherman, forest worker, etc.) 04
SKILLED, SEMI-SKILLED WORKERS  (Bricklayer, truck driver, electrician, machine operator, mechanic, painter, plumber, etc.).....05
SCIENCE AND TECHNOLOGIES WORKERS  (computer operator, programmer-analyst, technician, audio- technician, lab technician, etc.).....06
PROFESSIONALS  (Archaeologist, architect, artist, lawyer, banker, biologist, chemist, accountant, consultant, foreman, dentist, designer, etc.).....07
MANAGERS/ADMINISTRATORS/OWNERS  (director, editor, entrepreneur, executive, manager, business person, politician, president, etc.).....08
HOMEMAKER.....09
STUDENT  (full-time or whose studies take up most of his/her time) 10
RETIRED  (pre-retired or private means).....11
UNEMPLOYED  (Unemployment, welfare).....12
Other (please specify).....96 O
I prefer not answering.....99

#### REVEN:

Among the following categories, which one best reflects the total INCOME, before taxes, of all the members of your household in 2010?

...\$19,999 or less.....	01
...between \$20,000 and \$39,999.....	02
...between \$40,000 and \$59,999.....	03
...between \$60,000 and \$79,999.....	04
...between \$80,000 and \$99,999.....	05
...\$100,000 or more.....	06
I prefer not answering.....	99

#### TI:

##### DURÉE

=> \*

si IF((T1>0),T1,\$T)

MW77236\_150A 2011-05-18 09:26 28

#### INTQT:

Thank you for your cooperation; it is greatly appreciated. <font color=red>Unfortunately, we have reached the number of participants for your profile.</script> CLICK ON THE ARROW TO SAVE THE QUESTIONNAIRE

=> +1

si REVEN>0

QUOTA FULL.....QT DI => REDIQ

#### INT99:

<center><b><font size="4"> Thank you for your cooperation; it is greatly appreciated. CLICK ON THE ARROW TO SAVE THE QUESTIONNAIRE </center></b></font>

Completed.....CO DI => /REDIR

