



MONTRÉAL

1180, rue Drummond
Bureau 620
Montréal (Québec) H3G 2S1
T 514 878-9825

QUÉBEC

3340, rue de La Pérade
3^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025

**ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE FACULTÉS
AFFAIBLIES DE FIN D'ANNÉE 2020 « PERSONNE NE
VEUT ÇA POUR LES FÊTES. PAS D'ALCOOL OU DE
DROGUE AU VOLANT. »**

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ À LA SOCIÉTÉ DE L'ASSURANCE AUTOMOBILE DU QUÉBEC

03	/Contexte, objectifs et description de la campagne
04	/Méthodologie abrégée
05	/Faits saillants
07	/Chapitre 1 : Profil des répondants et perceptions diverses
18	/Chapitre 2 : Notoriété de la campagne
25	/Chapitre 3 : Appréciation et impact de la campagne
31	/Conclusions

ANNEXES

- /1.** Méthodologie détaillée
- /2.** Questionnaire
- /3.** Tableaux statistiques détaillés (sous pli séparé)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE

CONTEXTE

La campagne 2020 « Personne ne veut ça pour les fêtes. Pas d'alcool ou de drogue au volant. » vise à rappeler aux conducteurs que la conduite d'un véhicule après avoir consommé de l'alcool ou de la drogue est un comportement risqué qui peut avoir des conséquences graves, même lorsque la consommation est modérée.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- Mesurer les perceptions à l'égard de la consommation d'alcool ou de drogue combinée à la conduite automobile.
- Comparer les résultats, lorsque pertinents.
- Mesurer la performance de la campagne (notoriété globale, notoriété de ses principales composantes, appréciation et impact).



DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE



Deux messages diffusés en français à la télévision ainsi que sur le web et les médias sociaux, du 7 décembre 2020 au 3 janvier 2021
« Fracture du crâne » et « Fracture de la colonne »

Un message diffusé en français à la télévision au cours des soirées du 31 décembre 2020 et du 1er janvier 2021
« SAAQ Bye Bye 2020 »

Les deux messages mettent en vedette deux personnages (un couple dans le message « Crâne » et deux jeunes hommes colocataires dans le message « Colonne »). On entend une musique de Noël au piano. Dans le message « Crâne », on voit le salon d'une maison décorée pour Noël où un feu de foyer crépite, avec ambiance chaleureuse. Une femme avec un cadeau dans les mains se dirige vers le sofa où son conjoint est assis et lui tend le cadeau en s'assoiant à ses côtés. Dans le message « Colonne », on voit le salon d'un appartement vaguement décoré pour Noël, puis deux jeunes hommes, dont un tient un cadeau dans ses mains et l'autre est assis sur le sofa. Dans le premier message, la femme offre une bouteille d'alcool accompagnée des clés d'une voiture et dans le second message, c'est un joint de cannabis, lui aussi accompagné de clés de voiture. Les personnages qui reçoivent le cadeau sont surpris de constater que l'autre personne savait qu'il avait toujours rêvé de recevoir une « fracture du crâne » ou une « fracture de la colonne ». Le poids média était de 595 PEB.

Tour à tour, on voit les animateurs Philippe Lagüe (« À l'année prochaine »), France Beaudoin (« En direct de l'univers ») et Jean-René Dufort (« Infoman ») qui nous déclarent que nous méritons une soirée du 31 bien spéciale et que l'année 2020 devait finir en toute beauté. France Beaudoin termine en disant : « Et rappelons-nous, si on conduit, pas d'alcool, pas de drogue ».



Deux messages audios diffusés en français et en anglais à la radio, ainsi que sur Spotify, du 7 décembre 2020 au 3 janvier 2021

« Liste (alcool – fracture du crâne) » et « Liste (drogue – fracture de la colonne) »



Dans les deux messages, on entend soit un jeune homme (Liste [alcool]), soit une femme (Liste [drogue]), écrire une liste de cadeaux.
(Liste [alcool]) : « C't'année, j'me gâte. J'aimerais des nouveaux écouteurs. J'veux aussi des souliers d'course. Pis humm... un chargeur sans fil ou un abonnement musical, ouais. Une bouteille de vin. Un accident d'auto. Une fracture du crâne pis une hospitalisation. »
(Liste [drogue]) : « Après l'année qu'on a eue, j'mérite une montre connectée. J'aimerais aussi une paire de patins. Ah... Peut-être un bon livre. Une table tournante, ouin. Du cannabis. Une collision. Une fracture de la colonne et des séquelles à vie. »
Les messages se terminent de la même façon avec l'annonceur :
« Personne ne veut ça pour les fêtes. Pas d'alcool/de drogue au volant. Un message du gouvernement du Québec. »


Publications diffusées en français sur Facebook, à partir du 18 décembre 2020



 **POPULATION CIBLE** Adultes du Québec âgés de 18 ans ou plus et habilités à faire un sondage en ligne en français ou en anglais.

 **ÉCHANTILLONNAGE** Un total de 1 210 répondants.

 **COLLECTE** Sondage en ligne réalisé du 11 au 18 janvier 2021.
Taux de réponse : 39,8 %

 **PONDÉRATION** Les données ont été pondérées pour refléter la distribution de la population québécoise selon l'âge, le sexe, la langue maternelle, la scolarité, la proportion d'adultes propriétaires ainsi que la proportion d'adultes vivant seuls, pour chacune des trois strates régionales d'échantillonnage (RMR de Montréal, RMR de Québec, ailleurs en province).

 **MARGE D'ERREUR** La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,1 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.

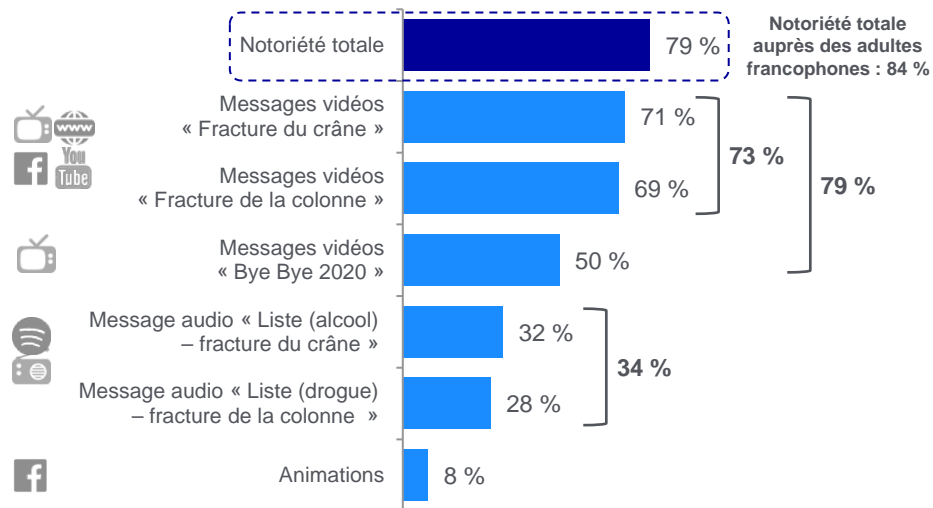
 **NOTES** L'expression « conducteur » désigne les titulaires d'un permis de conduire valide au Québec.
Les flèches (↑ ou ↓) indiquent une évolution significative des résultats de 2021 par rapport à ceux de 2020.

A network diagram background consisting of a complex web of thin, light blue lines connecting various nodes. The nodes are represented by small circles in shades of teal, light blue, and grey. Some nodes are larger and more prominent than others, and the overall structure is dense and interconnected, suggesting a digital or data network.

Faits saillants

NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

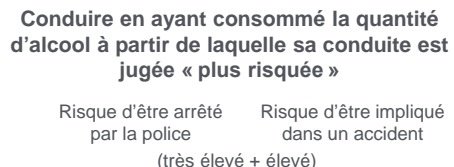
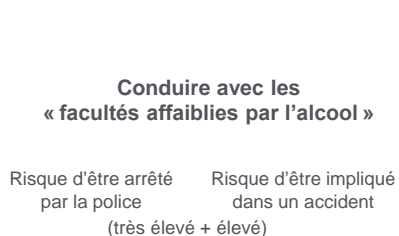


APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE	
Note moyenne des messages vidéos*	7,1/10
Note moyenne des messages audios	6,8/10
Ces messages sont clairs (tout à fait + plutôt d'accord)	90 %
Ces messages attirent mon attention (tout à fait + plutôt d'accord)	79 %
Ces messages sont convaincants (tout à fait + plutôt d'accord)	75 %

IMPACT DE LA CAMPAGNE	
Ces messages m'incitent à ne pas conduire un véhicule après avoir bu de l'alcool ou consommé de la drogue (tout à fait + plutôt d'accord)	79 %
Je me sens concerné(e) par ces messages (tout à fait + plutôt d'accord)	45 %

* Le message « Bye Bye 2020 » est exclu de l'évaluation.

QUELQUES PERCEPTIONS



Capacité de conduire un véhicule d'une façon sécuritaire affectée par le cannabis (beaucoup + assez)	87 %
Risque perçu d'accident si conduite avec les facultés affaiblies par le cannabis* (très élevé + élevé)	71 %
Détection de la présence de cannabis dans l'organisme par les policiers* (très + assez facile)	58 % ↑

* Base : Conducteurs

A decorative graphic in the top right corner consisting of a network of interconnected nodes and lines. The nodes are represented by small circles in various shades of teal and blue, some with white outlines. The lines are thin and light blue, creating a complex web-like structure that fades into the background.

Chapitre 1

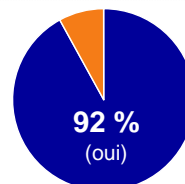
PROFIL DES RÉPONDANTS ET PERCEPTIONS DIVERSES

- Profil des répondants – pondéré
- Profil de consommation
- Risque d'être arrêté par la police
- Risque d'accident
- Conduite affectée par le cannabis
- Détection de la présence de cannabis
- Conséquences légales

PROFIL DES RÉPONDANTS – PONDÉRÉ

	Ensemble %
Âge	(n : 1 210)
18 à 34 ans	26
35 à 44 ans	16
45 à 54 ans	17
55 à 64 ans	18
65 ans ou plus	23
Sexe	(n : 1 210)
Homme	49
Femme	51
Scolarité	(n : 1 183)
Aucun/secondaire/DEP	53
Collégial	21
Universitaire	26
Langue maternelle	(n : 1 210)
Français seulement	77
Autre	23

	Ensemble %
Revenu familial	(n : 1 040)
Moins de 35 000 \$	22
35 000 \$ à 54 999 \$	17
55 000 \$ à 74 999 \$	17
75 000 \$ à 99 999 \$	16
100 000 \$ ou plus	28
Occupation	(n : 1 135)
Travailleur	59
Retraité(e)	26
Autre	15
Région	(n : 1 210)
RMR de Montréal	50
RMR de Québec	10
Ailleurs au Québec	40
Titulaire de permis de conduire	(n : 1 210)



Au total, **92 %** des répondants sont **titulaires d'un permis de conduire** valide au Québec. La présente étude compte **1 136** titulaires de permis, appelés « **conducteurs** ».

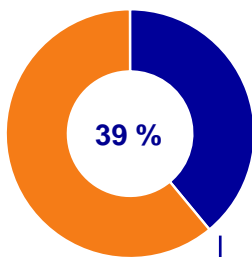
Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de conduire un véhicule alors que vous aviez consommé... dans les 4 heures précédant votre départ?

Base : conducteurs, n : 1 136

Les graphiques présentent le pourcentage de « oui » (en bleu)



Q2. De l'alcool, ne serait-ce qu'une seule consommation

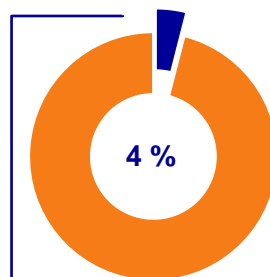


Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool ou du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (99 %);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (86 %);
- Revenu familial de 100 000 \$ ou plus (56 %);
- 25 à 34 ans (54 %) ou 35 à 44 ans (48 %);
- Études universitaires (49 %);
- Homme (47 % contre 31 % chez les femmes);
- Travailleur (46 %);
- Langue maternelle française seulement (42 % contre 26 %).



Q3. Du cannabis

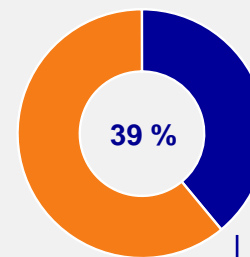


Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool ou du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (10 %);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool dans les 4 heures précédant son départ (9 %);
- 18 à 34 ans (8 %) ou 35 à 44 ans (7 %);
- Études collégiales (7 %);
- Homme (5 % contre 3 % chez les femmes).



Q2Q3. A consommé de l'alcool ou du cannabis



Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- Revenu familial de 100 000 \$ ou plus (57 %);
- 25 à 34 ans (54 %) ou 35 à 44 ans (48 %);
- Études universitaires (49 % contre 35 % chez ceux qui détiennent au plus des études de niveau secondaire);
- Homme (48 % contre 31 % chez les femmes);
- Travailleur (46 %);
- Langue maternelle française seulement (43 % contre 27 %).

Conduire son véhicule après avoir consommé de l'alcool (39 %) est nettement plus répandu que de le faire après avoir consommé du cannabis (4 %)

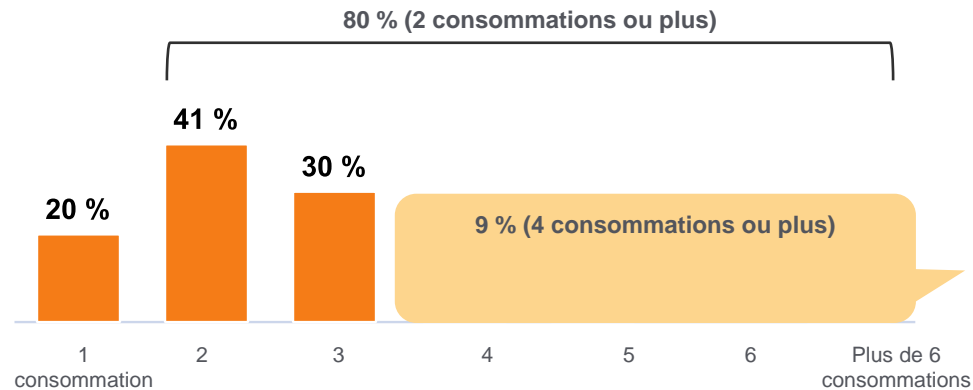
De façon générale, les 25 à 44 ans et les hommes sont proportionnellement plus enclins à prendre le volant dans ces conditions. En matière d'alcool au volant, l'écart entre les hommes et les femmes est particulièrement important (47 % contre 31 %). Concernant le cannabis, le comportement mesuré décroît avec l'âge, passant de 9 % chez les 18 à 24 ans à 1 % chez les conducteurs de 65 ans ou plus. Par ailleurs, plus les conducteurs sont scolarisés, plus il leur est arrivé, au cours des 12 derniers mois, de prendre le volant en ayant consommé soit du cannabis, soit de l'alcool dans les quatre heures précédant leur départ (la proportion passe de 35 % chez ceux qui n'ont aucun diplôme, un diplôme d'études secondaires ou d'études professionnelles, à 49 % chez les universitaires).

PROFIL DE CONSOMMATION (SUITE)

Q4. À partir de combien de consommations jugez-vous que la conduite de votre véhicule devient plus risquée?
Par « consommation », on entend une bière, une once et demie d'alcool fort ou une coupe de vin.

Base : conducteurs, excluant la non-réponse, n : 1 094


Nombre moyen de consommations à partir duquel on juge la conduite de son véhicule plus risquée :
2,3



Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « 4 ou plus » :

- 25 à 34 ans (18 % contre 10 % ou moins chez les autres répondants);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool dans les 4 heures précédant son départ (16 %);
- Homme (13 % contre 5 % des femmes).

Huit conducteurs sur dix estiment que la conduite de leur véhicule devient plus risquée après avoir pris deux consommations ou plus

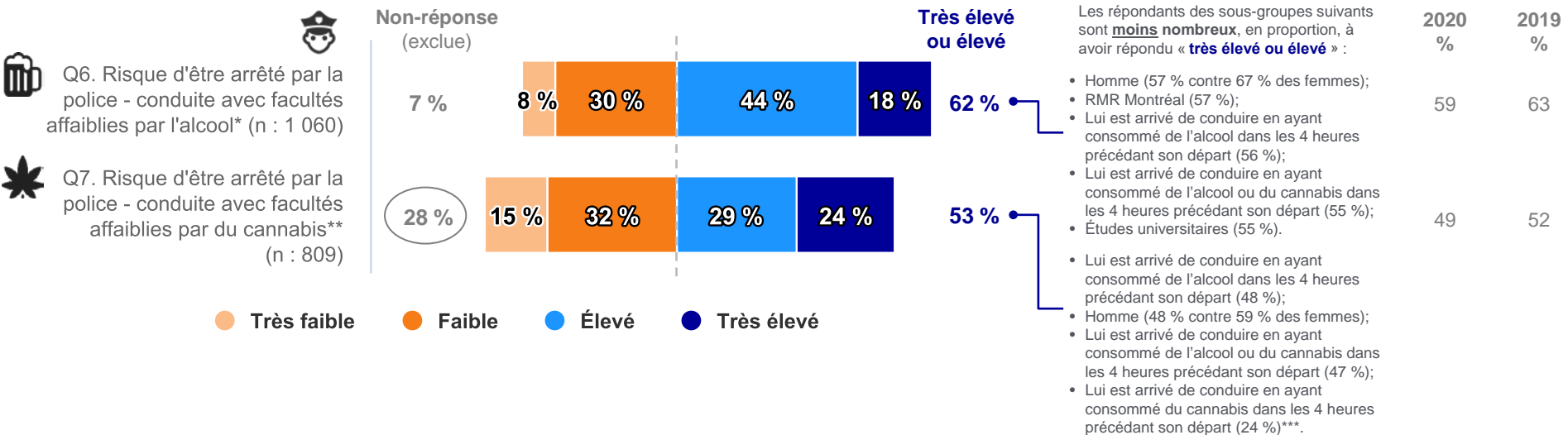
Par contre, pour près d'un sur dix d'entre eux (9 %), c'est plutôt après quatre consommations que cette action devient plus à risque. Les jeunes de 25 à 34 ans et les hommes semblent se croire significativement plus tolérants à l'alcool en jugeant que la conduite de leur véhicule devient plus risquée à partir de quatre consommations (18 % et 13 % respectivement).

Sur la base de l'ensemble des conducteurs, la moyenne s'élève à 2,3 consommations. Cette valeur est significativement supérieure chez les conducteurs à qui il est arrivé de consommer de l'alcool dans les quatre heures précédant leur départ (2,8 contre 2,0 chez les autres répondants), chez ceux âgés de 25 à 44 ans (2,5), chez ceux dont le revenu familial est d'au moins 100 000 \$ (2,5 contre 2,1 chez ceux pour qui il est de moins de 35 000 \$) ainsi que chez les hommes (2,5 contre 2,1 chez les femmes).

RISQUE D'ÊTRE ARRÊTÉ PAR LA POLICE

Q6-Q7. S'il vous arrivait de conduire avec les facultés affaiblies par [l'alcool/le cannabis], comment évalueriez-vous votre risque d'être arrêté par la police?

Base : conducteurs, excluant la non-réponse



Qu'il s'agisse de conduire avec les facultés affaiblies par l'alcool ou par le cannabis, plus de la moitié des conducteurs estiment que leur risque d'être arrêtés par la police dans ces conditions est très élevé ou élevé (62 % et 53 % respectivement)

Il ne faut toutefois pas passer sous silence que la question laisse plusieurs répondants sans réponse pour ce qui est du cannabis consommé avant de prendre la route au volant de son véhicule (28 % ne se prononcent pas à ce sujet). Lorsqu'on tient compte de cette non-réponse, les résultats sont de 58 % et 39 % respectivement.

En excluant la non-réponse, dans les deux cas, les hommes (57 % et 48 % respectivement) ainsi que ceux qui, au cours de la dernière année, ont consommé de l'alcool dans les quatre heures précédant leur départ (56 % et 48 % respectivement) sous-estiment leur risque de se faire arrêter par les policiers.

* À la question Q6, lorsqu'on inclut la non-réponse (7 %), les proportions sont de 17 % (très élevé), 41 % (élevé), 28 % (faible) et 7 % (très faible).

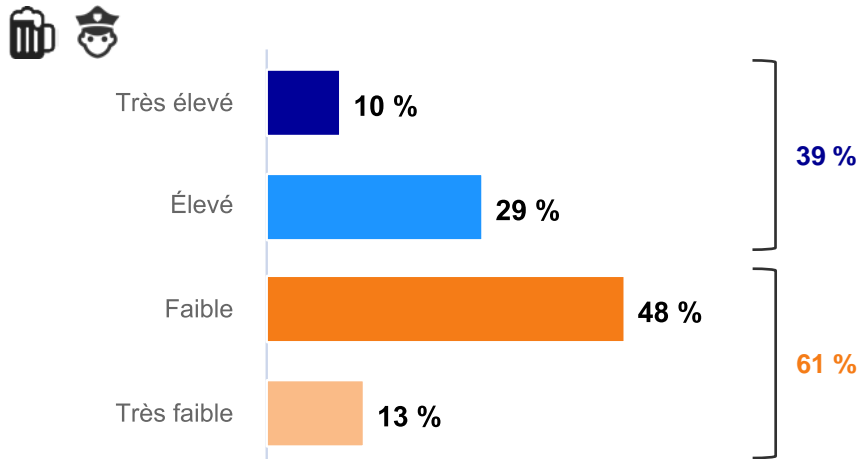
** À la question Q7, lorsqu'on inclut la non-réponse (28 %), les proportions sont de 18 % (très élevé), 21 % (élevé), 23 % (faible) et 10 % (très faible).

*** Le résultat doit être interprété prudemment étant donné la faible taille de l'échantillon (n=38).

RISQUE D'ÊTRE ARRÊTÉ PAR LA POLICE (SUITE)

Q6a. S'il vous arrivait de conduire après avoir pris [nombre de consommations d'alcool juge que la conduite de son véhicule devient plus risquée], comment évalueriez-vous votre risque d'être arrêté par la police?

Base : conducteurs, excluant la non-réponse, n : 1 045



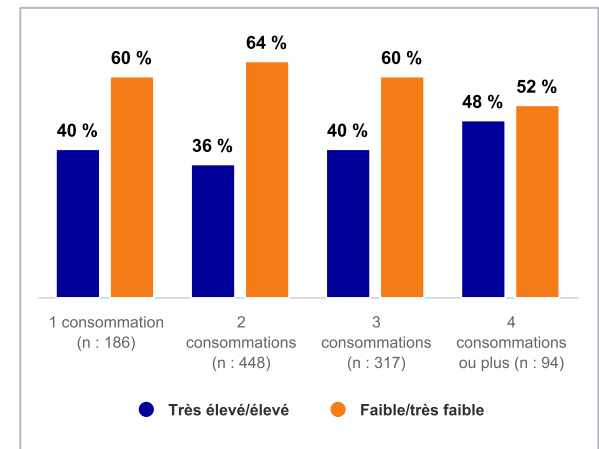
Les répondants des sous-groupes suivants sont **moins nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **très élevé ou élevé** » :

- Homme (34 % contre 44 % des femmes);
- Travailleur (34 %);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool dans les 4 heures précédant son départ (33 %);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool ou du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (33 %).

Le nombre de consommations d'alcool à partir duquel les répondants jugent que la conduite de leur véhicule devient plus risquée les mettrait moins à risque d'être arrêtés par la police que s'ils conduisaient avec les facultés affaiblies par l'alcool.

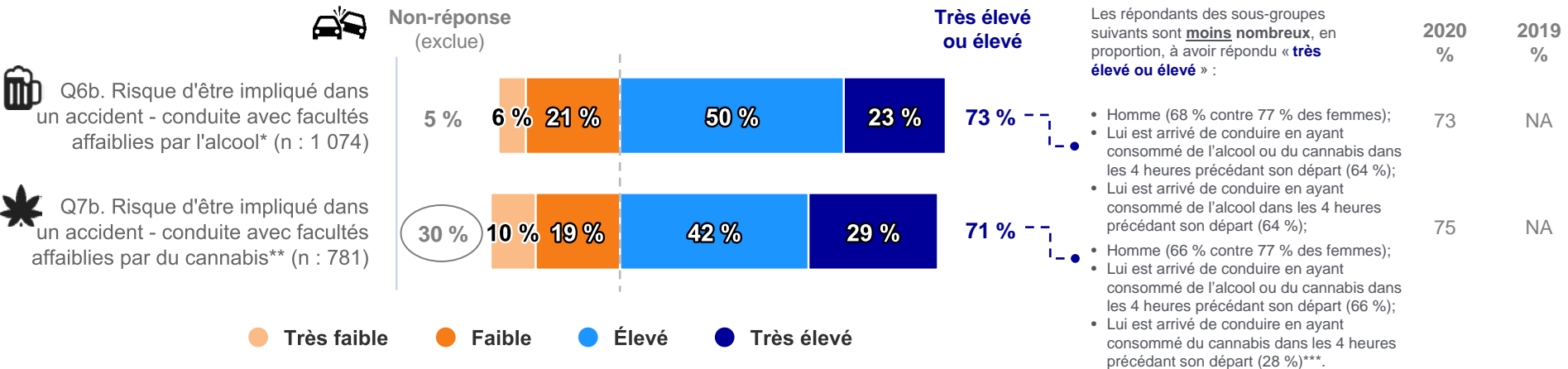
Effectivement, 39 % des conducteurs évaluent leur risque très élevé (10 %) ou élevé (29 %) d'être arrêtés, comparativement à 62 % s'ils conduisaient avec les facultés affaiblies par l'alcool (voir à la page précédente).

Ce résultat est sensiblement le même, peu importe qu'on juge sa conduite plus risquée après une (40 %), deux (36 %) ou trois consommations (40 %). Par contre, à partir de quatre consommations, c'est près d'un conducteur sur deux qui considère élevé son risque d'être arrêté par la police (48 %).



Q6b-Q7b. Maintenant, s'il vous arrivait de conduire avec les facultés affaiblies par [l'alcool/le cannabis], comment évalueriez-vous votre risque d'être impliqué dans un accident?

Base : conducteurs, excluant la non-réponse



Si l'on conduisait avec les facultés affaiblies par l'alcool ou le cannabis, le risque d'être impliqué dans un accident est davantage pris au sérieux que celui d'être arrêté par la police

Dans un tel scénario, le risque d'être impliqué dans un accident est jugé élevé ou très élevé par plus de sept conducteurs sur dix, et ce, peu importe que l'alcool (73 %) ou le cannabis soient en cause (71 %), alors que le risque d'être arrêté par la police affiche des résultats moins élevés (62 % et 53 % respectivement, voir à la page 11).

Soulignons que ceux à qui il est arrivé de conduire après avoir consommé du cannabis dans les quatre heures précédant leur départ ne sont que 28 % à juger ce risque élevé ou très élevé. Ce résultat doit toutefois être interprété prudemment étant donné la faible taille de l'échantillon (n=38).

À l'instar des résultats liés à l'alcool (68 % contre 77 % des femmes), les hommes sous-estiment le risque lié au cannabis (66 % contre 77 % des femmes). De plus, se prononcer sur cette dernière éventualité occasionne à nouveau beaucoup de non-réponse (30 %).

* À la question Q6b, lorsqu'on inclut la non-réponse (5 %), les proportions sont de 21 % (très élevé), 48 % (élevé), 20 % (faible) et 6 % (très faible).

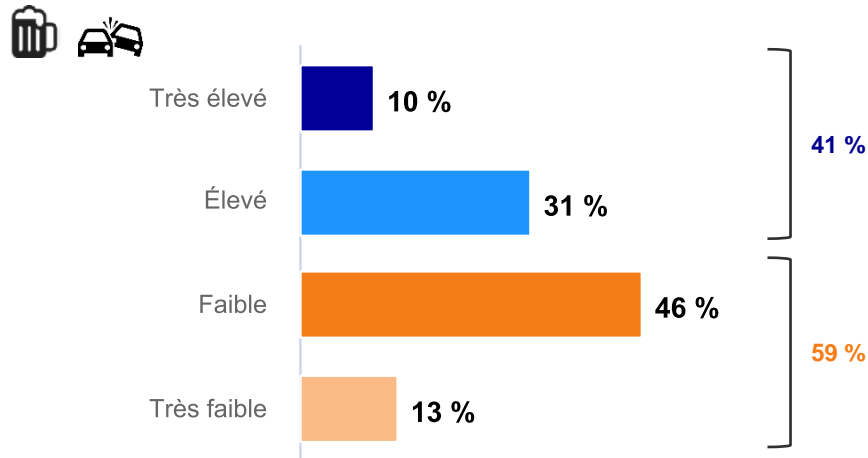
** À la question Q7b, lorsqu'on inclut la non-réponse (30 %), les proportions sont de 21 % (très élevé), 29 % (élevé), 13 % (faible) et 7 % (très faible).

*** Le résultat doit être interprété prudemment étant donné la faible taille de l'échantillon (n=38).

RISQUE D'ACCIDENT (SUITE)

Q6c. S'il vous arrivait de conduire après avoir pris [nombre de consommations d'alcool juge que la conduite de son véhicule devient plus risquée], comment évalueriez-vous votre risque d'être impliqué dans un accident?

Base : conducteurs, excluant la non-réponse, n : 1 061



Les répondants des sous-groupes suivants sont **moins nombreux**, en proportion, à avoir répondu « très élevé ou élevé » :

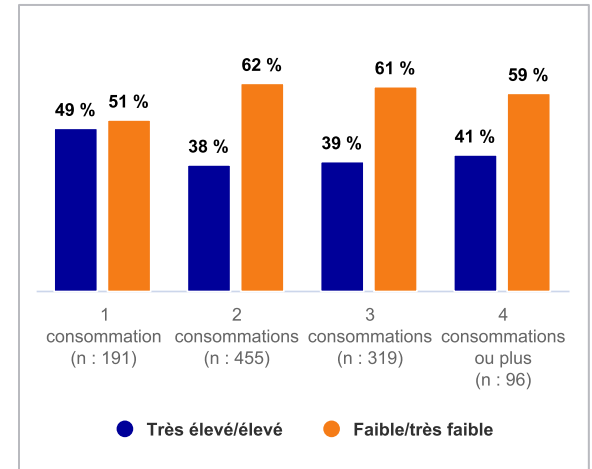
- Homme (35 % contre 46 % des femmes);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool ou du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (31 %);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool dans les 4 heures précédant son départ (31 %).

Tout comme pour le risque d'être arrêté par la police, conduire en ayant pris le nombre de consommations d'alcool à partir duquel on juge sa conduite plus risquée amène un risque estimé d'être impliqué dans un accident moins probant que si on conduisait avec les facultés affaiblies par l'alcool

Ici, c'est 41 % des conducteurs qui évaluent leur risque très élevé (10 %) ou élevé (31 %) d'être impliqués dans un accident, comparativement à 73 % s'ils conduisaient avec les facultés affaiblies par l'alcool (voir à la page précédente).

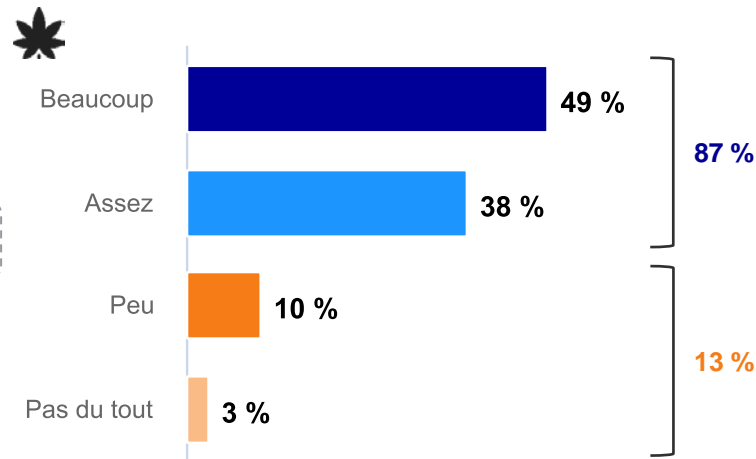
Les hommes se croient moins à risque d'accident s'ils prenaient le nombre de consommations d'alcool à partir duquel ils estiment que la conduite de leur véhicule devient plus risquée (35 % contre 46 % chez les femmes). Il en va de même chez ceux qui, au cours de la dernière année, ont consommé de l'alcool dans les quatre heures précédant leur départ (31 %).

Le diagramme de droite affiche les résultats en fonction du nombre de consommations d'alcool établi pour dire que sa conduite deviendrait plus risquée. Il ne permet cependant pas d'en tirer des conclusions logiques.



Q9. Selon vous, le cannabis affecte-t-il la capacité de conduire un véhicule d'une façon sécuritaire?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 089



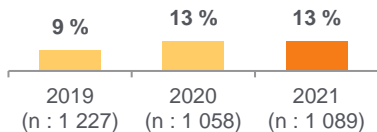
Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **beaucoup ou assez** » :

- Revenu familial de 75 000 \$ à 99 999 \$ (94 %);
- Études universitaires (93 %);
- 65 ans ou plus (93 %);
- Retraité (93 %);
- Femme (91 %);
- Ne lui est pas arrivé de conduire en ayant consommé du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (89 % contre 45 %* chez ceux à qui c'est arrivé).

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **peu ou pas du tout** » :

- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (55 %)*;
- 25 à 34 ans (22 %) ou 35 à 44 ans (18 %);
- Homme (17 %);
- Travailleur (15 %).

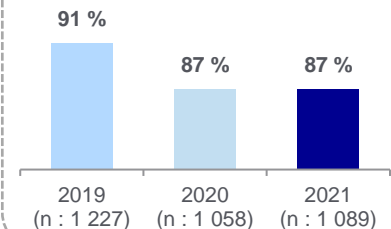
% de réponses « peu ou pas du tout »



Si on est loin du consensus lorsqu'on estime le risque d'être arrêté par la police ou de faire un accident en ayant conduit avec les facultés affaiblies par le cannabis, on s'en approche davantage lorsqu'il s'agit de penser que la substance affecte la capacité de conduire un véhicule de façon sécuritaire

Au total, 87 % des gens croient que le cannabis affecte beaucoup (49 %) ou assez (38 %) la conduite d'un véhicule de façon sécuritaire. Cette perception est toutefois nettement moins répandue chez ceux à qui il est arrivé de se retrouver dans cette situation (45 %* contre 89 %).

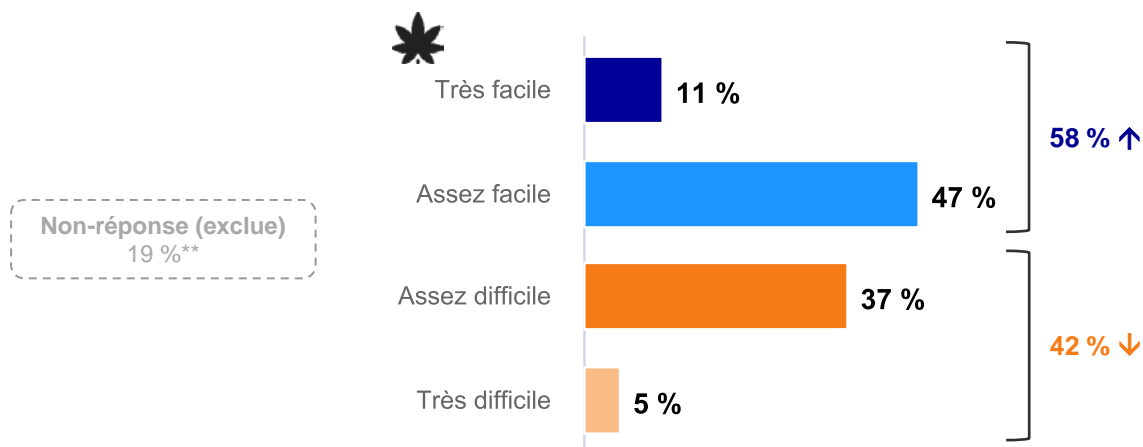
% de réponses « beaucoup ou assez »



* Le résultat doit être interprété prudemment étant donné la faible taille de l'échantillon (n=38).

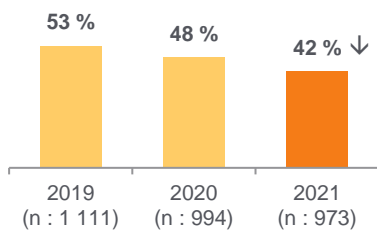
Q10a. Selon vous, est-il facile ou difficile pour les policiers de détecter la présence de cannabis dans l'organisme?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 973



Les hommes sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **très ou assez facile** » : 62 % contre 55 % des femmes.

% de réponses « assez ou très difficile »

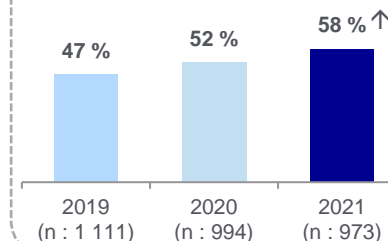


Les avis sont partagés quant à la facilité ou non pour les policiers de détecter la présence de cannabis dans l'organisme, mais ils sont plus tranchés qu'en 2019

Si on exclut la non-réponse, bien qu'elle soit plutôt élevée (19 %), près de six personnes sur dix (58 %) sont d'avis que c'est chose facile (très ou assez), comparativement à 52 % l'an dernier. Il s'agit en outre d'une deuxième hausse significative consécutive par rapport à 2019.

Lorsqu'on inclut la non-réponse, la proportion diminue à moins d'une personne sur deux (47 %) qui a cette impression (très facile, 9 %; assez facile, 38 %).

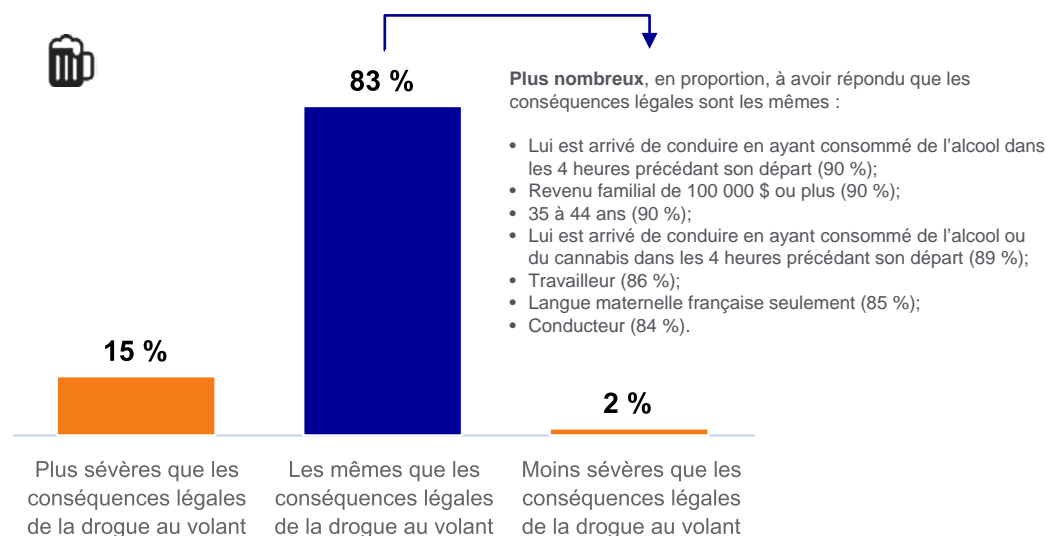
% de réponses « très ou assez facile »



** Lorsqu'on inclut la non-réponse (19 %), les proportions sont de 9 % (très facile), 38 % (assez facile), 30 % (assez difficile) et 4 % (très difficile).

Q10c. Qu'en est-il des conséquences légales de l'alcool au volant?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 101



La plupart des gens soutiennent que l'alcool ou la drogue au volant entraînent les mêmes conséquences légales

Les conducteurs à qui il est arrivé, durant la dernière année, de conduire en ayant consommé de l'alcool dans les quatre heures précédant leur départ comptent parmi les groupes qui l'affirment en plus forte proportion (90 %).

Chapitre 2

NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

- Notoriété des messages vidéos
- Notoriété du message vidéo « Bye Bye 2020 »
- Notoriété de tous les messages vidéos
- Notoriété des messages audios
- Notoriété des animations
- Notoriété totale de la campagne

NOTORIÉTÉ DES MESSAGES VIDÉOS

NOTVID. Voici un message diffusé à la télévision francophone, sur le web et dans les médias sociaux au cours du dernier mois. Veuillez le regarder attentivement et au complet. Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message à la télévision, sur le web ou dans les médias sociaux avant aujourd'hui?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 1 104

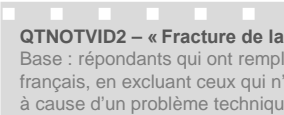
Le graphique présente le taux de notoriété des messages vidéos, c'est-à-dire le pourcentage de « oui »



71 % de « oui »

QTNOTVID1 – « Fracture du crâne »

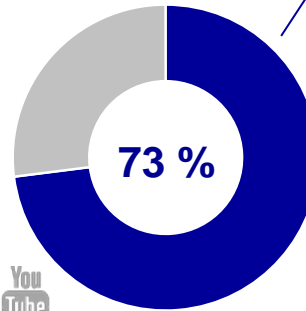
Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, en excluant ceux qui n'ont pu voir le message vidéo à cause d'un problème technique, n : 1 094



69 % de « oui »

QTNOTVID2 – « Fracture de la colonne »

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, en excluant ceux qui n'ont pu voir le message vidéo à cause d'un problème technique, n : 1 092



Plus nombreux, en proportion, à **se souvenir d'avoir vu** l'un ou l'autre des messages :

- Retraité (90 %);
- 55 ans ou plus (87 %);
- RMR Québec (83 %) ou habite hors des RMR de Montréal et de Québec (77 %);
- Langue maternelle française seulement (78 %);
- Conducteur (75 %).

Les messages vidéos « Fracture du crâne » (71 %) et « Fracture de la colonne » (69 %) ont été vus par des proportions similaires de répondants francophones, pour une notoriété totale de 73 %

Plus les gens sont âgés, plus ils en ont le souvenir : la proportion passe de 53 % chez les 18 à 34 ans à 87 % chez les personnes de 55 ans ou plus. Sans grande surprise, c'est à la télévision qu'on les a principalement vus (95 %).

Q11VIDa. Plus précisément, où avez-vous vu ce(s) message(s)?

Base : répondants qui affirment se souvenir d'avoir vu l'une ou l'autre des vidéos avant le sondage, n : 836

Plusieurs réponses possibles

	%
À la télévision	95
Sur internet	7
Sur Facebook	6
Sur YouTube	4
Ne se souvient pas/ne répond pas	1

15 %

Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « Internet ou médias numériques » :

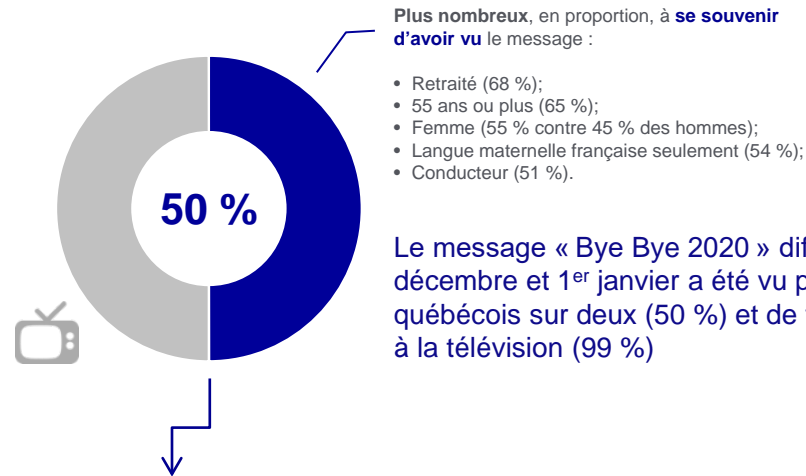
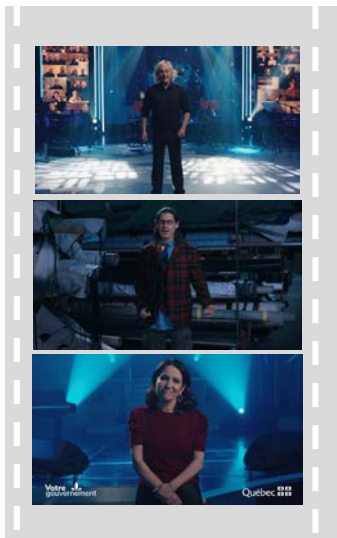
- 18 à 34 ans (37 %) ou 35 à 44 ans (22 %);
- Autre langue maternelle que le français (29 %);
- Revenu familial de moins de 35 000 \$ (25 %);
- Études collégiales (22 %);
- Homme (18 % contre 11 % des femmes).

NOTORIÉTÉ DU MESSAGE VIDÉO « BYE BYE 2020 »

**QNOTBYE. Voici un message diffusé à la télévision au cours des soirées du 31 décembre et du 1^{er} janvier. Veuillez l'écouter attentivement et au complet.
Au cours des soirées du 31 décembre ou du 1^{er} janvier, vous souvenez-vous d'avoir vu ce message diffusé à la télévision?**

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, excluant ceux qui n'ont pas pu voir le message à cause d'un problème technique, n : 1 090

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Le message « Bye Bye 2020 » diffusé en soirée les 31 décembre et 1^{er} janvier a été vu par un adulte québécois sur deux (50 %) et de façon quasi exclusive à la télévision (99 %)

Q11BYEa. Où avez-vous vu cette vidéo?

Base : répondants qui se souviennent d'avoir vu la vidéo avant le sondage, n : 584

Plusieurs réponses possibles

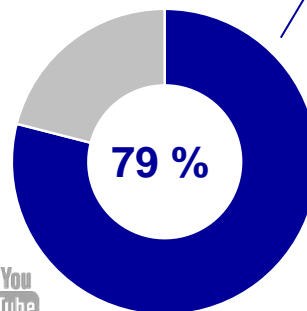
	%
À la télévision	99
Sur internet	2
Sur Facebook	1
Sur YouTube	1
Ne se souvient pas/ne répond pas	1

3 %

Notoriété de tous les messages vidéos

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 1 104

Le graphique présente le pourcentage de « oui »

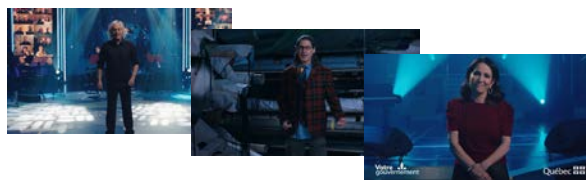


Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » :

- Retraité (94 %);
- 55 ans ou plus (92 %);
- RMR Québec (88 %);
- Langue maternelle française seulement (84 %);
- Femme (83 % contre 75 % des hommes);
- Conducteur (81 %).

À eux trois, les messages vidéos de la campagne affichent un taux de notoriété assistée de 79 %

Entre autres, la notoriété est significativement plus élevée chez les personnes de 55 ans ou plus, de même que dans la grande région de Québec (92 % et 88 % respectivement).



NOTRAD. Voici un message diffusé à la radio et sur Spotify au cours du dernier mois. Veuillez l'écouter attentivement et au complet. Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio ou sur Spotify avant aujourd'hui?

Base : tous, n : 1 210

Le graphique présente le taux de notoriété des messages audios, c'est-à-dire le pourcentage de « oui »



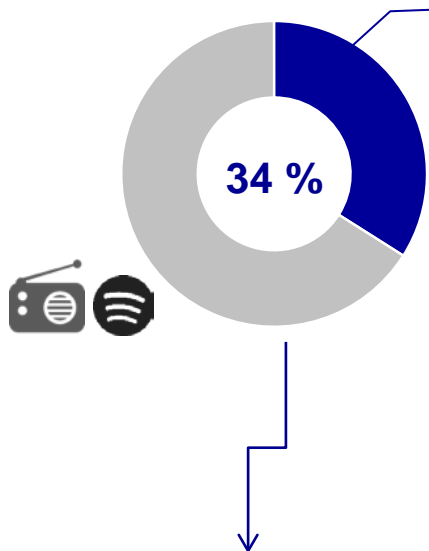
32 % de « oui »

Q1NOTRAD1 – « Liste (alcool) – Fracture du crâne »
Base : tous, en excluant ceux qui n'ont pu entendre le message à cause d'un problème technique, n : 1 184



28 % de « oui »

Q1NOTRAD2 – « Liste (drogue) – Fracture de la colonne »
Base : tous, en excluant ceux qui n'ont pu entendre le message à cause d'un problème technique, n : 1 180



Plus nombreux, en proportion, à se souvenir **d'avoir entendu** l'un ou l'autre des messages :

- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool dans les 4 heures précédant son départ (40 %);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool ou du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (40 %);
- Travailleur (38 %).

Les messages radiophoniques, aussi diffusés sur Spotify, récoltent un taux de notoriété de 34 %

Les conducteurs à qui il est arrivé de conduire après avoir consommé de l'alcool quatre heures ou moins avant leur départ (40 % contre 31 % chez les autres répondants) et les travailleurs (38 % contre 26 % des personnes retraitées) s'en souviennent en plus forte proportion.

C'est surtout à la radio que l'on se rappelle d'avoir entendu le ou les messages audios. Cependant, les 25 à 34 ans sont plus nombreux, en proportion, à le ou les avoir écoutés sur Spotify (27 % contre 10 % ou moins chez les autres groupes d'âge).

Q11RADa. Plus précisément, où avez-vous entendu ce(s) message(s)?

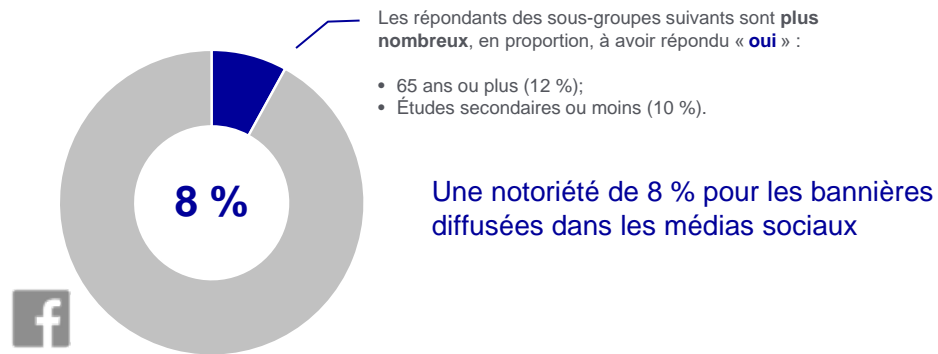
Base : répondants qui affirment se souvenir d'avoir entendu l'un ou l'autre des messages radiophoniques avant le sondage, n : 418

Plusieurs réponses possibles	
	%
À la radio	90
Sur Spotify	10
Ne se souvient pas/ne répond pas	5

QNOTIMA. Au cours du dernier mois, vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces images animées dans les médias sociaux?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 1 104

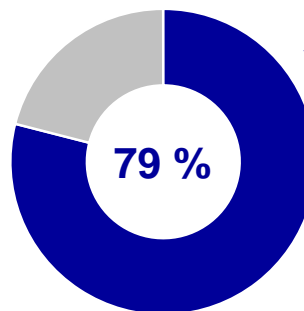
Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Notoriété totale de la campagne

Base : tous, n : 1 210

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- RMR Québec (91 %) ou habite hors des RMR de Montréal et de Québec (82 %);
- Retraité (88 %);
- Revenu familial de 75 000 \$ à 99 999 \$ (87 %);
- Langue maternelle française seulement (87 %);
- 55 ans ou plus (86 %);
- Lui est arrivé de conduire en ayant consommé de l'alcool dans les 4 heures précédant son départ (84 %);
- Conducteur (80 %).

La campagne 2020, diffusée en fin d'année, connaît un taux de pénétration de 79 % auprès de la population adulte du Québec ou de 84 % si on le calcule sur la base des francophones

Plus ils sont jeunes, moins les gens ont été exposés à cette campagne : la proportion passe de 86 % chez les 55 ans ou plus à 64 % chez les 18 à 34 ans.

Chapitre 3

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

- Message véhiculé
- Annonceur
- Appréciation des messages vidéos et audios
- Appréciation de la campagne
- Impact de la campagne

QMSG. Selon vous, quelle idée principale l'annonceur essaie-t-il de communiquer par ces messages?

Base : répondants qui ont vu ou entendu au moins une des composantes de la campagne dans le cadre du sondage, n : 1 207

	%
Ne pas conduire avec les facultés affaiblies (alcool, drogue)	54
C'est dangereux de conduire sous l'influence de l'alcool ou des drogues	15
Il faut être prudent (sécurité, responsable, etc.)	4
Il faut sensibiliser les gens (sur l'alcool au volant, etc.)	3
Il y a des conséquences à conduire en ayant consommé	2
Il ne faut pas consommer (sans précision, sobriété, etc.)	2
Il faut consommer avec modération (respecter limite, etc.)	2
Conduire après avoir consommé est interdit (tolérance zéro, défendu, etc.)	1
Autre	1
<i>Ne sait pas, ne répond pas</i>	16

— Ce résultat est de 57 % chez ceux qui ont été exposés à la campagne (contre 43 % pour ceux qui ne l'ont pas été).

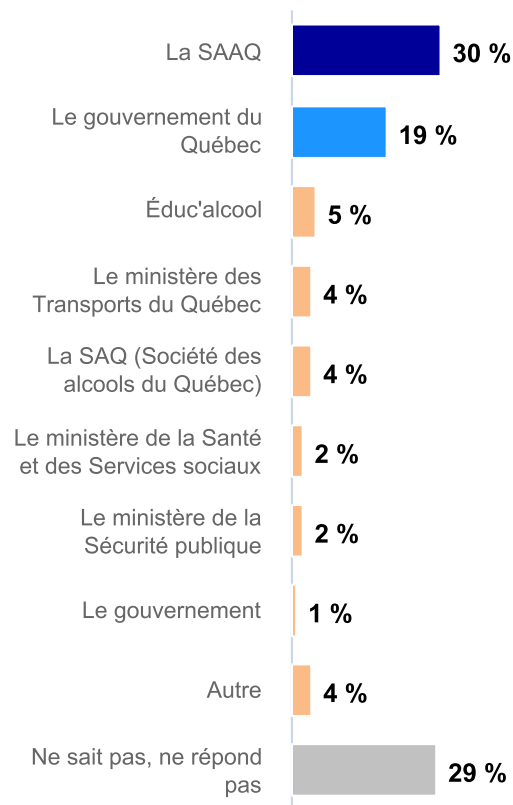
— Cette compréhension du message croît avec la scolarité (20 % des universitaires contre 12 % de ceux qui ont des études tout au plus de niveau secondaire).

L'idée n'est pas la stricte interdiction de conduire après avoir bu de l'alcool ou consommé de la drogue, mais bien de sensibiliser quant aux risques inhérents à la conduite après avoir consommé l'une ou l'autre de ces substances

C'est globalement ce qu'un peu plus des trois quarts (76 %) ont retenu comme message.

QANN. Les publicités vidéos, audios, numériques et la publicité du 31 décembre (ou 1^{er} janvier) que vous venez de voir ou d'entendre font partie d'une même campagne. Selon vous, quel organisme ou ministère est l'annonceur de cette campagne?

Base : répondants qui ont vu ou entendu au moins une des composantes de la campagne dans le cadre du sondage, excluant la non-réponse, n : 1 207



Si la SAAQ se retrouve en tête de liste avec 30 % des répondants qui croient qu'elle est l'organisme annonceur de cette campagne, ce dernier pourrait tout aussi bien être l'œuvre de multiples organismes gouvernementaux (publics ou parapublics) étant donné la diversité des réponses émises.

La non-réponse, non négligeable (29 %), est similaire à celle observée lors de l'évaluation de la campagne « Vitesse et distractions 2020 », où la même question avait été posée*.

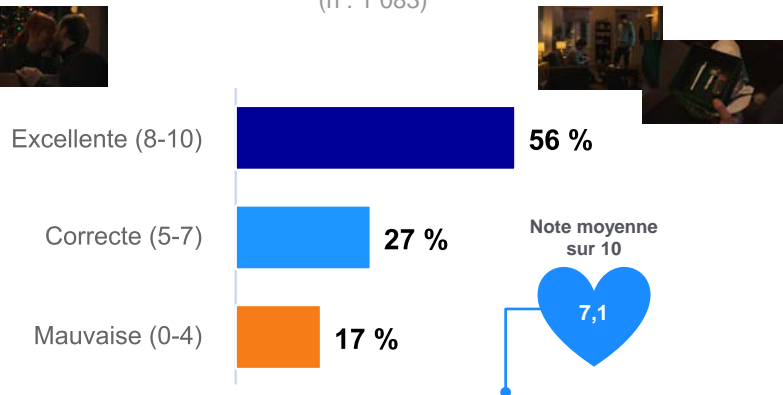
APPRÉCIATION DES MESSAGES VIDÉOS ET AUDIOS

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « très mauvaise » et 10 signifie « excellente », quelle note d'appréciation donnez-vous à ces messages?

Base : répondants qui ont entendu l'un ou l'autre des messages audios dans le cadre du sondage, excluant la non-réponse

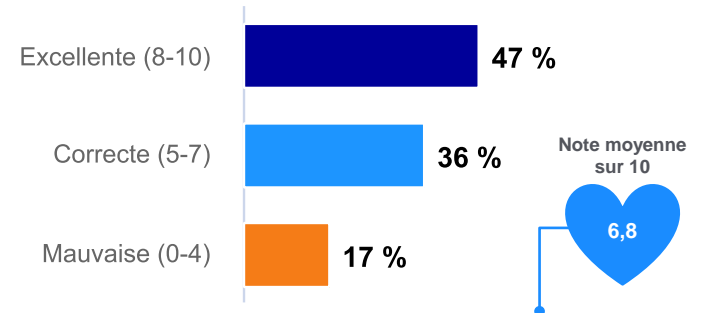
Q12VID. Messages vidéos « Fracture du crâne » et « Fracture de la colonne »

(n : 1 083)



Q12RAD. Messages audios « Liste (alcool) » et « Liste (drogue) »

(n : 1 103)



Plus nombreux, en proportion, à accorder une note moyenne supérieure :

- Exposé aux images animées (7,9);
- 18 à 24 ans (7,8);
- RMR Montréal (7,4);
- Exposé au message vidéo « Bye Bye 2020 » (7,4);
- Exposé aux messages audios (7,3);
- Exposé à la campagne (7,2 contre 6,3);
- Exposé aux messages vidéos – excluant le message « Bye Bye 2020 » (7,2);
- Conducteur (7,1).

- Exposé aux images animées (7,7);
- Exposé aux messages audios (7,4);
- RMR Montréal (7,1);
- Femme (7,0 contre 6,5 chez les hommes);
- Exposé au message vidéo « Bye Bye 2020 » (7,0);
- Exposé à la campagne (6,9 contre 6,3);
- Ne lui est pas arrivé de conduire en ayant consommé du cannabis dans les 4 heures précédant son départ (6,9);
- Conducteur (6,8).

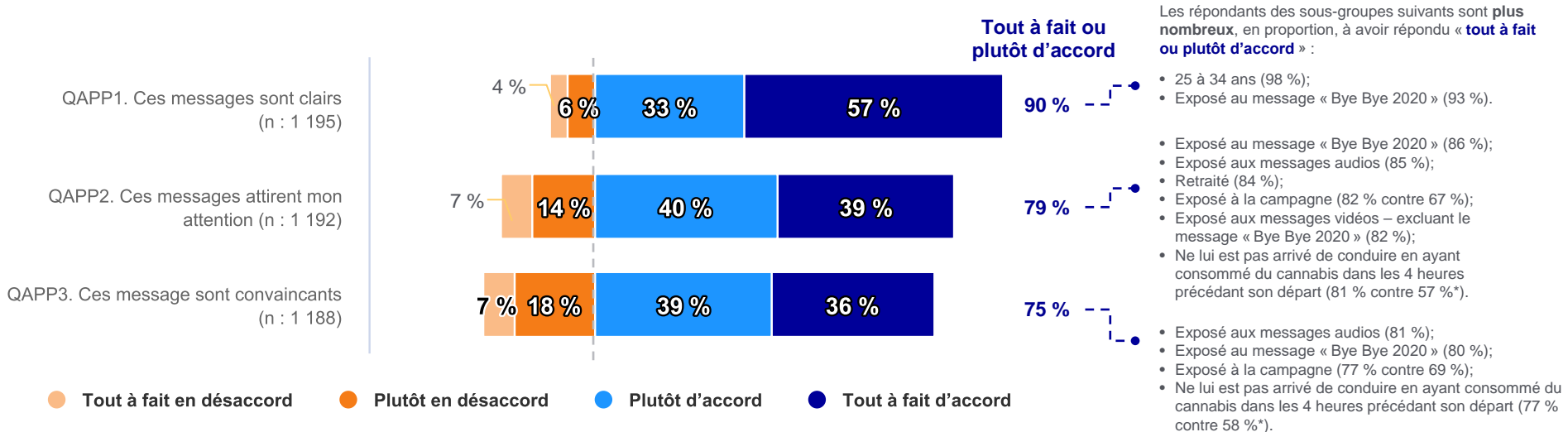
Les messages vidéos « Fracture du crâne » ou « Fracture de la colonne » et audios « Liste (alcool) » ou « Liste (drogue) » récoltent des notes moyennes d'appréciation correctes

Toutes deux gravitent autour de 7 sur 10. Les notes moyennes sont notamment significativement supérieures chez les gens exposés à la campagne. Soulignons que les vidéos sont particulièrement appréciées des jeunes de 18 à 24 ans (7,8 contre 7,3 ou moins pour les autres groupes d'âge).

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

QAPP1 à APP3. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec chacun des énoncés suivants, qui concernent l'ensemble de la campagne qui vous a été présentée.

Base : répondants qui ont vu ou entendu au moins une des composantes de la campagne dans le cadre du sondage, excluant la non-réponse



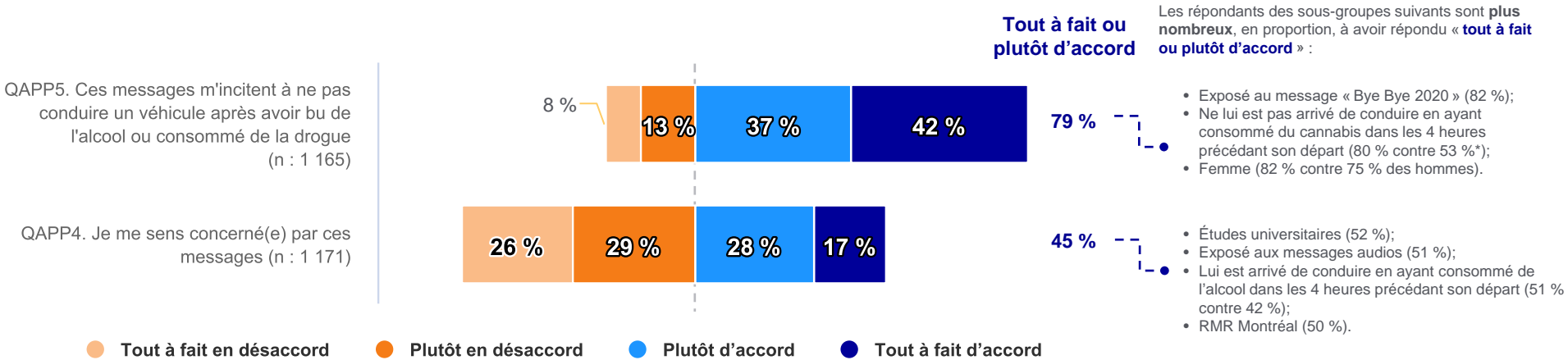
Les messages de la campagne sont clairs pour pratiquement tous les adultes québécois (90 %)

Ils attirent l'attention d'une forte majorité (79 %), particulièrement des personnes retraitées (84 %). Le côté convaincant des messages est reconnu dans une proportion de 75 % des répondants exposés à la campagne lors du sondage, mais l'est significativement moins de la part des conducteurs qui déclarent avoir pris le volant dans les quatre heures après avoir consommé du cannabis (58 %*).

* Il faut interpréter ces résultats avec prudence étant donné la faible taille de l'échantillon des conducteurs déclarant qu'il leur est arrivé, au cours des 12 derniers mois, de conduire alors qu'ils avaient consommé du cannabis dans les quatre heures précédant leur départ (n=40).

QAPP4 et APP5. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec chacun des énoncés suivants, qui concernent l'ensemble de la campagne qui vous a été présentée.

Base : répondants qui ont vu ou entendu au moins une des composantes de la campagne dans le cadre du sondage, excluant la non-réponse



Bien que moins d'un répondant sur deux (45 %) déclare se sentir concerné par les messages de la campagne, ces derniers en inciteraient près de huit sur dix (79 %) à ne pas conduire après avoir bu de l'alcool ou consommé de la drogue


Les conducteurs affirmant qu'il leur est arrivé de consommer du cannabis dans les quatre heures qui précédaient leur départ ne semblent pas être dissuadés par les messages (53 %* contre 80 %).

* Il faut interpréter ces résultats avec prudence étant donné la faible taille de l'échantillon des conducteurs déclarant qu'il leur est arrivé, au cours des 12 derniers mois, de conduire alors qu'ils avaient consommé du cannabis dans les quatre heures précédant leur départ (n=40).





A network diagram in the top right corner, consisting of various sized nodes (circles) connected by thin lines, set against a light blue background. The nodes are in shades of teal and grey, and the lines are thin and light blue.

Conclusions

CONCLUSIONS

 **Conduire après avoir bu le nombre de consommations à partir duquel on juge sa conduite plus risquée n'est pas synonyme de conduite avec les facultés affaiblies**

C'est une conclusion que l'analyse des résultats nous permet de tirer. En effet, lorsque les conducteurs évaluent leur risque d'être arrêtés par la police ou d'être impliqués dans un accident s'ils conduisaient après avoir consommé la quantité d'alcool qui rend la conduite de leur véhicule plus risquée, la « menace » est passablement moindre que si on évoque les mêmes scénarios, mais dans un contexte de conduite dite avec « facultés affaiblies » (23 points et 32 points d'écart respectivement) :

Conduire avec les « facultés affaiblies »	Conduire en ayant consommé la quantité d'alcool à partir de laquelle la conduite est jugée « plus risquée »
 Risque d'être arrêté par la police (très élevé ou élevé) : 62 %	 Risque d'être arrêté par la police (très élevé ou élevé) : 39 %
 Risque d'être impliqué dans un accident (très élevé ou élevé) : 73 %	 Risque d'être impliqué dans un accident (très élevé ou élevé) : 41 %

 **Cannabis et conduite : on perçoit davantage de risque d'accident que de risque d'arrestation par la police**

Si 53 % des conducteurs estiment que leur risque d'être arrêtés serait très élevé ou élevé s'ils avaient les facultés affaiblies par le cannabis, le risque perçu d'être impliqué dans un accident dans ces conditions est jugé très élevé ou élevé par une proportion nettement supérieure (71 %).

En outre, les adultes québécois considèrent en très forte proportion (87 %) que le cannabis peut affecter (beaucoup ou assez) la conduite sécuritaire d'un véhicule. Par ailleurs, 58 % des répondants jugent que de détecter la présence de cette substance est facile (très ou assez) pour les policiers, un résultat en hausse depuis deux mesures.

Une campagne à très bonne notoriété, avec un message compris par la plupart et un impact assez étendu, malgré une appréciation plutôt modérée

La campagne « Personne ne veut ça pour les fêtes. Pas d'alcool ou de drogue au volant. » diffusée à la fin de l'année 2020 jouit d'un taux de notoriété élevé de 79 % auprès de la population adulte du Québec (84 % auprès des francophones). Ses deux composantes vidéos (messages « Fracture du crâne » et « Fracture de la colonne ») diffusées en français à la télévision, sur le web et dans les médias sociaux performant très bien, avec une notoriété regroupée de 73 %. Les messages audios (« Liste alcool – Fracture du crâne » et « Liste drogue – Fracture de la colonne »), pour leur part, performant bien (34 % de taux de notoriété regroupé). L'animation diffusée en français sur Facebook sous-performe (notoriété de 8 %).

Avec des notes moyennes d'appréciation de 7,1 et 6,8 sur 10, les messages vidéos et audios « Fracture du crâne » et « Fracture de la colonne » suscitent un engouement plutôt modéré. Toutefois, une bonne part des gens (76 %) comprennent de ces messages qu'il ne faut pas conduire avec les facultés affaiblies, ou une autre idée connexe, et presque tous (90 %) trouvent que les messages de la campagne sont clairs. De plus, en termes d'impact, un peu plus des trois quarts (79 %) se disent incités par les messages à ne pas conduire après avoir bu de l'alcool ou consommé de la drogue.



Annexe 1

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

PLAN DE SONDAGE	<p>Population cible Adultes du Québec âgés de 18 ans ou plus et habilités à faire un sondage en ligne en français ou en anglais.</p> <p>Base de sondage L'échantillon a été tiré du panel Or de SOM. Le panel Or est constitué d'internautes recrutés de façon aléatoire par téléphone (fixe et cellulaire). Il s'agit donc d'un échantillon probabiliste.</p> <p>Plan d'échantillonnage Un échantillon de membres du panel Or de SOM a été tiré à l'aide d'un algorithme qui vise la meilleure représentativité possible de l'échantillon en fonction de l'âge, du sexe, de la région, de la langue maternelle, de la scolarité, du statut de propriétaire ou de locataire et de la taille du ménage. Au total, 1 210 personnes ont répondu au sondage.</p>
QUESTIONNAIRE	<p>Le questionnaire a été conçu par la SAAQ, puis révisé, traduit et programmé par SOM. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.</p>
COLLECTE	<p>Période de collecte Du 11 au 18 janvier 2021.</p> <p>Mode de collecte Sondage en ligne accessible uniquement par un lien sécurisé. Gestion des invitations et des rappels effectuée par SOM. Collecte sur les serveurs de SOM.</p> <p>Résultats administratifs Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante.</p>

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB			
Taille de l'échantillon	3 068	Courriel indiquant refus de répondre	0
Nombre d'entrevues visées	1 210	Désabonnement	6
INVITATIONS ENVOYÉES		Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	123
Invitations envoyées (A)	3 045	UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 458
Adresse de courriel sur la liste noire	23	UNITÉ NON JOINTE	
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Quota de l'usager dépassé	0
Questionnaires complétés	1 210	Détection par antipourriels	0
Hors de la population visée	0	Autres messages de retour non reconnus	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ NON JOINTE TOTALE (D)	0
Unité jointe répondante totale (B)	1 210	UNITÉ INEXISTANTE	
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (usager@)	3
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte terminée	2	Duplicata	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		UNITÉ INEXISTANTE TOTALE (E)	3
Abandon durant le questionnaire	117	TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	47,9 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	83,1 %
		TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	39,8 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

Les données ont été pondérées de la façon suivante, pour chacune des trois régions (RMR de Montréal, RMR de Québec, ailleurs au Québec) :

- Par expansion à la distribution conjointe d'âge (18 à 24 ans, 25 à 34 ans, 35 à 44 ans, 45 à 54 ans, 55 à 64 ans, 65 ans ou plus) et de sexe;
- Selon la proportion d'adultes vivant seuls;
- Selon la distribution québécoise du plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- Selon la langue maternelle (français seulement, autre);
- Selon le statut de propriété (propriétaire, locataire).

Les distributions utilisées pour la pondération ont été tirées du dernier recensement canadien (2016).

Une pondération multivariée à 10 itérations par la méthode itérative du quotient est réalisée pour assurer une représentation fidèle à toutes ces distributions.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

- Les marges d'erreur présentées à la page suivante tiennent compte de l'effet de plan.
- L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération.
- L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants.
- Par exemple, au tableau de la page suivante, pour l'ensemble, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 997 ($1\ 210 \div 1,214$).
- Le tableau de la page suivante donne les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Région			
	Ensemble	RMR Québec	RMR Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1210	136	619	455
EFFET DE PLAN	1,214	1,195	1,210	1,211
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,6 %	1,8 %	0,9 %	1,0 %
95 % ou 5 %	1,4 %	4,0 %	1,9 %	2,2 %
90 % ou 10 %	1,9 %	5,5 %	2,6 %	3,0 %
80 % ou 20 %	2,5 %	7,3 %	3,5 %	4,0 %
70 % ou 30 %	2,8 %	8,4 %	4,0 %	4,6 %
60 % ou 40 %	3,0 %	9,0 %	4,2 %	5,0 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,1 %	9,2 %	4,3 %	5,1 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





CAMPAGNE FACULTÉS AFFAIBLIES 2020

« PERSONNE NE VEUT ÇA POUR LES FÊTES.
PAS D'ALCOOL OU DE DROGUE AU VOLANT. »

SAAQ

/*

Légende

*texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu qui apparaît à l'intervieweur lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'intervieweur lors de l'entrevue.
NSP	Choix de réponses : Ne sait pas
NRP	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
NAP	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question ».
->sortie	Valide avec l'intervieweur que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « Inadmissible ».
->fin	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée ».
1=, 1=	Lorsque tous les choix de réponses sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est oui ou non).
1=, 2=,...	Lorsque les choix de réponses sont précédés de « 1=..., 2=..., etc. », une seule réponse est possible à moins d'indications contraires (par exemple : « 3 mentions »).
Q_Sical, Q_INcal	Les questions commençant par « Q_SI... » ou par « Q_IN... » sont des questions filtres ou des directives techniques permettant de lire des informations de l'échantillon, de compléter automatiquement certaines questions, de faire un branchement complexe, etc. Une note explicative, placée avant la question filtre ou la directive technique, précise la fonction remplie par cette dernière.

*/

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

- Q_Bi
->>1
- Q_MP
Autocomplétée
-
- Q_1
Êtes-vous titulaire d'un permis de conduire valide au Québec (incluant permis d'apprenti ou probatoire)?
- 1=Oui
2=Non->9
- /*Note :** **Les questions Q2 à Q7b s'adressent à ceux qui ont un permis de conduire valide seulement, sinon Q9*/**
- Q_2
Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de conduire un véhicule alors que vous aviez consommé de ((g l'alcool)), ne serait-ce qu'une seule consommation dans les 4 heures précédant votre départ?
- 1=Oui
2=Non
9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre
- Q_3
Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de conduire un véhicule alors que vous aviez consommé du ((g **cannabis**)) dans les 4 heures précédant votre départ?
- 1=Oui
2=Non
9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre
- Q_4 /*nouV*/
À partir de combien de consommations jugez-vous que la conduite de votre véhicule devient plus risquée? Par « consommation », on entend une bière, une once et demie d'alcool fort ou une coupe de vin.
- 1=1 consommation
2=2 consommations
3=3 consommations
4=4 consommations
5=5 consommations
6=6 consommations
7=Plus de 6 consommations
99=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_6 S'il vous arrivait de conduire avec les facultés affaiblies par ((g l'alcool)), comment évalueriez-vous votre ((g risque d'être arrêté par la police))?

- 1=Très élevé
- 2=Élevé
- 3=Faible
- 4=Très faible
- 9=* Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Note

Si NSP/NRP à Q4, ne pas poser Q6a*/

Q_sical6a
->>calaff6

si q#4=99->7

/*Note

Programmer l'affichage des réponses de Q4 pour les Q6a et Q6c*/

Q_incalaff6

lorsque q#4=1 alors q#aff6=1 et
lorsque q#4=2 alors q#aff6=2 et
lorsque q#4=3 alors q#aff6=3 et
lorsque q#4=4 alors q#aff6=4 et
lorsque q#4=5 alors q#aff6=5 et
lorsque q#4=6 alors q#aff6=6 et
lorsque q#4=7 alors q#aff6=7

->>6a

Q_aff6

Pour affichage
1=1 consommation
2=2 consommations
3=3 consommations
4=4 consommations
5=5 consommations
6=6 consommations
7=plus de 6 consommations

Q_6a /*nouveau*/

S'il vous arrivait de conduire après avoir pris <aff6>, comment évalueriez-vous votre ((g risque d'être arrêté par la police))?

- 1=Très élevé
- 2=Élevé
- 3=Faible
- 4=Très faible
- 9=* Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

Q_7

Et s'il vous arrivait de conduire avec les facultés affaiblies par ((g le cannabis)), comment évalueriez-vous votre ((g risque d'être arrêté par la police))?

- 1=Très élevé
- 2=Élevé
- 3=Faible
- 4=Très faible
- 9=* Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_6b Maintenant, s'il vous arrivait de conduire avec les facultés affaiblies par ((g l'alcool)), comment évalueriez-vous votre ((g **risque d'être impliqué dans un accident**))?

- 1=Très élevé
- 2=Élevé
- 3=Faible
- 4=Très faible
- 9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Note

Si NSP/NRP à Q4, ne pas poser Q6c*/

Q_sical6c
->>6c

si q#4=99->7b

Q_6c /*nouveau*/ S'il vous arrivait de conduire après avoir pris <aff6>, comment évalueriez-vous votre ((g **risque d'être impliqué dans un accident**))?

- 1=Très élevé
- 2=Élevé
- 3=Faible
- 4=Très faible
- 9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

Q_7b Et s'il vous arrivait de conduire avec les facultés affaiblies par ((g le **cannabis**)), comment évalueriez-vous votre ((g **risque d'être impliqué dans un accident**))?

- 1=Très élevé
- 2=Élevé
- 3=Faible
- 4=Très faible
- 9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Note :

Les questions Q9 à Q10c sont posées à tous*/

Q_9 Selon vous, le ((g **cannabis**)) affecte-t-il la capacité de conduire un véhicule de façon sécuritaire?

- 1=Beaucoup
- 2=Assez
- 3=Peu
- 4=Pas du tout
- 9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

Q_10a Selon vous, est-il facile ou difficile pour les policiers de détecter la présence de ((g **cannabis**)) dans l'organisme?

- 1=Très facile
- 2=Assez facile

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

3=Assez difficile
4=Très difficile
9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

Q_10c

Qu'en est-il des conséquences légales de l'alcool au volant?

*rotation symétrique

1=Elles sont plus sévères que les conséquences légales de la drogue au volant
2=Elles sont les mêmes que les conséquences légales de la drogue au volant
3=Elles sont moins sévères que les conséquences légales de la drogue au volant
9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Section

Évaluation de la campagne*/

/*

Deux messages vidéo en français seulement.*/

Q_sicalnotvid
->>NOTRAD1

si langue=F->notvid1

/*

Messages diffusés à la télévision francophone, sur le Web et les médias sociaux, du 7 décembre 2020 au 3 janvier 2021*/

Q_NOTVID1

Voici un message diffusé à la télévision francophone, sur le Web et dans les médias sociaux au cours du dernier mois. Veuillez le regarder attentivement et au complet.

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message à la télévision, sur le Web ou dans les médias sociaux avant aujourd'hui?

*/*message vidéo fracture du crâne de 30 secondes*/
((V 709ddfb31a1ae6c5f9/417c60e7fb77fa13))*

1=Oui
2=Non
8=Problème technique/je ne suis pas en mesure de voir la vidéo
9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

Q_NOTVID2

Voici un message diffusé à la télévision francophone, sur le Web et dans les médias sociaux au cours du dernier mois. Veuillez le regarder attentivement et au complet.

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message à la télévision, sur le Web ou dans les médias sociaux avant aujourd'hui?

*/*message vidéo fracture de la colonne de 30 secondes*/
((V 799ddfb31a1ae6c0f0/dfe2b9556016ea74))*

1=Oui
2=Non
8=Problème technique/je ne suis pas en mesure de voir la vidéo
9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio ou sur Spotify avant aujourd'hui?

/*message audio fracture de la colonne 30s. **franco***/ ((A radiodroguecolonneFR))
/*message audio fracture de la colonne 30s. **anglais***/

1=Oui
2=Non
8=Problème technique/je ne suis pas en mesure d'écouter le message radio
9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Note

Répondants qui se souviennent d'avoir entendu au moins un message audio avant le sondage*/

Q_sical11rad
->>cal12rad
Q_11RADa

si q#notrad1=1 ou q#notrad2=1->11RADa

Plus précisément, où avez-vous entendu ce(s) message(s)? *Plusieurs réponses possibles*

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*selectif=99

1=À la radio
2=Sur Spotify
90=Ailleurs <préciser> (précisez dans la boîte ci-dessous)
99=*Je ne me souviens pas/je préfère ne pas répondre

/*Note

Répondants qui ont écouté les messages audio dans le cadre du sondage.*

Q_sical12rad
->>calNOTIMA

si q#NOTRAD1=1,2,9 ou q#NOTRAD2=1,2,9->12RAD

Q_12RAD

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « très mauvaise » et 10 signifie « excellente », quelle note d'appréciation donnez-vous à ces messages audios?

*format linéaire

0=0; Très mauvaise
1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9
10=10; Excellente
99=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

/*Note

Images animées en français seulement*/

Q_sicalNOTIMA
->>VALID
Q_NOTIMA

si langue=F->NOTIMA

Au cours du dernier mois, vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces images animées dans les médias sociaux?

/*Insérer les images 2020*/

((M cadeauocrane.gif, sm-6))((M cadeaucolonne.gif, sm-6))

1=Oui
2=Non
8=Problème technique/je ne suis pas en mesure de voir les images animées

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

9=*Je ne m'en souviens pas/je préfère ne pas répondre

/*Note

Q_sicalbye
->>VALID

Message diffusé à la télévision francophone (Bye Bye 2020)*

si langue=F->NOTBYE

Q_NOTBYE

Voici un message diffusé à la télévision au cours des soirées du 31 décembre et du 1^{er} janvier 2020. Veuillez l'écouter attentivement et au complet.

Au cours des soirées du 31 décembre ou du 1^{er} janvier, vous souvenez-vous d'avoir vu ce message diffusé à la télévision?

/*Message Télé émissions 2020*/ ((V 449ddeb41c18e7cacd/cc0c43a9dab2a4d9))

1=Oui

2=Non->VALID

8=Problème technique/je ne suis pas en mesure de voir la vidéo->VALID

9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre->VALID

Q_11BYEa

*choix multiples
*choixminmax=1,5
*selectif=99

Où avez-vous vu cette vidéo? *Plusieurs réponses possibles*

1=À la télévision (aux émissions de fin d'année : À l'année prochaine, En direct de l'univers, Infoman spécial fin d'année, Bye Bye 2020)

2=Sur Facebook

3=Sur YouTube

4=Sur Internet

90=Ailleurs <préciser> (précisez dans la boîte ci-dessous)

99=*Je ne me souviens pas

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_VALID	Cette question est un test pour s'assurer que c'est bien une personne qui répond à ce sondage.
	Choisissez simplement le chiffre « 6 » parmi les choix suivants.
*format lineaire	1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9 10=10 99=*Je ne sais pas
q_sicalVALID ->>AUTOREJET	si q#VALID=5,6,7->CALMSG
/*Note	QMSG et QAPP1 à QAPP5 sont posées aux répondants qui ont vu ou entendu au moins un des messages dans le cadre du sondage (2 vidéos en français seulement, 2 audio en français et en anglais, des images animées en français seulement, un message Bye Bye 2020 en français seulement)*!
Q_SICALMSG ->>AGEGRP2	si Q#NOTVID1=1,2,9 ou Q#NOTVID2=1,2,9 ou Q#NOTRAD1=1,2,9 ou Q#NOTRAD2=1,2,9 ou Q#NOTIMA=1,2,9 ou Q#NOTBYE=1,2,9->MSG
Q_MSG *exclusif=msg,msgnsp	Selon vous, quelle idée principale l'annonceur essaie-t-il de communiquer par ces messages? << _____ <<99=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre*suf nsp>> >>
Q_APP1 *format matriciel	Veillez indiquer votre degré d'accord avec chacun des énoncés suivants qui concernent l'ensemble de la campagne qui vous a été présentée. Ces messages sont clairs 4=Tout à fait en désaccord 3=Plutôt en désaccord 2=Plutôt d'accord 1=Tout à fait d'accord 9=*Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre
Q_APP2 *format matriciel	Ces messages attirent mon attention
Q_APP3 *format matriciel	Ces messages sont convaincants
Q_APP4 *format matriciel	Je me sens concerné(e) par ces messages
Q_APP5 *format matriciel	Ces messages m'incitent à ne pas conduire un véhicule après avoir bu de l'alcool ou consommé de la drogue

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/*texte*** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_ANN Les publicités vidéo, audio, numériques et la publicité du 31 décembre (ou 1^{er} janvier) que vous venez de voir ou d'entendre font partie d'une même campagne. Selon vous, quel organisme ou ministère est l'annonceur de cette campagne?

*exclusif=ann,annnsp

<< _____
<<99=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre*suf nsp>>
>>

/*Note : Questions socio-démo*/

Q_AGEGRP2 À quel groupe d'âge appartenez-vous?

1=18-24 ans
2=25-34 ans
3=35-44 ans
4=45-54 ans
5=55-64 ans
6=65-74 ans
7=75-84 ans
8=85 ans ou plus

Q_SE1 Votre ((g **principale**)) occupation actuellement?

*Si vous avez plus d'une occupation (exemple : retraité(e) et travail à temps partiel ou étudiant(e) et travail à temps partiel), cochez celle qui vous demande le plus de temps dans la semaine.

Si vous êtes en congé sabbatique, en congé de maternité, en congé de maladie ou d'accident de travail, indiquez si vous travaillez habituellement à temps plein ou à temps partiel.*

1=Je travaille à plein temps (30 heures ou plus par semaine)
2=Je travaille à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
3=Je suis retraité(e)
4=Je suis étudiant(e)
5=Je suis sans emploi (assurance emploi, assistance sociale)
6=Je ne travaille pas par choix (à la maison, au foyer)
90=<préciser>Je suis dans une autre situation (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_SE10 Quel est votre ((g **revenu familial brut**)) (avant impôts) ((g **annuel**))?

1=Moins de 15 000 \$
2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
5=De 55 000 \$ à 74 999 \$

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

61=De 75 000 \$ à 99 999 \$
62=De 100 000 \$ ou plus
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_REGION Dans quelle région habitez-vous?

2=Grande région de Montréal (Île de Montréal; Laval et la couronne nord;
couronne sud)
1=Grande région de Québec (Ville de Québec et villes en périphérie; Rive-
sud, incluant Lévis et les villes en périphérie de Lévis)
3=Ailleurs au Québec

Q_FIN Merci de votre collaboration!

***informations

Projet=SAAQFACAFF20
Fichier=FSAAQFACAFF20 /*Version anglaise commence par A*/
Reseau=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P21008SAAQ\
Siteext=clients3.som.ca
Pages=C:\users\ekaluzny\documents\P21008SAAQFACAFF\PW21008web\
Images=C:\users\ekaluzny\documents\P21008SAAQFACAFF\IMG\
Debut=1 /*putech0*/
Effacer=Oui
Email=pw21008web@web.som.ca
Espace=5,80
Noquestion=Non
Progression=Oui
TypeSondage=1 /*Mettre 2 si sondage sans mp*/
Motdepasse=mp /*Commenter si sondage type 2*/
Repmult=Non
Interrompre=Oui
Duree=6
Precedent=Oui
Titre=SOM inc.
Stats=ababineau

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question -> ou ->> : signifie : passez à la question... **1=, 1=** : Question à choix multiples **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/