

**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 DISTRACTIONS 2021 « AU VOLANT, PENSEZ À CONDUIRE »

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
08	/Chapitre 1 : Perceptions et comportements liés aux distractions
14	/Chapitre 2 : Notoriété de la campagne
21	/Chapitre 3 : Appréciation de la campagne
25	/Chapitre 4 : Profil des répondants
28	/Conclusions

ANNEXES

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

CONTEXTE, OBJECTIFS ET DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE



CONTEXTE

Pour améliorer le bilan routier, la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) mise sur des campagnes de sensibilisation et des activités novatrices.

La campagne Distractions 2021 « Au volant, pensez à conduire » s'adresse à tous les conducteurs et vise à les sensibiliser à l'importance de rester concentrés sur la route, car la conduite d'un véhicule est une tâche complexe qui requiert toute notre attention. Il est donc primordial d'éviter toutes sources de distraction, y compris les distractions mentales, qui peuvent détourner l'attention et nuire à la conduite.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- Mesurer quelques perceptions et comportements en lien avec le manque de concentration au volant.
- Mesurer la performance de la campagne Distractions 2021 (bruit publicitaire, notoriété spontanée, notoriété assistée totale, notoriété de ses principales composantes, appréciation et impact).
- Comparer les résultats avec ceux des études antérieures, le cas échéant.

Message vidéo « Au volant, pensez à conduire » diffusé en français, à la télévision ainsi qu'en webtélé, du 30 août au 3 octobre 2021
Le poids média était de 900 peb.



Message vidéo « Lavage concentré » diffusé en français, sur Facebook, du 13 septembre au 10 octobre 2021



Bandes dessinées et mèmes diffusés en français sur Facebook du 30 août au 3 octobre 2021



Message radio « Au volant, pensez à conduire » diffusé en français et en anglais à la radio, du 30 août au 26 septembre 2021
Le poids média était de 550 peb.

Femme : J'ai pensé au courriel à retourner. À ma présentation client. J'ai pensé à l'horaire de notre garde partagée. J'ai pensé aux études des enfants. À mon rendez-vous chez le dentiste. J'ai pensé à mon budget. J'ai pensé à mes parents. J'ai même pensé à la toiture qui est à refaire. Pis en pensant à tout ça, j'ai pas pensé de freiner à la lumière rouge. J'ai frappé un jeune homme qui traversait la rue. Aujourd'hui, c'est juste à ça que je pense.

Narrateur : Au volant, pensez à conduire. Un message de la Société de l'assurance automobile du Québec.



POPULATION CIBLE Adultes (18 ans ou plus) québécois.



ÉCHANTILLONNAGE Un total de 1 169 répondants.



COLLECTE Sondage en ligne réalisé du 26 au 31 octobre 2021.



PONDÉRATION Les données ont été pondérées pour refléter la distribution de la population québécoise selon l'âge, le sexe, la scolarité, la proportion d'adultes vivant seuls, la langue maternelle et le statut de propriété pour chacune des trois régions suivantes : RMR de Montréal, RMR de Québec, ailleurs au Québec.



MARGE D'ERREUR La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,2 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.



NOTE Les flèches (↑ ou ↓) indiquent une évolution significative des résultats de 2021 par rapport à ceux de 2020. À l'occasion, elles sont également utilisées pour indiquer une différence significative entre certains sous-groupes de répondants et l'ensemble des autres répondants.

Tout au long de ce rapport, l'expression « conducteur » désigne un conducteur automobile.

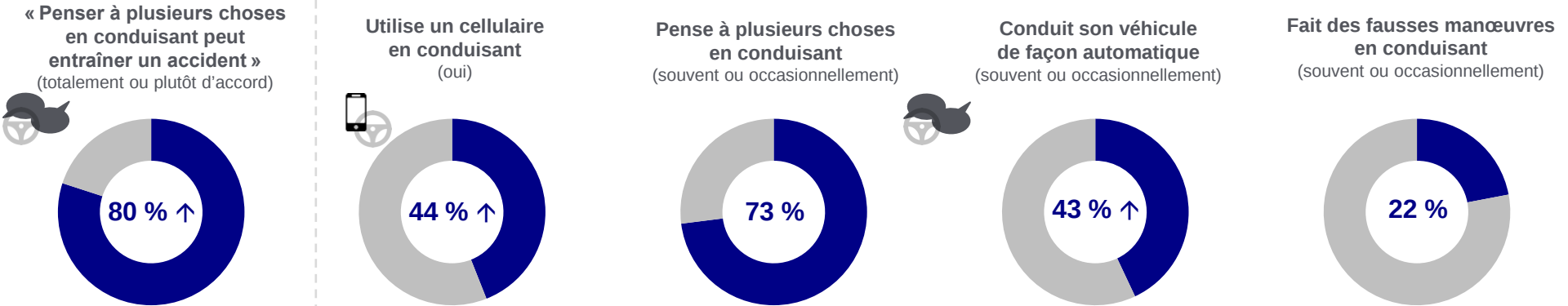
An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines in shades of teal and light blue, resembling a molecular or digital structure.

Faits saillants

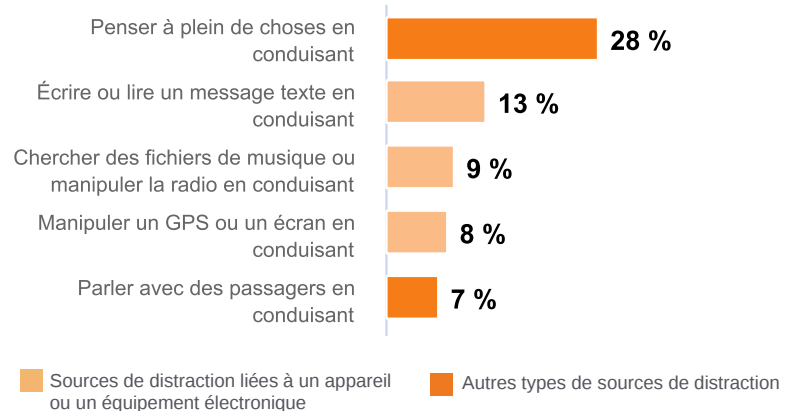
FAITS SAILLANTS
PERCEPTIONS ET COMPORTEMENTS



PERCEPTIONS ET COMPORTEMENTS DIVERS



PLUS GRANDE SOURCE PERSONNELLE DE DISTRACTION
(TOP 5)



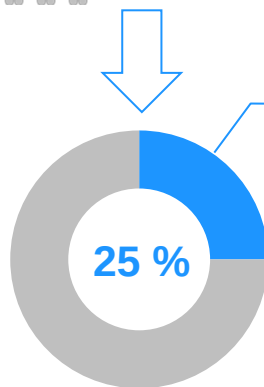
FAITS SAILLANTS

CAMPAGNE DISTRACTIONS 2021

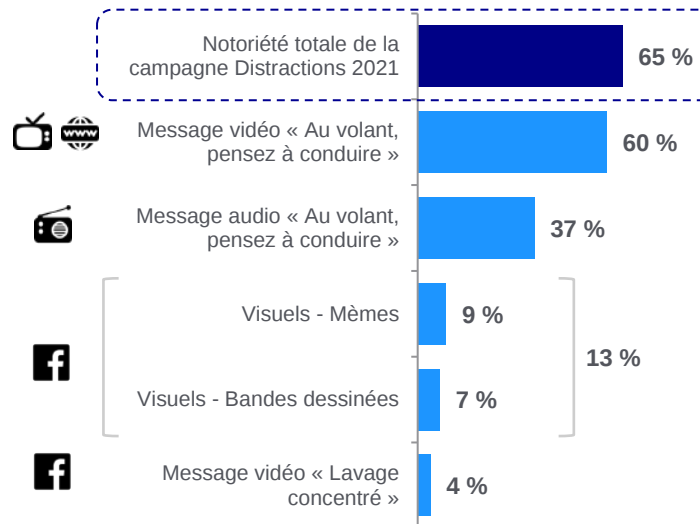


BRUIT PUBLICITAIRE ET NOTORIÉTÉ SPONTANÉE

NOTORIÉTÉ TOTALE



Identifie la campagne
Distractions 2021
« Au volant, pensez à conduire »



Note moyenne
d'appréciation



8,4/10

8,1/10



6,7/10



7,1/10



7,8/10

APPRÉCIATION ET IMPACT

Ces messages sont clairs (tout à fait/plutôt d'accord)	95 %
Ces messages sont convaincants (tout à fait/plutôt d'accord)	89 %
Ces messages attirent mon attention (tout à fait/plutôt d'accord)	88 %
Ces messages m'ont fait réfléchir à l'importance de rester concentré lorsque je conduis mon véhicule* (tout à fait/plutôt d'accord)	87 %
Je me sens concerné(e) par ces messages (tout à fait/plutôt d'accord)	75 %

* Base : conducteurs.



Chapitre 1

PERCEPTIONS ET COMPORTEMENTS LIÉS AUX DISTRACTIONS

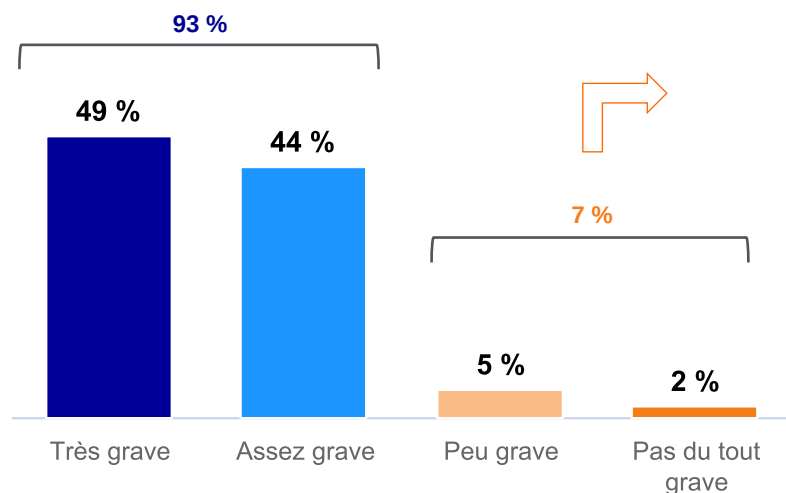
- Gravité perçue du manque de concentration au volant
- Plus grande source personnelle de distraction
- Cellulaire au volant
- Distractions cognitives
- Comportements déclarés

GRAVITÉ PERÇUE DU MANQUE DE CONCENTRATION AU VOLANT



QB1. D'après vous, le manque de concentration en conduisant est-il un problème...?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 1 157



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

- Autre occupation que travailleur ou retraité (13 %)
- Autre langue maternelle que le français (12 %)
- RMR de Montréal (9 % contre 3 % dans la RMR de Québec)

Une très forte majorité d'adultes québécois (93 %) s'accordent pour dire que le manque de concentration en conduisant est un problème grave (très ou assez).

De percevoir que le manque de concentration est peu ou pas du tout grave (7 %) est significativement et nettement moins élevé dans la région de Québec (3 % contre 9 % dans la région métropolitaine de recensement [RMR] de Montréal).

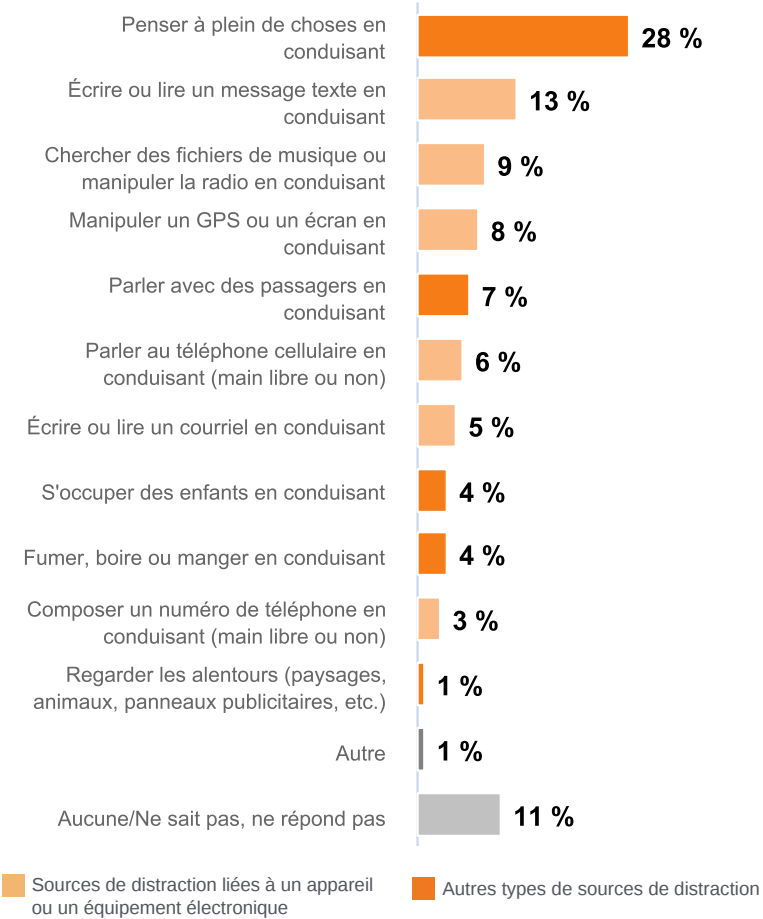
PLUS GRANDE SOURCE PERSONNELLE DE DISTRACTION



QB2. Parmi ces sources de distraction, laquelle est votre plus grande source de distraction en conduisant?*

Base : conducteurs, n : 1 080

Une seule réponse possible



Les sources de distractions au volant sont nombreuses, mais le fait d’avoir la tête ailleurs en conduisant, soit de penser à plein de choses, est identifié comme étant leur plus grande source de distraction par près de trois conducteurs sur dix (28 %), une proportion nettement plus élevée que pour tout autre élément d’inattention.

Par contre, si l’on additionne toutes les utilisations potentielles du téléphone cellulaire (écrire ou lire un texto ou un courriel, parler ou composer un numéro), cette source de distraction finit par s’avérer aussi importante (27 %) que d’avoir les idées qui trottent.

Les conducteurs de sexe féminin (32 % contre 25 % des hommes), ceux âgés de 55 ans ou plus (32 %), ceux à la retraite (35 %) ainsi que ceux qui résident en dehors des grands centres (33 %) répondent en proportion plus élevée que de penser à plein de choses en conduisant est leur plus grande source de distraction.

De leur côté, les jeunes conducteurs (18 à 24 ans) déclarent en plus forte proportion que leur plus grande source de distraction est d’écrire ou de lire un courriel en conduisant (14 % contre 6 % ou moins pour les autres groupes d’âge).

Les conducteurs qui prennent le volant tous les jours ou presque sont proportionnellement plus nombreux à identifier le cellulaire comme leur plus grande source de distraction (écrire ou lire des textos, 15 % contre 9 % ou moins; parler au cellulaire – main libre ou non, 7 % contre 3 % ou moins).

Enfin, on observe que les hommes mentionnent le fait de chercher des fichiers de musique ou de manipuler la radio en proportion significativement plus élevée que les femmes (11 % contre 7 %).

* En 2021, cinq choix de réponse ont été modifiés ou ajoutés. Pour cette raison, les résultats de cette question ne sont pas comparés avec ceux de 2020.

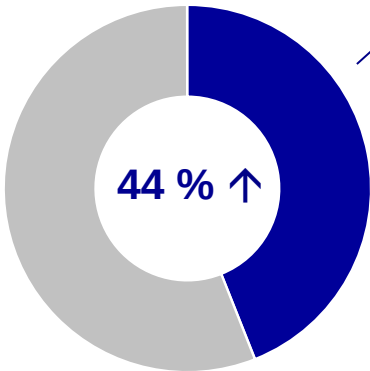
CELLULAIRE AU VOLANT



QB3. Vous arrive-t-il d'utiliser un téléphone cellulaire en conduisant, que ce soit pour parler, texter, chercher de la musique ou pour toute autre utilisation?*

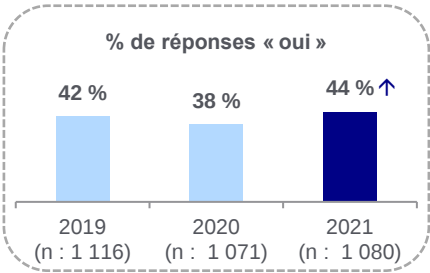
Base : conducteurs, n : 1 080

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



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

- Revenu familial de 100 000 \$ ou plus (61 %)
- 18 à 44 ans (60 %)
- Travailleur (55 %)
- Études universitaires (54 %)
- Autre langue maternelle que le français (53 %)
- Conduit tous les jours ou presque (49 %)



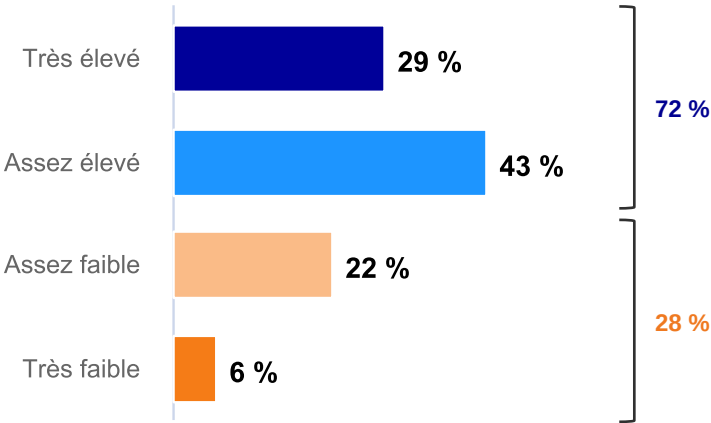
Un peu plus de deux conducteurs sur cinq (44 %) affirment qu'il leur arrive d'utiliser un téléphone cellulaire en conduisant.

Bien que le taux d'utilisation affiche une hausse significative de six points de pourcentage par rapport à 2020 (38 %), le présent résultat voisine celui de 2019, ce qui laisse entendre que le taux un peu plus faible observé l'an dernier n'était que ponctuel.

QB4. Si vous tenez en main votre téléphone cellulaire en conduisant (que ce soit pour parler, texter, chercher de la musique ou pour toute autre utilisation), croyez-vous que votre risque d'être intercepté(e) par la police est...?*



Base : conducteurs à qui il arrive d'utiliser un cellulaire en conduisant, excluant la non-réponse, n : 459



S'ils tiennent leur cellulaire en main, près de trois conducteurs sur quatre (72 %) croient que leur risque d'être interceptés par la police est élevé (très ou assez).

Les femmes le croient en plus forte proportion que les hommes (80 % contre 64 %).

* Le libellé de la question B3 a été légèrement modifié en 2021 (Ancien libellé : Vous arrive-t-il d'utiliser un téléphone cellulaire en conduisant, que ce soit pour parler, texter, **changer de** musique ou pour toute autre utilisation?).

** Les résultats de la question B4 ne sont pas comparés à ceux de 2020, car le libellé a été modifié en 2021 (Ancien libellé : Lorsque vous tenez en main votre téléphone cellulaire en conduisant (que ce soit pour parler, texter, changer de musique ou toute autre utilisation), croyez-vous que votre risque d'être intercepté par la police est...?).

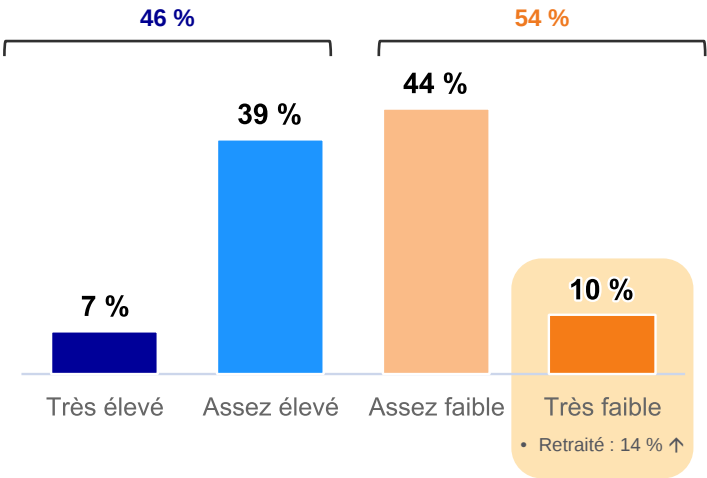
DISTRACTIONS COGNITIVES



QB5. Lorsque vous pensez à plein de choses en conduisant (ex. : votre travail, votre famille, vos amis, vos loisirs, des achats à faire, vos vacances, etc.), croyez-vous que votre risque d'avoir un accident est...?



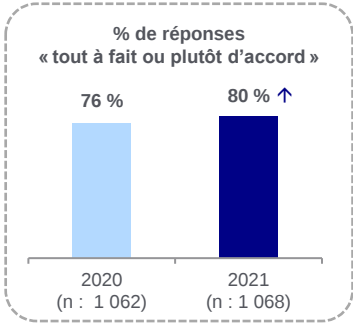
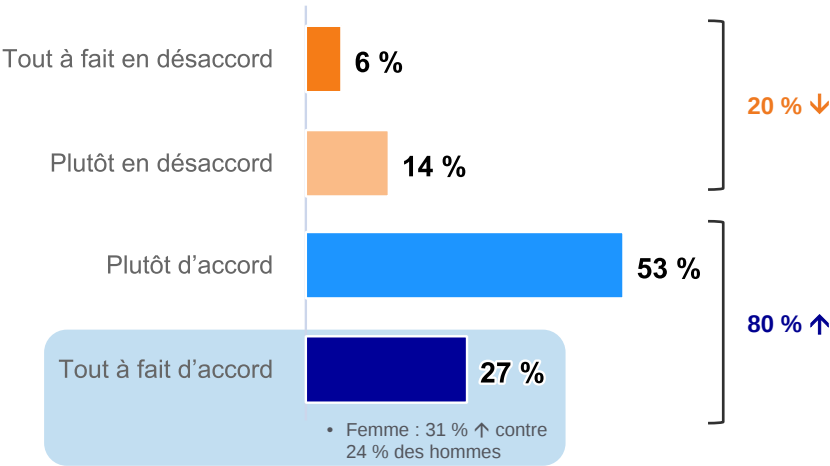
Base : conducteurs, excluant la non-réponse, n : 1 067



QB7. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'énoncé suivant : Penser à plein de choses en conduisant un véhicule peut entraîner un accident



Base : conducteurs, excluant la non-réponse, n : 1 068



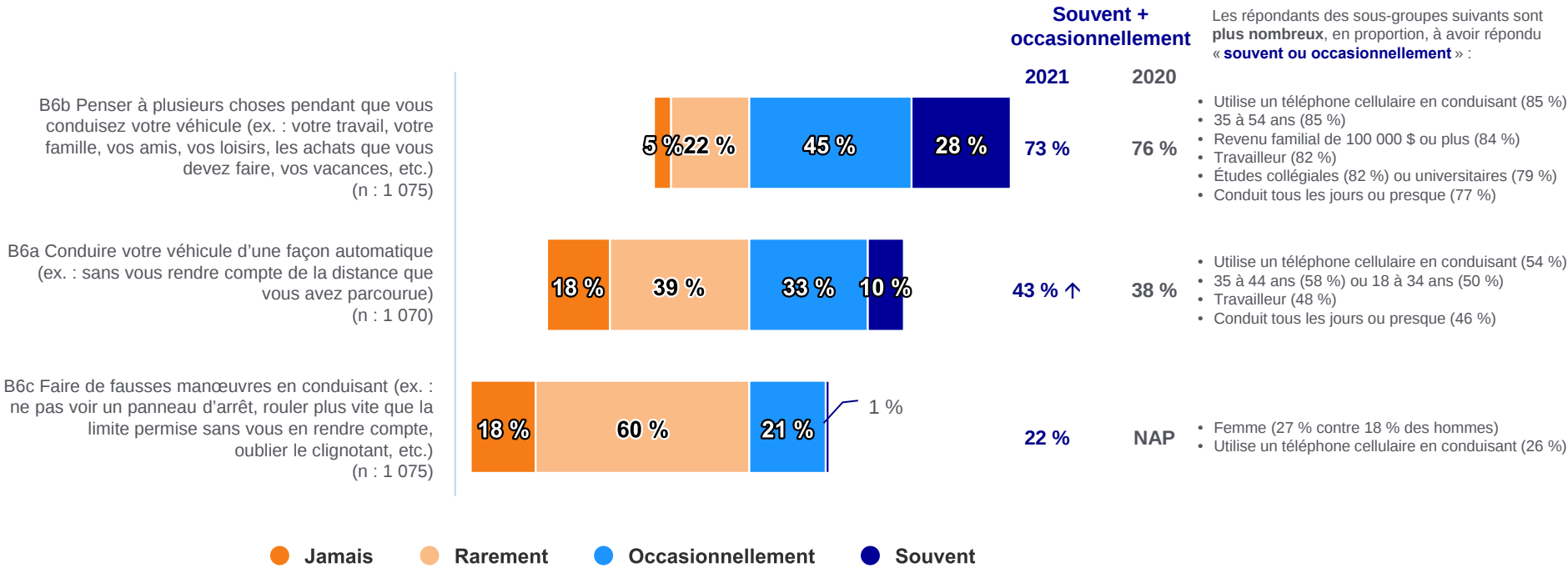
Bien que la forte majorité des conducteurs (80 %) admettent que penser à plein de choses en conduisant un véhicule peut entraîner un accident, leur perception du niveau de risque est bien partagée.

En effet, près de la moitié des conducteurs (46 %) considèrent le risque d'accident très ou assez élevé, les autres le jugeant faible (très ou assez, 54 %).

Il est intéressant de noter que les conducteurs retraités sont proportionnellement plus nombreux à banaliser le risque d'accident (14 % le considèrent comme très faible), compte tenu du fait qu'ils sont également plus nombreux, en proportion, à déclarer que de penser à plein de choses en conduisant constitue leur plus grande source de distraction (réf. : QB2).

QB6a-QB6b. Dans quelle mesure les situations suivantes vous arrivent-elles?

Base : conducteurs, excluant la non-réponse



Les conducteurs sont moins enclins à déclarer faire souvent ou occasionnellement de fausses manœuvres en conduisant (22 %) qu'à admettre qu'il leur arrive (souvent ou occasionnellement) de penser à plusieurs choses pendant qu'ils conduisent (73 %) ou de conduire de façon automatique (43 %).

Notons que conduire sur le « pilote » automatique est déclaré par une proportion significativement plus élevée de conducteurs que l'an dernier (43 % contre 38 %).

Dans tous les cas, les conducteurs qui affirment utiliser un cellulaire au volant sont proportionnellement plus nombreux à déclarer que ces comportements leur arrivent souvent ou occasionnellement. Les femmes confient en plus forte proportion que les hommes qu'il leur arrive de faire de fausses manœuvres en conduisant (27 % contre 18 %).



Chapitre 2

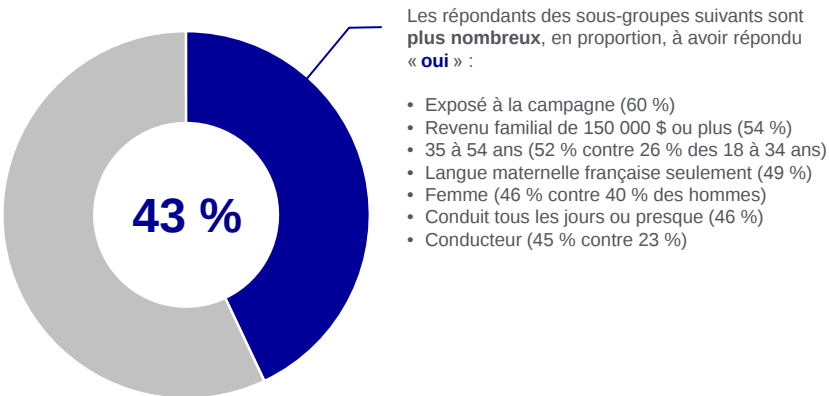
NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

- Bruit publicitaire et notoriété spontanée
- Notoriété du message vidéo « Au volant, pensez à conduire »
- Notoriété du message radio « Au volant, pensez à conduire »
- Notoriété du message vidéo « Lavage concentré »
- Notoriété des visuels
- Notoriété totale de la campagne

QC1. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu des messages sur le manque de concentration au volant?

Base : ensemble des répondants, n : 1 169

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



QC2. Quel message vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu? Veuillez le décrire de la façon la plus précise possible.

Base : ensemble des répondants, n : 1 169

	%
Publicité SAAQ 2021 « Au volant, pensez à conduire »	25
Publicité cellulaire et textos (sans précision)	2
Publicité SAAQ 2020 « Gardez toute votre attention sur la route »	1
Publicité sur la concentration au volant (sans précision)	1
Publicité sur la fatigue au volant (sans précision)	1
Autre	2
Ne se souvient pas d'avoir vu, lu ou entendu un message	57
Ne sait pas, ne répond pas	11

Un peu plus de deux adultes québécois sur cinq (43 %) affirment se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu des messages sur le manque de concentration au volant au cours des dernières semaines.

Cependant, après avoir analysé la description de ce dont ils affirment se souvenir, ce sont plutôt 25 % qui se souviennent spontanément de l'un ou l'autre des messages de la campagne Distractions 2021 « Au volant, pensez à conduire ». Les Québécois âgés de 45 à 64 ans (36 %), les femmes (30 % contre 21 %) et les travailleurs (28 %) sont, entre autres, proportionnellement plus nombreux à se souvenir précisément de la campagne. En outre, plus ils conduisent fréquemment, plus ils tendent à s'en souvenir (tous les jours ou presque, 29 % contre 15 % chez ceux qui conduisent moins d'une fois par semaine).

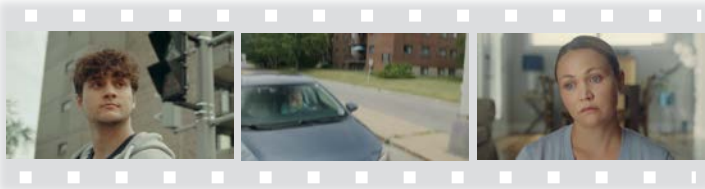
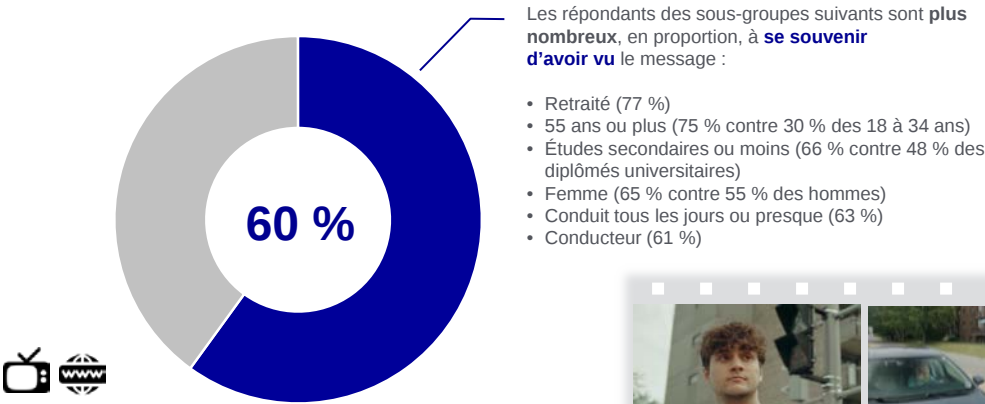
NOTORIÉTÉ DU MESSAGE VIDÉO « AU VOLANT, PENSEZ À CONDUIRE »



QC3. Voici un message vidéo diffusé à la télévision et sur le Web ou dans les médias sociaux au cours du dernier mois. Veuillez le regarder attentivement et au complet. Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message avant aujourd'hui?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, excluant ceux qui n'ont pas pu voir la vidéo à cause d'un problème technique, n : 1 010

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



Le message vidéo « Au volant, pensez à conduire » a été vu par 60 % des adultes francophones du Québec, c'est-à-dire ceux qui ont rempli le questionnaire en français.

Les personnes à la retraite (77 %), celles qui ont terminé au plus des études de niveau secondaire (66 %) et les femmes (65 % contre 55 % des hommes), notamment, ont été exposées au message vidéo en plus forte proportion.

C'est à la télévision que la très forte majorité de ceux qui ont remarqué la vidéo se souvient de l'avoir vu (91 %), ce qui est encore plus vrai chez les personnes retraitées (97 %). Sans grande surprise, les jeunes de 18 à 34 ans sont plus nombreux, en proportion, à se souvenir de l'avoir vu dans les médias numériques (40 % contre 4 % des 55 ans ou plus).

QC4a. Plus précisément, où avez-vous vu ce message?
Base : répondants qui affirment se souvenir d'avoir vu la vidéo, n : 637
Plusieurs réponses possibles (le total excède 100 %)

	%
À la télévision	91
Sur le Web	6
Sur YouTube	5
Sur Facebook	4
Ne sait pas, ne répond pas	6

Télévision

- Retraité (97 %)
- 55 ans ou plus (96 % contre 79 % chez les 18 à 34 ans)

Médias numériques : 13 %

- 18 à 34 ans (40 % contre 4 % des 55 ans ou plus)

NOTORIÉTÉ DU MESSAGE RADIO « AU VOLANT, PENSEZ À CONDUIRE »



QC7ab. Voici un message diffusé à la radio au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter au complet. Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio avant aujourd'hui?

Base : tous, excluant ceux qui n'ont pas pu écouter le message radio à cause d'un problème technique, n : 1 136

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



Pour sa part, le message radio « Au volant, pensez à conduire », diffusé en français et en anglais, affiche un taux de notoriété de 37 % auprès de la population adulte québécoise.

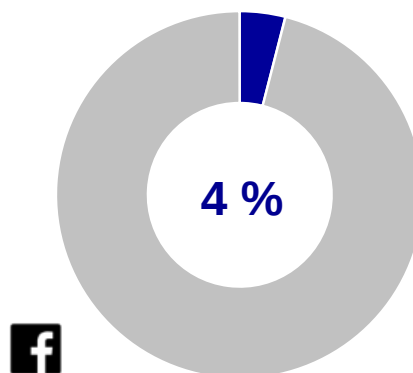
La notoriété est, entre autres, significativement plus élevée auprès des 35 à 54 ans (48 %), des travailleurs (42 %) ainsi que chez ceux qui sont moins scolarisés (41 %).

NOTORIÉTÉ DU MESSAGE VIDÉO « LAVAGE CONCENTRÉ »

QC9. Voici une vidéo diffusée sur Facebook au cours du dernier mois. Veuillez la regarder attentivement et au complet. Vous souvenez-vous d'avoir vu cette vidéo avant aujourd'hui?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, excluant ceux qui n'ont pas pu voir la vidéo à cause d'un problème technique, n : 1 007

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



Une minorité (4 %) des adultes québécois francophones affirment se souvenir d'avoir vu la vidéo « Lavage concentré » qui a été diffusée sur Facebook.

Aucun sous-groupe de répondants ne se démarque statistiquement à ce sujet.

NOTORIÉTÉ DES VISUELS

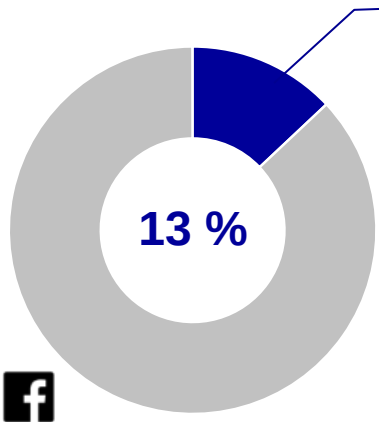


QC11. Voici des bandes dessinées produites par des bédéistes québécois diffusées sur Facebook au cours du dernier mois.

QC13. Voici des images diffusées sur Facebook au cours du dernier mois.

Vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces [bandes dessinées/images] avant aujourd'hui?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 1 025



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à se souvenir d'avoir vu les bandes dessinées ou les mèmes :

- 18 à 34 ans (26 % contre 6 % des 55 ans ou plus)
- Revenu familial de 100 000 \$ à 149 999 \$ (21 %)
- Travailleur (16 %)



Les bandes dessinées et les images (mèmes) diffusées sur Facebook ont été vues par 13 % des adultes québécois francophones.

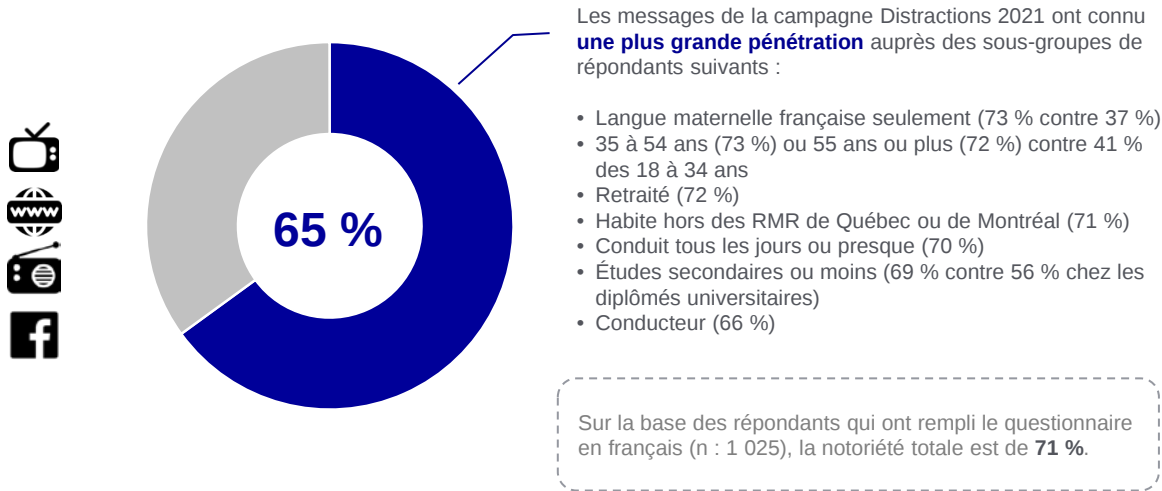
Comme on pouvait s'y attendre, les jeunes de 18 à 34 ans sont proportionnellement plus nombreux à les avoir vues (26 % contre 6 % chez les 55 ans ou plus). Cette proportion atteint 30 % chez les 18 à 24 ans.

NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE



Notoriété totale de la campagne
Base : ensemble des répondants, n : 1 169

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



La campagne de sensibilisation Distractions 2021 « Au volant, pensez à conduire » bénéficie d'un taux de notoriété de 65 %. Y ont notamment été exposés en plus forte proportion les 35 ans ou plus (72 % contre 41 % des jeunes de 18 à 34 ans), les personnes à la retraite (72 %), celles qui habitent à l'extérieur des grands centres (71 %) de même que les conducteurs qui prennent le volant tous les jours ou presque (70 %).



Chapitre 3

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

- Message véhiculé
- Appréciation

QD0. Selon vous, quelle est l'idée principale qu'on essaie de communiquer avec ces messages? En d'autres mots, qu'est-ce qu'on cherchait à vous dire?

Base : répondants qui ont vu ou entendu l'un ou l'autre des messages dans le cadre du sondage, n : 1 159

	%
Il faut porter attention à la route (être concentré, etc.)	56
Il faut éviter les distractions au volant (distractions sont dangereuses)	23
Il faut être vigilant (faire attention aux piétons, etc.)	7
Il faut être prudent au volant (conduire prudemment, sécurité routière)	5
Il faut se libérer l'esprit avant de conduire (gérer le stress, etc.)	2
Autre	-
Ne sait pas, ne répond pas	7

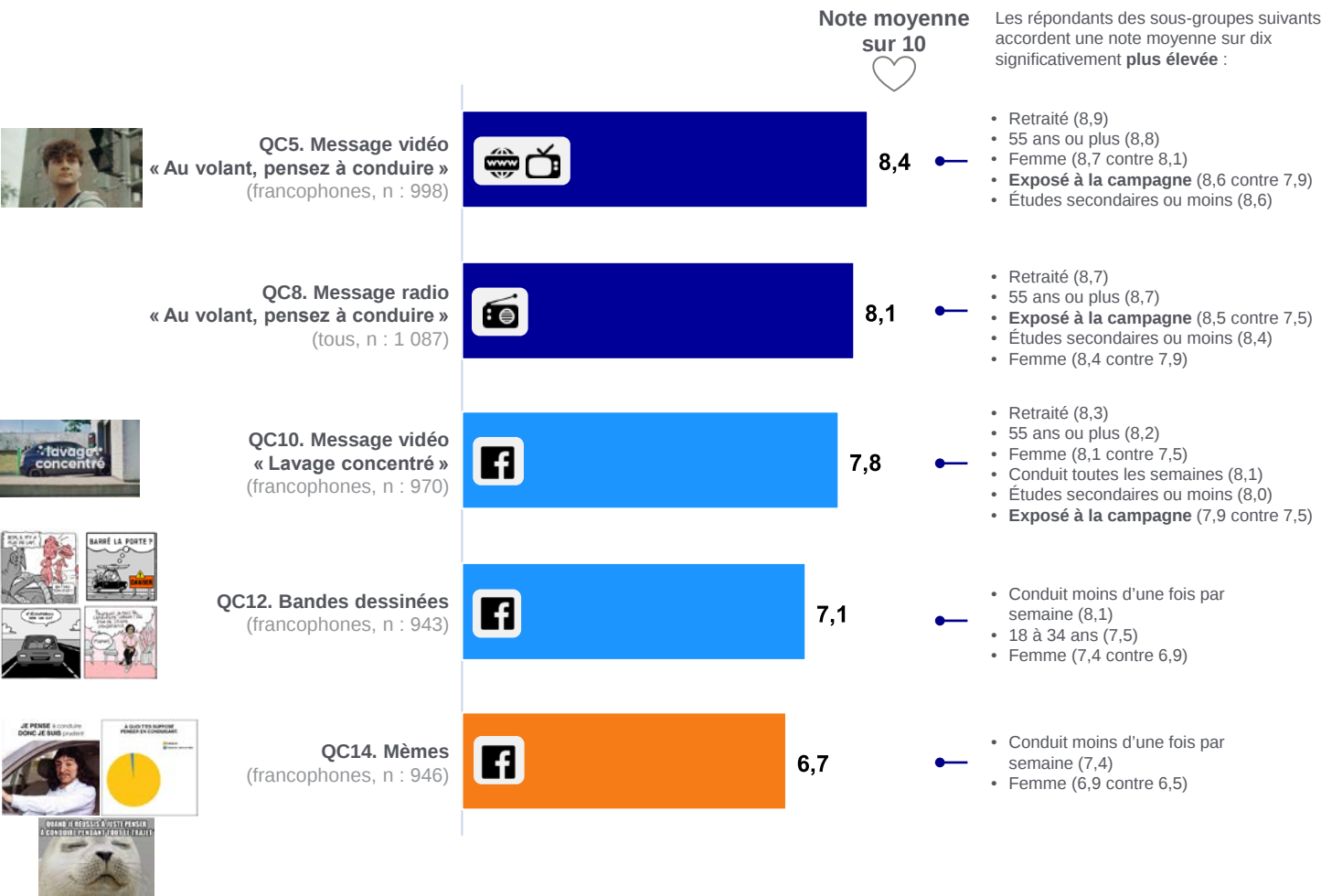
La compréhension du message véhiculé dans le cadre de la campagne Distractions 2021 est exprimée de diverses façons par environ huit adultes québécois exposés à l'une ou l'autre des composantes de la campagne au cours du sondage sur dix (81 %, en bleu foncé). Si les 18 à 34 ans parlent davantage d'éviter les distractions au volant (29 %), les 65 ans ou plus y vont de propos plus généraux en évoquant, en plus forte proportion, la prudence au volant (9 %).

APPRÉCIATION



C5, C8, C10, C12 et C14. Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « très mauvaise » et 10 signifie « excellente », quelle note d'appréciation donnez-vous au...

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



Les messages vidéo (8,4/10) et radio (8,1/10) « Au volant, pensez à conduire » récoltent d'excellentes notes d'appréciation, alors que les visuels diffusés sur Facebook sont moins appréciés (7,1 et 6,7).

Au troisième rang des appréciations, on retrouve le message vidéo « Lavage concentré », qui reçoit tout de même une très bonne note d'appréciation (7,8/10).

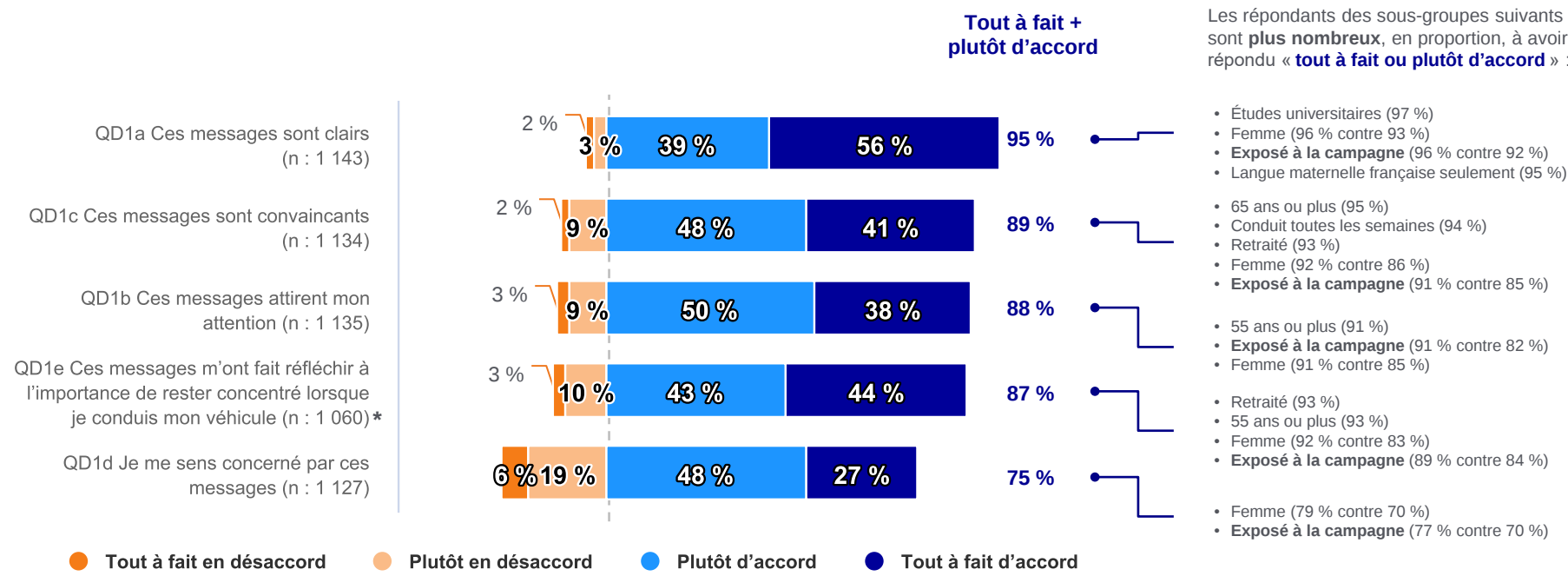
Les femmes accordent des notes moyennes sur dix significativement plus élevées à chacune des composantes de la campagne. Les adultes québécois exposés à la campagne avant le sondage se distinguent à la hausse pour les messages vidéo ainsi que pour le message radio.

APPRÉCIATION (SUITE)



QD1a à QD1e. Concernant l'ensemble de la campagne (messages vidéo, audio et images), veuillez indiquer votre degré d'accord avec chacun des énoncés suivants.

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



La clarté du message fait l'unanimité : 95 % de la population adulte qui a été exposée à l'une ou l'autre des composantes de la campagne au cours du sondage reconnaît cette caractéristique.

En outre, l'appréciation globale d'autres éléments s'avère excellente, avec près de neuf répondants sur dix qui trouvent que les messages sont convaincants (89 %) ou qu'ils attirent leur attention (88 %). En outre, trois sur quatre (75 %) admettent se sentir concernés par ces messages, une proportion substantielle.

La campagne semble impacter les conducteurs de façon importante : 87 % qui y ont été exposés pendant le sondage s'accordent pour dire que les messages les ont fait réfléchir à l'importance de rester concentrés lorsqu'ils conduisent leur véhicule.

* Base : conducteurs.

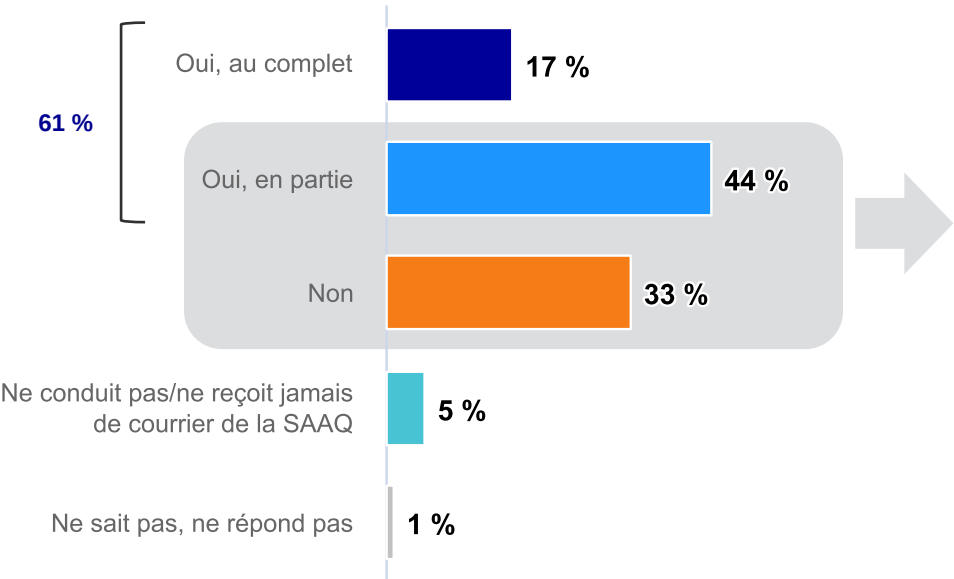
Chapitre 4

PROFIL DES RÉPONDANTS

- Lecture des encarts
- Profil sociodémographique (pondéré)

QE1. Lorsque vous recevez une facture de la Société de l'assurance automobile du Québec pour le renouvellement de votre permis de conduire ou de votre immatriculation, prenez-vous le temps de lire les dépliants, les prospectus ou les tracts insérés dans l'enveloppe?

Base : ensemble des répondants, n : 1 169



La majorité (61 %) de la population adulte lit, ne serait-ce que partiellement (44 %), les dépliants, prospectus ou tracts insérés dans l'enveloppe avec les factures de la Société de l'assurance automobile du Québec.

Plusieurs raisons sont évoquées pour ne pas lire ces documents au complet, la principale étant le manque d'intérêt, dont environ le quart (24 %) des répondants concernés font mention. Le manque de temps (15 %) fait partie des quatre principaux arguments avancés, en plus de l'information jugée non pertinente ou le caractère répétitif de celle-ci, qui découragent respectivement 17 % et 10 % des lecteurs potentiels.

Les gens dont le revenu familial est élevé (100 000 \$ ou plus, 44 %) sont notamment plus enclins à ne prendre aucunement le temps de lire cette documentation, de même que les 35 à 54 ans (44 %) et ceux qui conduisent tous les jours ou presque (37 %).

QE2. Pourquoi ne prenez-vous pas le temps de lire ces documents au complet?

Base : répondants qui ne lisent qu'en partie ou ne lisent pas du tout les encarts insérés dans l'enveloppe, n : 907

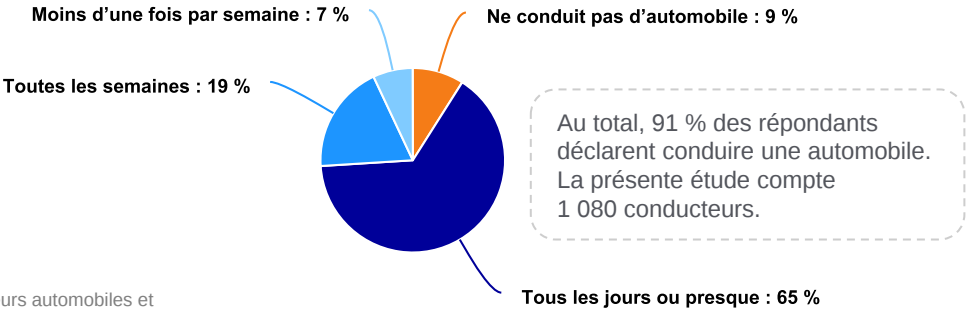
	%
Par manque d'intérêt (pas envie, etc.)	24
Information non pertinente (connaît déjà, ne le concerne pas, etc.)	17
Par manque de temps (n'a pas le temps, etc.)	15
Répétitif (toujours la même chose, etc.)	10
Documents trop longs à lire (trop de détails, etc.)	4
Trop de documents envoyés	2
Présentation peu attrayante (mauvais design, visuel décevant, etc.)	1
Documentation seulement en français (pas disponible en anglais, etc.)	1
Autre	1
Ne sait pas, ne répond pas	36

PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE (PONDÉRÉ)



	Ensemble %	Conducteur %
ÂGE	(n : 1 169)	(n : 1 080)
18 à 24 ans	10	10
25 à 34 ans	16	14 ↓
35 à 44 ans	16	16
45 à 54 ans	17	18
55 à 64 ans	18	19
65 ans ou plus	23	23
SEXE	(n : 1 169)	(n : 1 080)
Homme	49	50
Femme	51	50
SCOLARITÉ	(n : 1 157)	(n : 1 069)
Aucun/secondaire/DEP	51	51
Collégial	20	20
Universitaire	29	29
LANGUE MATERNELLE	(n : 1 169)	(n : 1 080)
Français seulement	77	80 ↑
Autre	23	20 ↓

	Ensemble %	Conducteur %
REVENU FAMILIAL	(n : 1 000)	(n : 929)
Moins de 35 000 \$	18	16 ↓
35 000 \$ à 54 999 \$	18	18
55 000 \$ à 74 999 \$	16	15
75 000 \$ à 99 999 \$	17	18 ↑
100 000 \$ à 149 999 \$	18	19
150 000 \$ ou plus	13	14
OCCUPATION	(n : 1 158)	(n : 1 074)
Travailleur	58	59 ↑
Retraité	27	27
Autre	15	14 ↓
RÉGION	(n : 1 169)	(n : 1 080)
RMR de Montréal	50	48 ↓
RMR de Québec	10	10
Ailleurs au Québec	40	42 ↑



Note : Les bases excluent la non-réponse. Les flèches indiquent une différence significative entre les conducteurs automobiles et les non-conducteurs automobiles.



Conclusions

CONCLUSIONS



Les distractions cognitives : une source de distraction importante

La campagne Distractions 2021, qui met l'emphasis sur les distractions cognitives, semble avoir marqué les esprits. En effet, si la forte majorité (93 %) des adultes québécois estiment que le manque de concentration en conduisant est un problème grave (très ou assez), près de trois sur dix (28 %) parmi les principaux intéressés, soit les conducteurs, déclarent qu'il s'agit, parmi les choix de réponses proposés, de leur plus grande source de distraction lorsqu'ils sont au volant. C'est entre autres et particulièrement la réalité des personnes à la retraite qui cochent ce choix en plus forte proportion (35 %) que le reste de la population.

À cela s'ajoute la hausse significative de la proportion d'adultes québécois qui jugent que penser à plein de choses en conduisant un véhicule peut entraîner un accident (80 % contre 76 % en 2020).

Une campagne fortement appréciée et qui semble porter ses fruits

La campagne « Au volant, pensez à conduire » affiche un taux de notoriété de 65 % auprès de la population adulte du Québec. Si on calcule ce taux sur la base des francophones seulement (ceux qui ont rempli le questionnaire en français), le résultat est de 71 %.

La notoriété de la vidéo de 30 secondes « Au volant, pensez à conduire », diffusée notamment à la télévision, affiche une notoriété de 60 % auprès des francophones, un résultat légèrement inférieur à celui qu'on aurait pu atteindre compte tenu du plan média. Par contre, le message radio, lequel a été entendu de 37 % de la population adulte, bénéficie d'une notoriété qui atteint la valeur attendue. Pour ces deux composantes de la campagne, les conducteurs qui prennent le volant très fréquemment (tous les jours ou presque) sont proportionnellement plus nombreux à s'en souvenir, en plus d'afficher une notoriété spontanée supérieure.

Les messages vidéo « Au volant, pensez à conduire » et « Lavage concentré », ainsi que le message radio, reçoivent de très bonnes notes moyennes d'appréciation (8,4; 7,8 et 8,1 sur 10 respectivement). Pour leur part, les visuels diffusés sur Facebook et incarnés sous forme de bandes dessinées et d'images (mèmes) ont moins plu (7,1 et 6,7 sur 10).

Les atouts de la campagne que sont la clarté du message, son pouvoir convaincant et son attractivité sont reconnus par de très fortes majorités d'adultes exposés à l'une ou l'autre de ses composantes durant le sondage (dans l'ordre, 95 %, 89 % et 88 %). Si quand même 75 % déclarent se sentir concernés par ces messages, ce sont 87 % des conducteurs qui affirment avoir été incités à réfléchir sur l'importance de rester concentrés lorsqu'ils conduisent leur véhicule.



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	Population cible La population cible est constituée des adultes (18 ans ou plus) québécois.
	Base de sondage La plus grande partie de l'échantillon a été tirée du panel Or de SOM. Il s'agit d'un panel probabiliste constitué d'internautes recrutés aléatoirement dans le cadre de nos sondages téléphoniques auprès de la population adulte en général. Un panel externe non probabiliste a aussi été utilisé.
	Plan d'échantillonnage Un échantillon de membres du panel Or a été tiré à l'aide d'un algorithme visant la meilleure représentativité possible en fonction de la région, de l'âge, du sexe, de la langue maternelle, de la scolarité et de la taille du ménage. Au total, 1 169 questionnaires ont été remplis. Des 1 169 questionnaires remplis, 163 provenaient de la RMR de Québec, 580 de la RMR de Montréal et 426 d'ailleurs au Québec.
QUESTIONNAIRE	Le questionnaire a été élaboré par la SAAQ, puis révisé, traduit et programmé par SOM. Le questionnaire était disponible en français et en anglais. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.
COLLECTE	Période de collecte Du 26 au 31 octobre 2021.
	Mode de collecte • Questionnaire autoadministré par internet. • Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or et par le fournisseur externe pour le panel externe. • Collecte Web sur les serveurs de SOM.
	Résultats administratifs Les résultats détaillés pour le panel Or de SOM sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse est de 35,9 %.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	2 446	Désabonnement	1
Nombre d'entrevues visées	800	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 060
Invitations envoyées (A)	2 420	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	21	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	867	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	867	Courriel invalide (usager@)	2
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	74	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	2	Unité inexistante totale (E)	2
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	43,8 %
Abandon durant le questionnaire	116	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	81,8 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	35,9 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée sur la base des adultes, en tenant compte des variables énumérées ci-dessous, pour chacune des trois grandes régions du Québec (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec) :

- La distribution conjointe d'âge (18-24 ans, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans ou plus) et de sexe;
- La proportion d'adultes vivant seuls;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- La langue maternelle (français seulement, autre);
- La proportion estimée d'adultes propriétaires.

Données de population utilisées : recensement de 2016.

Méthode : 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

À noter qu'une faible partie de l'échantillon est non probabiliste (utilisation d'un panel externe non probabiliste). Aussi, les marges d'erreur sont présentées à titre indicatif.

Les marges d'erreur présentées à la page suivante tiennent compte de l'effet de plan.

L'effet de plan apparaît lorsque les questionnaires remplis ne sont pas répartis 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, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 931 ($1\,169 \div 1,255$).

Le tableau de la page suivante affiche 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

	Ensemble	RMR de Québec	Région RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1169	163	580	426
EFFET DE PLAN	1,255	1,199	1,259	1,215
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,6 %	1,7 %	0,9 %	1,0 %
95 % ou 5 %	1,4 %	3,7 %	2,0 %	2,3 %
90 % ou 10 %	1,9 %	5,0 %	2,7 %	3,1 %
80 % ou 20 %	2,6 %	6,7 %	3,7 %	4,2 %
70 % ou 30 %	2,9 %	7,7 %	4,2 %	4,8 %
60 % ou 40 %	3,1 %	8,2 %	4,5 %	5,1 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,2 %	8,4 %	4,6 %	5,2 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





Sondage postcampagne « Distractions 2021 »

Société de l'assurance automobile du Québec (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.
->,->>	Signifie « Passez à la question »
->out	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=, 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.

*/

Q_Bi Bienvenue dans ce questionnaire qui porte sur la sécurité routière en lien avec la distraction au volant.

->>cal1

Q_MP mot de passe _____
Q_DR *Usager* _____
Q_DS *Study* _____
Q_DL *Langue* _____

/* Description des strates
1=Panel Or actifs
11=Panel Or inactifs
9=Fournisseur externe*/

Q_sical1 si strate=9->AGEGRP2EXT
->>A1

Q_AGEGRP2EXT 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_SE5EXT Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez terminé**))?

- 1=Aucun
- 2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)
- 3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)
- 4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)
- 5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
- 6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)
- 7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat
- 8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)
- 9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)
- 10=Doctorat acquis (ex. : Ph. D., D.Sc., D.Ed.)
- 90=Autre (précisez ci-dessous)<Précisez>
- 99=*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*/

/*Version : QF21463v1p6SAAQ(Distracted2021).docx*/ /*Page 2*/

Q_incalquot	q#Quota1=1 et lorsque (q#AGEGRP2EXT=1 et strate=9) alors q#Quota1=2 et lorsque (q#AGEGRP2EXT=2 et strate=9) alors q#Quota1=3 et lorsque (q#AGEGRP2EXT=3,4,5,6,7,8 et q#SE5EXT=1,2,3 et strate=9) alors q#Quota1=4
->>calout0	
Q_Quota1	*Liste des quotas* 1=Non admissible 2=18-24 3=25-34 4=35+ (peu scolarisé)
Q_sicalOut0 ->>calout1	si q#Quota1=1->OUT
Q_sicalout1 ->>calquot2	si quota1 atteint->FINQUOTA
Q_Quota2	*Liste des quotas* 1=18-24 (FR) 2=18-24 (EN) 3=25-34 (FR) 4=25-34 (EN) 5=35+ (peu scolarisé) (FR) 6=35+ (peu scolarisé) (EN)
Q_incalquot2	lorsque (q#quota1=2 et langue=F et strate=9) alors q#Quota2=1 et lorsque (q#quota1=2 et langue=A et strate=9) alors q#Quota2=2 et lorsque (q#quota1=3 et langue=F et strate=9) alors q#Quota2=3 et lorsque (q#quota1=3 et langue=A et strate=9) alors q#Quota2=4 et lorsque (q#quota1=4 et langue=F et strate=9) alors q#Quota2=5 et lorsque (q#quota1=4 et langue=A et strate=9) alors q#Quota2=6
Q_sicalout2 ->>A1	si quota2 atteint->FINQUOTA

/*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_A1	À quelle fréquence conduisez-vous une automobile? 1=Je ne conduis pas d'automobile 2=Tous les jours ou presque 3=Toutes les semaines 4=Moins d'une fois par semaine
/*Note	Tous les répondants*/
Q_B1	Les questions suivantes portent sur la distraction au volant. D'après vous, le manque de concentration en conduisant est-il un problème...? 1=Très grave 2=Assez grave 3=Peu grave 4=Pas du tout grave 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
/*Note	QB2 à QB7 posées aux conducteurs (QA1=2,3,4); sinon Évaluation de campagne*/
Q_sicalB2 ->>C1	si q#A1=2,3,4->B2
Q_B2 *rotation	Parmi ces sources de distraction, laquelle est ((G votre)) plus grande source de distraction en conduisant? *Une seule réponse est possible* 1=Parler avec des passagers en conduisant 2=M'occuper des enfants en conduisant 3=Fumer, boire ou manger en conduisant 4=Chercher des fichiers de musique ou manipuler la radio en conduisant 5=Parler au téléphone cellulaire en conduisant (main libre ou non) 6=Composer un numéro de téléphone en conduisant (main libre ou non) 7=Écrire ou lire un message texte en conduisant 8=Écrire ou lire un courriel en conduisant 9=Manipuler un GPS ou un écran en conduisant 10=Penser à plein de choses en conduisant 90=*Autre <précisez> (Précisez ci-dessous) 95=*Aucune 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_B3	Vous arrive-t-il d'utiliser un téléphone cellulaire en conduisant, que ce soit pour parler, texter, chercher de la musique ou pour toute autre utilisation? 1=Oui 2=Non->B5 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->B5

/*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*/

/*Note	QB4 et QB5 : Conducteurs à qui il arrive d'utiliser un téléphone en conduisant (QB3=1); sinon section Évaluation de campagne */
Q_B4	Si vous tenez en main votre téléphone cellulaire en conduisant (que ce soit pour parler, texter, chercher de la musique ou pour toute autre utilisation), croyez-vous que votre risque d'être intercepté(e) par la ((G police)) est...? 1=Très élevé 2=Assez élevé 3=Assez faible 4=Très faible 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_B5	Lorsque vous pensez à plein de choses en conduisant (ex. : votre travail, votre famille, vos amis, vos loisirs, des achats à faire, vos vacances, etc.), croyez-vous que votre risque d'avoir un ((G accident)) est...? 1=Très élevé 2=Assez élevé 3=Assez faible 4=Très faible 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_B6a	Dans quelle mesure les situations suivantes vous arrivent-elles? Conduire votre véhicule d'une façon automatique (ex. : sans vous rendre compte de la distance que vous avez parcourue) *format matriciel 1=Souvent 2=Occasionnellement 3=Rarement 4=Jamais 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_B6b	Penser à plusieurs choses pendant que vous conduisez votre véhicule (ex. : votre travail, votre famille, vos amis, vos loisirs, les achats que vous devez faire, vos vacances, etc.) *format matriciel
Q_B6c	Faire des fausses manœuvres en conduisant (ex. : ne pas voir un panneau d'arrêt, rouler plus vite que la limite permise sans vous en rendre compte, oublier le clignotant, etc.) *format matriciel

/*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_B7	Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'énoncé suivant : Penser à plein de choses en conduisant un véhicule peut entraîner un accident 1=Tout à fait en désaccord 2=Plutôt en désaccord 3=Plutôt d'accord 4=Tout à fait d'accord 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
/*Section	Évaluation de la campagne (https://saaq.gouv.qc.ca/saaq/campagnes-sensibilisation/distractions-2021)*
Q_C1	Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu des messages sur le manque de concentration au volant? 1=Oui 2=Non->calC3 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->calC3
/*Note	Coder 1 mention*/
Q_C2	Quel message vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu? Veuillez le décrire de la façon la plus précise possible. *exclusif=(C2,C2nsp) << <<_____>> 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf nsp>>
/*Note	1 message vidéo diffusé à la télévision et sur la webtélé et présenté aux francophones seulement (selon la langue du questionnaire)*
Q_sicalC3 ->>calC7a	si langue = f->C3
Q_C3	Voici un message vidéo diffusé à la télévision et sur le Web ou dans les médias sociaux au cours du dernier mois. Veuillez le regarder attentivement et au complet. Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message avant aujourd'hui? /* saaq_distraction_temoignage_8ms_Télé.mp4 */ ((V ea9dd8b41a19e4c663/a9f2d3aff5ee672d)) 1=Oui 2=Non->calC5 7=J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la publicité->calC5 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->calC5

/*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_C4a Plus précisément, où avez-vous vu ce message? *Plusieurs réponses possibles.*

*Choix multiples
*ChoixMinMax=1,5
*Selectif=99

1=Sur Facebook
2=Sur YouTube
3=Sur le Web
4=À la télévision
90=Ailleurs <préciser> (précisez dans la boîte ci-dessous)
99=*Je ne me souviens pas/Je préfère ne pas répondre

Q_sicalC5
->>calC7a

si Q#C3=1,2,9->C5

Q_C5 Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message vidéo?

*format lineaire

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

/*

Message radio en français présenté aux francophones, message radio en anglais présenté aux anglophones (selon la langue du questionnaire)*

Q_sicalC7a
->>C7b

si langue = f->C7a

Q_C7a Voici un message diffusé à la radio au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter au complet.

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

/*Audio FRANCO PENSEZ - saaq_distraction_Radio_français.mp3*/

((A distractionfr)) [/]<script src="PAUSE30S.JS"></script>[/]

1=Oui->calC8
2=Non->calC8
7=J'ai un problème technique : je ne peux pas entendre le message radio->calC8
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->calC8

/*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*/

/*Version : QF21463v1p6SAAQ(Distracton2021).docx*/ /*Page 7*/

Q_C7b	Voici un message diffusé à la radio au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter au complet. Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio avant aujourd'hui? <i>/*Audio FRANCO PENSEZ - saaq_distraction_Radio_Anglais.mp3*/</i> ((A distractionen)) <i>[/]<script src="PAUSE30S.JS"></script>[/]</i> 1=Oui 2=Non 7=J'ai un problème technique : je ne peux pas entendre le message radio 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
<i>/*Note</i>	Répondants qui ont entendu le message radio dans le cadre du sondage*/
Q_sicalC8 ->>calC9	si Q#C7a=1,2,9 ou Q#C7b=1,2,9->C8
Q_C8	Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message radio? 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
<i>*format lineaire</i>	
<i>/*Note</i>	Les 3 dernières pièces (vidéo « Lavage concentré », bandes dessinées, mêmes) sont présentées aux francophones (selon la langue du questionnaire) seulement*/
Q_sicalC9 ->>calD0	si langue=f->C9
<i>/*Note</i>	1 vidéo diffusée sur Facebook aux francophones seulement (selon la langue du questionnaire)*/
Q_C9	Voici une vidéo diffusée sur Facebook au cours du dernier mois. Veuillez le regarder attentivement et au complet. Vous souvenez-vous d'avoir vu cette vidéo avant aujourd'hui? <i>/*vidéo Web 2021 - distraction - lavage concentré (Patrice Letendre et Anne Marcoux)_lg2)_1min19s_compression web*/</i> ((V 119dd8b41a19e4c998/13090dcb6dccee64)) 1=Oui 2=Non 7=J'ai un problème technique : je ne peux pas 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*/

Q_sicalC10

->>C11

Q_C10

*format lineaire

si Q#C9=1,2,9->C10

Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à cette vidéo?

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

/*Note

Bandes dessinées (BD) diffusées sur Facebook aux francophones seulement (selon la langue du questionnaire)*/

Q_C11

Voici des bandes dessinées produites par des bédéistes québécois diffusées sur Facebook au cours du dernier mois.

Vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces bandes dessinées avant aujourd'hui?

/*BD bédéistes*/

((M Denomme.jpg, sm-6)) ((M MRabagliatiBD.jpg, sm-6))

((M AlexLevesque.png, sm-6)) ((M StephanieLeducBD.jpg, sm-6))

1=Oui

2=Non

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_C12

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

*format lineaire

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

/*Note

Mèmes diffusés sur Facebook aux francophones seulement (selon la langue du questionnaire)*/

Q_C13

Voici des images diffusées sur Facebook au cours du dernier mois. Vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces images avant aujourd'hui?

/*Mèmes*/

((M SAAQdistraction1.jpg, sm-4)) ((M SAAQdistraction2.jpg, sm-4)) ((M SAAQdistraction4.jpg, sm-4))

1=Oui

2=Non

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*/

/*Version : QF21463v1p6SAAQ(Distraction2021).docx*/ /*Page 9*/

Q_C14 Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ces images?

*format lineaire

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

/*Section Compréhension du message et appréciation de la campagne*/

/*Note Répondants qui ont vu ou entendu au moins un message dans le cadre du sondage*/

Q_sicalD0 si Q#C3=1,2,9 ou Q#C7a=1,2,9 ou Q#C7b=1,2,9 ou Q#C9=1,2,9 ou Q#C11=1,2,9 ou Q#C13=1,2,9->D0

->>E1

/*Note Coder une seule mention*/

/*La question D0 est obligatoire et n'offre volontairement pas de choix NSP*/

Q_D0 Selon vous, quelle est l'idée principale qu'on essaie de communiquer avec ces messages? En d'autres mots, qu'est-ce qu'on cherchait à vous dire?

<< _____ >>

Q_inaffD1 afficher q#D1a et afficher q#D1b et afficher q#D1c et afficher q#D1d et afficher q#D1e

Q_inmasqD1 lorsque q#A1=1 alors masquer q#D1e

Q_D1a Concernant l'ensemble de la campagne (messages vidéo, audio et images), veuillez indiquer votre degré d'accord avec chacun des énoncés suivants.

Ces messages sont clairs

*pasdelegende
*format matriciel

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

Q_D1b Ces messages attirent mon attention

*format matriciel

Q_D1c Ces messages sont convaincants

*Format matriciel

Q_D1d Je me sens concerné par ces messages

*format matriciel

/*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*/

/*Note	Poser QD1e aux conducteurs seulement (QA1=2,3,4)*/
Q_D1e	Ces messages m'ont fait réfléchir à l'importance de rester concentré lorsque je conduis mon véhicule
*format matriciel	
/*Section	Une question sur le lectorat des encarts dans les enveloppes de la SAAQ*/
Q_E1	Lorsque vous recevez une facture de la Société de l'assurance automobile du Québec pour le renouvellement de votre permis de conduire ou de votre immatriculation, prenez-vous le temps de lire les dépliants, les prospectus ou les tracts insérés dans l'enveloppe? 1=Oui, au complet->calAGE 2=Oui, en partie 3=Non 7=*Je ne conduis pas/Je ne reçois jamais de courrier de la SAAQ->calAGE 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->calAGE
/*Note	À ceux qui répondent oui en partie ou non*/
Q_E2	Pourquoi ne prenez-vous pas le temps de lire ces documents au complet?
*exclusif=E2,E2nsp	<< <<_____>> 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf nsp>>
/*Note :	Questions socio démo pour bannière et pondération (cf Sylvain ou Yannick – âge, sexe, scolarité, principale occupation, taille du ménage, revenu familial, langue maternelle, statut propriétaire ou locataire, RMR ou code postal si panel externe)*/
Q_sicalAGE ->>AGEGRP2	si strate=9->calSE12
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

/*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_inputSE5	q#SE5JRS=input('SE5JRS')
Q_sicalSE5p2 ->>putSE5p2	si (q#SE5JRS>180 ou q#SE5JRS=blanc)->SE5
Q_SE5JRS	*Input* _____
Q_inputSE5p2 ->>calSE12	q#SE5=input('SE5')
Q_SE5	Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g possédez)) ou ((g avez terminé))? 1=Aucun 2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires) 3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles) 4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.) 5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat 6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.) 7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat 8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.) 9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.) 10=Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.) 90=Autre (précisez ci-dessous)<Précisez> 99=*Je préfère ne pas répondre
Q_sicalSE12 ->>SE12	si strate=1,11->putSE12
Q_inputSE12	q#SE12=input('SEXE')
Q_sicalSE12p2 ->>calSE6	si q#SE12=blanc->SE12
Q_SE12	Votre sexe à la naissance? 1=Masculin 2=Féminin
Q_sicalSE6 ->>SE6	si strate=1,11->putSE6
Q_inputSE6	q#SE6JRS=input('SE6JRS') et q#SE7JRS=input('SE7JRS')
Q_sicalSE6p2 ->>putSE6p2	si (q#SE6JRS>180 ou q#SE7JRS>180 ou q#SE6JRS=blanc ou q#SE7JRS=blanc)->SE6
Q_SE6JRS	*Input* _____

/*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_SE7JRS	*Input* _____
Q_inputSE6p2 ->>calSE1	q#SE6=input('SE6') et q#SE7=input('SE7')
Q_SE6	Au total, ((g combien de personnes)) habitent chez vous, en vous incluant? *Comptez aussi les enfants qui habitent chez vous, que ce soit en permanence ou occasionnellement (ex. : en garde partagée).* 1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 ou plus 9=*Je préfère ne pas répondre
Q_sicalse7 ->>calse7p2	si q#se6=1,9->calSE1
Q_incalSE7p2	lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=8 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=7 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=6 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=5 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=4 et lorsque q#SE6=2,3 alors nepaslire q#SE7=3 et lorsque q#SE6=2 alors nepaslire q#SE7=2
Q_SE7	De ces personnes, combien sont des enfants (personnes de ((g moins de)) 18 ans)? 95=Aucune 1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 ou plus 99=*Je préfère ne pas répondre
Q_sicalSE1 ->>SE1	si strate=1,11->putSE1
Q_inputSE1	q#SE1JRS=input('SE1JRS')
Q_sicalSE1p2 ->>putSE1p2	si (q#SE1JRS>180 ou q#SE1JRS=blanc)->SE1
Q_SE1JRS	*Input* _____
Q_inputSE1p2	q#SE1=input('SE1')

/*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*/

->>SE11p1

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 temps plein (30 heures ou plus par semaine)

2=Je travaille à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)

3=Je suis retraité

4=Je suis étudiant

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_SE11p1

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

Si vous avez plusieurs langues maternelles, cochez toutes celles qui s'appliquent.

*choix multiples

*choixminmax=1,5

1=Anglais

2=Français

3=Allemand

4=Arabe

5=Arménien

6=Chinois

7=Créole

8=Espagnol

9=Grec

10=Italien

11=Indo-iranien

12=Hongrois

13=Polonais

14=Portugais

15=Néerlandais

16=Roumain

17=Russe

18=Tagalog

19=Ukrainien

20=Vietnamien

/*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*/

21=Yiddish
90=<préciser>Autre (Veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)

Q_sicalSE10
->>SE102021

si strate=1,11->putSE10

Q_inputSE10

q#S102021JRS=input('SE102021JRS')

Q_sicalSE10p2
->>putSE10p2

si (q#S102021JRS>180 ou q#S102021JRS=blanc)->SE102021

Q_S102021JRS

Input _____

Q_inputSE10p2
->>calSE13

q#SE102021=input('SE102021')

Q_SE102021

Quel est votre revenu familial brut (avant impôts) 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 \$
6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
7=De 100 000 \$ à 149 999 \$
8=De 150 000 \$ à 199 999 \$
9=De 200 000 \$ ou plus
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE13
->>SE13

si strate=1,11->putSE13

Q_inputSE13

q#SE13JRS=input('SE13JRS')

Q_sicalSE13p2
->>putSE13p2

si (q#SE13JRS>180 ou q#SE13JRS=blanc)->SE13

Q_SE13JRS

Input _____

Q_inputSE13p2
->>calIDCP

q#SE13=input('SE13')

Q_SE13

Votre ménage est-il propriétaire ou locataire de l'endroit où vous habitez.

1=Propriétaire
2=Locataire
9=*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_sicalIDCP si strate=1,11->FIN
->>IDCP
Q_IDCP Quel est votre code postal?

((f RED <AFF1>))

*facultatif
*codepostal
*exclusif=(IDCP,IDCPNSP)
<<
<< _____[Ex. : G1G]>>
999=*Je préfère ne pas répondre*suf NSP>>

Q_sicalCP si (q#IDCP=blanc et q#IDCPNSP#999)->calAFF1
->>RMR

Q_incalAFF1 q#AFF1=1
->>IDCP

Q_AFF1 *Autocomplété*

0=*
1=Veuillez entrer au moins les trois premiers caractères de votre code postal. Merci.

Q_RMR 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

->>FIN

Q_FINQUOTA Merci, mais nous avons suffisamment de participants ayant un profil similaire
 au vôtre.

Q_FIN Merci de votre collaboration!

/*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*/