



**Campagne « Attachez-vous tout le temps! »  
Évaluation post-campagne**

**Novembre 2009**

Dossier 77236-126



# Table des matières

<b>Contexte, objectifs et méthodologie .....</b>	<b>3</b>
<b>Faits saillants.....</b>	<b>6</b>
<b>Résultats détaillés .....</b>	<b>7</b>
<b>1. Profil des répondants.....</b>	<b>8</b>
1.1 Profil sociodémographique des répondants.....	8
1.2 Titulaires de permis .....	9
<b>2. Comportements en matière de ceinture de sécurité .....</b>	<b>10</b>
2.1 Taux de port de la ceinture de sécurité.....	10
2.2 Motifs pour le port de la ceinture de sécurité.....	12
2.3 Motifs pour le non-port de la ceinture de sécurité .....	14
<b>3. Pénétration de la campagne.....</b>	<b>15</b>
3.1 Rappel spontané de la campagne.....	15
3.2 Éléments de rappels spontanés .....	15
3.3 Publicité radio - notoriété .....	17
3.4 Publicité radio - compréhension .....	18
3.5 Publicité radio - évaluation.....	19
3.6 Slogan - notoriété.....	23
<b>4. Impact avoué de la campagne.....</b>	<b>24</b>
4.1 Impact avoué de la publicité – s’est senti concerné en tant que conducteur .....	24
4.2 Impact avoué de la publicité – s’est senti concerné en tant que passager .....	25
<b>Annexe – Questionnaire d’enquête .....</b>	<b>26</b>

## Contexte, objectifs et méthodologie

### Contexte de l'étude

Dans le cadre de la campagne « Attachez-vous tout le temps! » menée par la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ), Léger Marketing a été mandaté afin d'obtenir une série d'indicateurs concrets qui permettront de mesurer l'impact de cette campagne auprès des Québécoises et des Québécois. Ces indicateurs permettront également d'assurer un suivi sur les comportements et attitudes des citoyens à l'égard du port de la ceinture de sécurité.

La campagne « Attachez-vous tout le temps! » a pour principal objectif d'augmenter le taux de port de la ceinture de sécurité au Québec. Plus spécifiquement, cette campagne vise à sensibiliser la population sur l'importance de porter la ceinture de sécurité et à responsabiliser le conducteur et les passagers sur leur responsabilité individuelle au regard du port de la ceinture à l'intérieur d'un véhicule.

### Plan média de la campagne :

#### Volet général :

- Publicité radio francophone de 30 secondes (concentration au déjeuner et au retour) de 1100 peb diffusée au Québec du 14 septembre au 11 octobre 2009.
- Publicité radio francophone de 30 secondes (concentration au déjeuner et au retour) de 735 peb diffusée à Montréal du 14 septembre au 11 octobre 2009.
- Publicité radio anglophone de 30 secondes (concentration au déjeuner et au retour) de 680 peb diffusée à Montréal du 14 septembre au 11 octobre 2009.

#### Description de la publicité de jour :

Sur un fond de musique classique, on entend une narratrice dire : *On s'apprête à vivre un très grand moment radiophonique. Ensemble, nous allons redécouvrir ce qui nous attache tous à la vie. Êtes-vous prêts ?* La musique cesse et on entend le bruit d'un clic d'une ceinture de sécurité. La narratrice affirme : *C'est tout ?* Elle reprend en disant : *En voiture, votre ceinture de sécurité, aussi simple qu'elle puisse être, a le pouvoir de vous sauver la vie, même si vous allez juste au dépanneur.* Une voix d'homme poursuit en précisant : *En voiture, que vous soyez à l'avant ou à l'arrière, attachez-vous. On est tous responsables de notre conduite. Un message de la Société de l'assurance automobile du Québec.*

#### Volet jeunes :

- Publicité radio francophone de 30 secondes (stations jeunes) du jeudi au samedi entre 20h00 et 5h00 de 120 peb diffusée au Québec du 14 septembre au 11 octobre 2009.
- Publicité radio anglophone de 30 secondes (stations jeunes) du jeudi au samedi entre 20h00 et 5h00 de 120 peb diffusée à Montréal du 14 septembre au 11 octobre 2009.

#### Description de la publicité du soir :

Sur un fond de musique rock, on entend un narrateur dire : *Dans quelques secondes, on va vivre quelque chose de gros, quelque chose d'intense. Ensemble, on va s'attacher à la vie. Êtes-vous prêts ?* La musique cesse et on entend le bruit d'un clic d'une ceinture de sécurité. Le narrateur affirme : *Rien que ça ?* Il reprend en disant : *En voiture, votre petite ceinture de sécurité a le grand pouvoir de vous sauver la vie, même si vous êtes seul sur la route.* Une voix de femme poursuit en précisant : *En voiture, que vous soyez à l'avant ou à l'arrière, attachez-vous. On est tous responsables de notre conduite. Un message de la Société de l'assurance automobile du Québec.*

### Volet commandites :

- Annonce radio en français – exclusivité Astral (déjeuner et retour) de 100 peb diffusée au Québec du 14 septembre au 11 octobre 2009
- Annonce radio en anglais – exclusivité Astral (déjeuner et retour) de 100 peb diffusée au Québec du 14 septembre au 11 octobre 2009

### Objectifs de l'étude

Cette étude a pour principal objectif d'évaluer l'efficacité de la campagne publicitaire « Attachez-vous tout le temps! » et de mesurer certains comportements en regard du port de la ceinture de sécurité.

### Population cible de l'étude

Puisque la clientèle visée par la campagne « Attachez-vous tout le temps! » est constituée autant des conducteurs potentiellement fautifs que de leurs proches, toute la population âgée de 18 ans et plus est ciblée par cette étude.

### Méthodologie

La présente étude a été réalisée au moyen d'un sondage sur Internet auprès d'un échantillon représentatif de 1150 Québécoises et Québécois âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Le sondage était en ligne du 26 au 30 octobre 2009. L'échantillon a été tiré à partir du panel Internet de Léger Marketing, représentatif de la population du Québec. Ce sondage était accessible par le biais d'un hyperlien placé dans un courriel qui était adressé personnellement à des panélistes. Le questionnaire était composé de 29 questions.

À partir des données fournies par Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la région, la langue maternelle, la scolarité et la présence d'enfants de moins de 18 ans ou non dans le ménage afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population du Québec âgée de 18 ans et plus. Les internautes ont pris six minutes, en moyenne, pour répondre au sondage.

Finalement, nous obtenons avec les 1150 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de  $\pm 2,89\%$ , et ce, 19 fois sur 20.

Au total, 950 personnes ont répondu au questionnaire en français et les 200 autres, en anglais.

	Nombre d'entrevues complétées	Marge d'erreur maximale
<b>Langue d'entrevue</b>		
Français	950	$\pm 3,18\%$
Anglais	200	$\pm 6,93\%$
<b>Total</b>	<b>1150</b>	<b><math>\pm 2,89\%</math></b>

## Lecture du rapport :

Afin de faire ressortir les écarts entre les données, les proportions statistiquement supérieures sont présentées en **bleu** dans les graphiques et les tableaux, alors que celles inférieures sont présentées en **rouge**.

Pour l'ensemble des graphiques et tableaux présentés dans ce rapport, les totaux différents de 100% peuvent être attribuables à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier des pourcentages indiqués. Quant aux totaux supérieurs à 100%, ils sont attribuables à la réponse multiple.

Dans cette étude, on observe deux grands segments de répondants : les titulaires de permis (n=1056) et les conducteurs (n=1047). C'est ainsi que parmi l'ensemble des titulaires de permis de conduire valide au Québec, neuf personnes ont indiqué ne pas avoir conduit au cours des douze derniers mois en dépit du fait qu'elles soient titulaires d'un permis de conduire valide au Québec.

Par souci de précision, toutes les questions de cette étude s'adressant spécifiquement aux conducteurs sont présentées sur une base « Conducteurs » et sont identifiées de la sorte. Les questions s'adressant à l'ensemble des titulaires de permis de conduire valide au Québec sont présentées sur une base « Titulaires de permis ».

## Faits saillants

### Comportements vis-à-vis du port de la ceinture de sécurité

#### ✓ **Le port de la ceinture de sécurité toujours aussi assidu**

La grande majorité des répondants affirment *toujours* porter leur ceinture de sécurité (96%), aussi bien en tant que conducteur qu'en tant que passager à l'avant (par rapport à 94% et 96% respectivement en novembre 2008).

#### ✓ **En voiture, on boucle la ceinture pour la sécurité personnelle et on ne boucle pas par oubli ou mauvaise habitude**

Alors que la sécurité personnelle est le principal motif justifiant le port de la ceinture (85%), les principales raisons évoquées par les gens pour ne pas s'attacher sont l'oubli (40%), la mauvaise habitude ou la négligence (36%), ou encore la situation de court trajet (35%).

D'autres critères entrent en ligne de compte dans le choix de s'attacher ou non. Ainsi, parmi les répondants qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité, 29% font référence à l'inconfort lié au port de la ceinture de sécurité, 16% au fait qu'ils entrent et sortent souvent de la voiture, et 10% mentionnent le faible risque d'être arrêté.

### Pénétration de la campagne publicitaire radiophonique de la SAAQ

#### ✓ **Une bonne performance de la campagne médiatique**

Après avoir écouté les deux publicités radiophoniques, celle avec la musique classique diffusée le jour et celle avec la musique rock diffusée le soir sur certaines stations s'adressant aux jeunes, 27% des répondants confirment avoir entendu l'une ou l'autre de ces publicités au cours du dernier mois. Cette notoriété assistée est comparable à la norme Léger Marketing qui se situe à 20%-25% pour les campagnes radio de 200 à 300 peb/semaine.

De façon plus spécifique, la notoriété assistée de la publicité avec la musique classique diffusée le jour est de 23%, alors que celle avec la musique rock diffusée le soir est de 20%.

#### ✓ **Un message bien compris**

De façon générale, après l'écoute des deux publicités radiophoniques, 71% des répondants ont bien compris leur message portant sur le port de la ceinture de sécurité. Ainsi, les deux éléments du message les mieux compris sont qu'il faut attacher la ceinture de sécurité (24% des mentions) et que la ceinture de sécurité peut sauver la vie (22% des mentions).

Les auditeurs qui ont entendu ces messages publicitaires s'entendent pour dire que le message est clair (85%), et que ces publicités les incitent à s'attacher en tout temps (80%).

## Résultats détaillés

---

# 1. Profil des répondants

## 1.1 Profil sociodémographique des répondants

Profil sociodémographique	n=1150	Profil sociodémographique	n=1150
<b>Sexe</b>		<b>Langue maternelle</b>	
Homme	48%	Francophone	79%
Femme	52%	Non-francophone	21%
<b>Âge</b>		<b>Revenu familial annuel</b>	
18 à 24 ans	11%	Moins de 20 000 \$	8%
25 à 34 ans	16%	Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	18%
35 à 44 ans	19%	Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	20%
45 à 54 ans	21%	Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	17%
55 à 64 ans	16%	Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	9%
65 à 74 ans	16%	Plus de 100 000 \$	12%
75 ans et plus	2%	NSP / Refus	15%
<b>Scolarité</b>		<b>Région</b>	
Primaire/secondaire (0-12 ans)	36%	Montréal RMR	47%
Collégial (13-15 ans)	29%	Québec RMR	9%
Universitaire (16 ans ou plus)	34%	Est du Québec	9%
<b>Occupation</b>		Centre du Québec	16%
Travailleur	57%	Ouest du Québec	18%
Recherche d'emploi	4%	<b>Enfants de moins de 18 ans dans le ménage</b>	
Au foyer	4%	Oui, de 12 ans et plus seulement	9%
Étudiant	9%	Oui, de plus et de moins de 12 ans	5%
Retraité	26%	Oui, de moins de 12 ans seulement	20%
NSP/Refus	1%	Non, aucun	66%

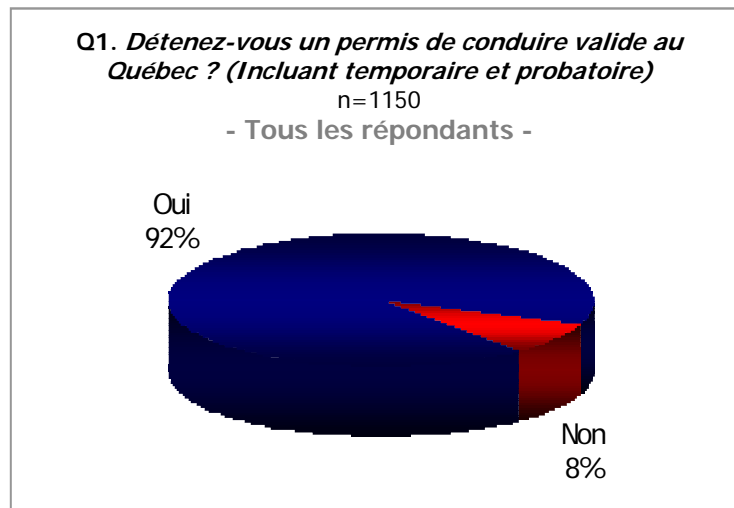


## 1.2 Titulaires de permis

Ce sont 92% des personnes interrogées qui détiennent un permis de conduire valide au Québec (incluant les permis temporaires ou probatoires). Parmi ces dernières, seulement 1% affirment ne pas avoir conduit au cours des 12 derniers mois.

La détention d'un permis de conduire s'avère proportionnellement plus élevée dans les sous-groupes suivants :

- les résidents du centre du Québec (98%);
- les hommes (94%);
- les universitaires (95%);
- les travailleurs (95%);
- les répondants dont le revenu familial brut est compris entre 80 000\$ et 99 999\$ (99%).

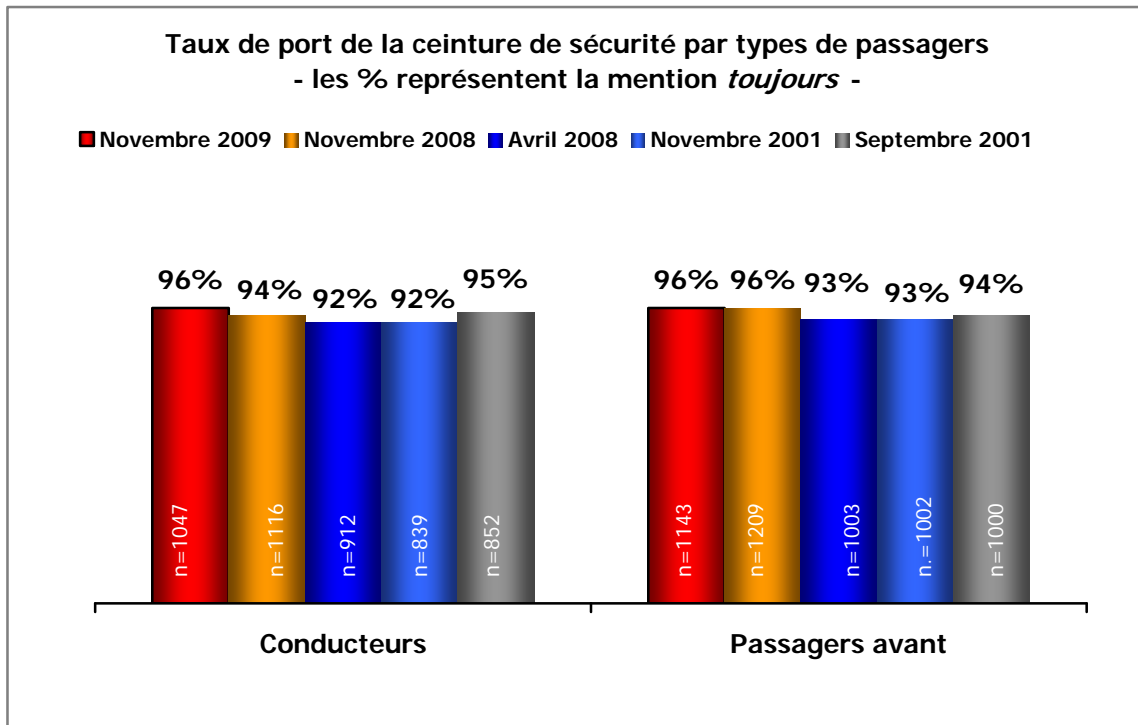


## 2. Comportements en matière de ceinture de sécurité

### 2.1 Taux de port de la ceinture de sécurité

Au cours des 12 derniers mois, 96% des conducteurs et passagers à l'avant interrogés affirment avoir toujours porté leur ceinture de sécurité. Quant aux autres, 3% affirment la porter souvent (4% chez les passagers à l'avant) et 1% avouent ne jamais l'attacher.

Les résultats sont comparables à ceux observés l'an passé à pareille date.



Q2 et Q3. Au cours des 12 derniers mois, comme conducteur / passager à l'avant, vous avez porté votre ceinture de sécurité...?	Comme conducteur (n=1047)	Comme passager à l'avant (n=1143)
Toujours	96%	96%
Souvent	3%	4%
Quelquefois	-	-
Rarement	-	-
Jamais	1%	-

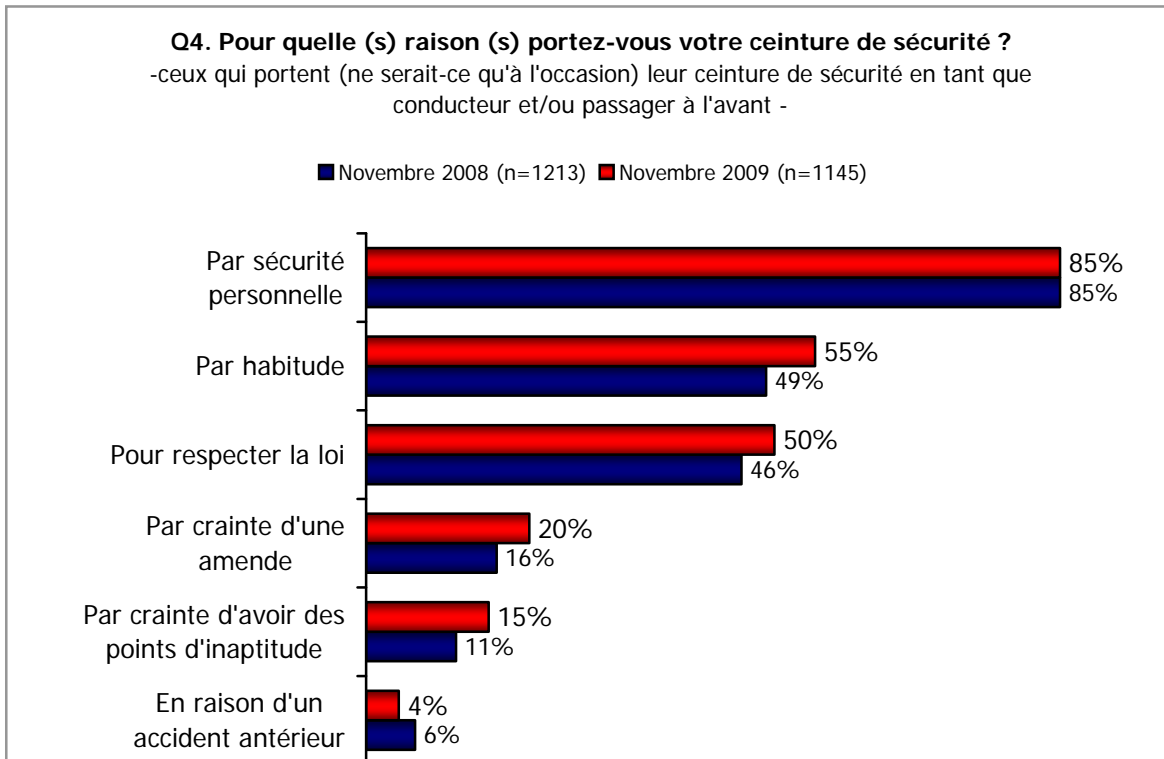
Les individus suivants sont plus susceptibles de ne pas toujours porter leur ceinture lorsqu'ils sont... :

...conducteur (4% dans l'ensemble)	...passager avant (4% dans l'ensemble)
...âgés entre 18 et 24 ans (9%)	...âgés entre 18 et 24 ans (10%)
...étudiants (14%)	...étudiants (13%)
...répondants de la région de Québec RMR (9%)	...répondants dont le revenu familial brut est de 19 999 \$ ou moins (10%)

## 2.2 Motifs pour le port de la ceinture de sécurité

La principale raison pour laquelle les répondants portent leur ceinture de sécurité fait référence à leur sécurité personnelle (85%). Viennent ensuite le port de la ceinture par habitude (55%) et le port de la ceinture pour respecter la loi (50%). La crainte d'une amende ou encore d'avoir des points d'inaptitude motive moins d'un répondant sur cinq à boucler leur ceinture de sécurité.

Globalement, les résultats sont comparables à ceux observés l'année dernière. Soulignons toutefois une proportion un peu plus grande de répondants (quatre à cinq points de pourcentage) qui justifient le port de la ceinture de sécurité par habitude, pour respecter la loi, par crainte d'une amende et par crainte d'avoir des points d'inaptitude.



Note : Le total dépasse 100% car les répondants pouvaient donner plus d'une réponse.

Les personnes suivantes sont proportionnellement plus nombreuses à avoir mentionné la sécurité personnelle comme motif de porter la ceinture de sécurité (85% de l'ensemble) :

- les 25 à 34 ans (92%);
- les femmes (88%);
- les conducteurs qui portent toujours leur ceinture de sécurité (86%);
- les passagers à l'avant qui portent toujours leur ceinture de sécurité (86%);
- les étudiants (96%).

Les personnes suivantes sont proportionnellement plus nombreuses à porter la ceinture par habitude (55% de l'ensemble) :

- les 18 à 24 ans (71%) et les 25 à 34 ans (66%);
- les conducteurs qui portent toujours leur ceinture de sécurité (56%);
- les étudiants (70%).

Les personnes suivantes sont proportionnellement plus nombreuses à porter la ceinture par crainte d'une amende (20% de l'ensemble) :

- les conducteurs qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (43%);
- les passagers à l'avant qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (39%);
- les 18 à 24 ans (35%);
- les répondants de la région de l'Est du Québec (33%);
- les étudiants (33%);
- les répondants détenant une scolarité de niveau collégial (27%).

Les personnes suivantes sont proportionnellement plus nombreuses à porter la ceinture par crainte d'avoir des points d'inaptitude (15% de l'ensemble) :

- les 18 à 24 ans (27%);
- les conducteurs qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (34%);
- les passagers à l'avant qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (30%).

Soulignons qu'en ce qui concerne le port de la ceinture de sécurité pour respecter la loi et en raison d'un accident antérieur, aucun profil de répondants ne s'est démarqué de façon statistiquement significative.

## 2.3 Motifs pour le non-port de la ceinture de sécurité

Conducteurs et passagers à l'avant confondus, l'oubli de boucler la ceinture de sécurité (40%) est la principale raison avancée par les répondants ne portant pas toujours la ceinture de sécurité, suivie de la négligence ou d'une mauvaise habitude (36%), et par le fait que le déplacement effectué est un court trajet (35%).

Cette année, la proportion de répondants qui évoquent le court trajet pour ne pas toujours boucler la ceinture de sécurité s'avère moins élevée que l'année dernière (35% en 2009 comparativement à 57% en 2008, et ce de façon statistiquement significative).

Q5. Pour quelle (s) raison (s) ne portez-vous pas toujours votre ceinture de sécurité ? (n=ceux qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité)	Novembre 2009 Conducteurs et passagers avant n=58	Novembre 2008 Conducteurs et passagers avant n=78
Oubli	40%	29%
Mauvaise habitude / négligence	36%	45%
Court trajet	<b>35%</b>	<b>57%</b>
Inconfort	29%	30%
Entrées et sorties fréquentes du véhicule	16%	24%
Faible risque d'être arrêté	10%	15%
Faible risque d'être blessé	8%	19%
Crainte de rester coincé dans le véhicule (dangereux)	7%	9%
Absence ou défectuosité des ceintures	6%	2%
Trajet sur autoroute	2%	1%
Autre	8%	3%
Préfère ne pas répondre	2%	-

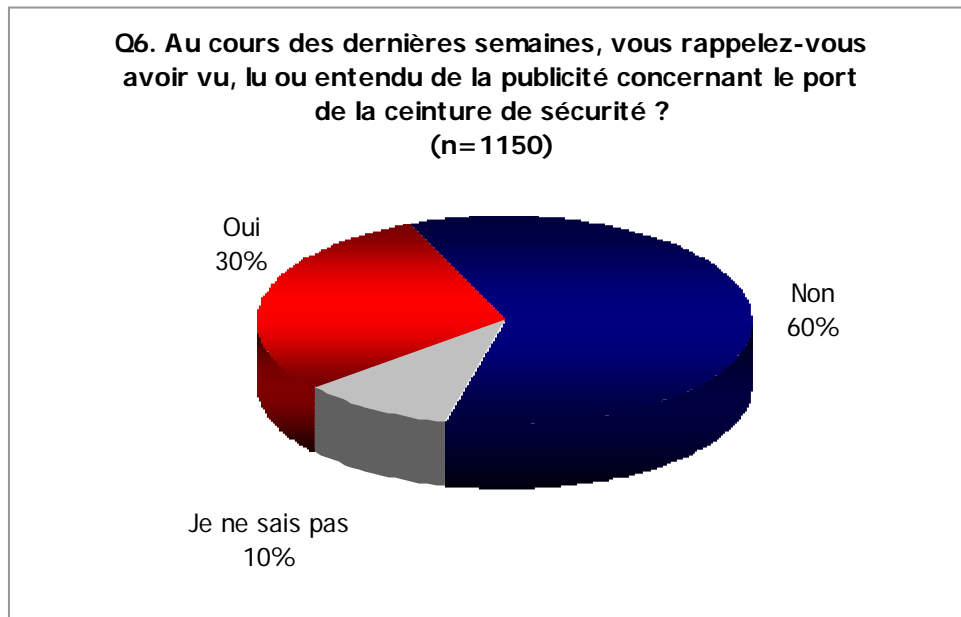
Note : Le total dépasse 100% car les répondants pouvaient donner plus d'une réponse.

### 3. Pénétration de la campagne

#### 3.1 Rappel spontané de la campagne

Lorsque nous demandons à l'ensemble des répondants s'ils se souviennent d'avoir vu, lu ou entendu parler d'une publicité concernant le port de la ceinture de sécurité au cours des dernières semaines, 30% disent effectivement s'en rappeler. En ce qui concerne les autres répondants, 60% affirment ne pas s'en souvenir et 10% ont précisé ne pas savoir.

Les répondants dont la langue maternelle est le français sont proportionnellement plus nombreux à se souvenir d'une telle publicité que les non-francophones (32% comparativement à 21%).



#### 3.2 Éléments de rappels spontanés

Parmi les répondants qui se rappellent avoir vu, lu ou entendu de la publicité relative à la ceinture de sécurité, 62% ont été en mesure de nous décrire ce qu'ils se souvenaient de cette publicité contrairement à 38% qui ne s'en souvenaient pas ou qui ont préféré ne pas répondre à la question.

Globalement, plus de 20 éléments de rappels ont été identifiés par les répondants. Parmi tous ces éléments, près de la moitié ont trait spécifiquement au port de la ceinture de la sécurité. Le tableau de la page suivante présente les résultats de façon détaillée.

<b>Q7. Qu'est-ce que vous vous souvenez d'avoir vu, lu ou entendu ?</b> <b>Plusieurs réponses possibles</b> (n=339 répondants qui se souviennent avoir vu, lu ou entendu de la publicité concernant le port de la ceinture)	
Publicité télévisée montant des accidents de la route	9%
Des accidentés de la route qui parlent de leurs expériences / Une victime qui raconte les conséquences de son accident	8%
Bulletins de nouvelles à la télé / radio au sujet d'accidents / Accidents rapportés aux nouvelles	8%
<b>Porter la ceinture peut sauver la vie</b>	<b>7%</b>
Publicités à la radio (sans précision)	5%
<b>Publicité à la radio : On va vous annoncer la chose la plus importante suivi d'un clic d'une ceinture / Publicité à la radio avec un clic d'une ceinture à la fin</b>	<b>4%</b>
<b>Le slogan « Attachez-vous à la vie »</b>	<b>3%</b>
<b>Il est risqué de conduire sans porter la ceinture de sécurité</b>	<b>3%</b>
Publicité à la télévision / message de la SAAQ à la télévision (Sans précision)	3%
Affichage sur les autoroutes / Affichage sur des panneaux électroniques sur l'autoroute	3%
<b>Publicité à propos du port de la ceinture de sécurité / Promotion du port de la ceinture de sécurité</b>	<b>2%</b>
<b>Explication des risques de ne pas porter la ceinture de sécurité</b>	<b>2%</b>
<b>Le slogan « Au Québec, on s'attache »</b>	<b>1%</b>
<b>S'attacher même si c'est pour de courts trajets / S'attacher même si c'est pour aller au dépanneur</b>	<b>1%</b>
Il y a un grand nombre de personnes qui ne portent pas la ceinture de sécurité	1%
Des contrôles routiers pour vérifier le port de la ceinture de sécurité	1%
<b>Il est obligatoire de porter la ceinture de sécurité / Le port de la ceinture est requis par la loi</b>	<b>1%</b>
Une publicité américaine / Publicités autres que celles de la SAAQ	1%
Annonces publicitaires	1%
L'impact lors d'un accident / l'impact lors d'une collision	1%
Autres	4%
Je ne me souviens pas	35%
Je préfère ne pas répondre	3%

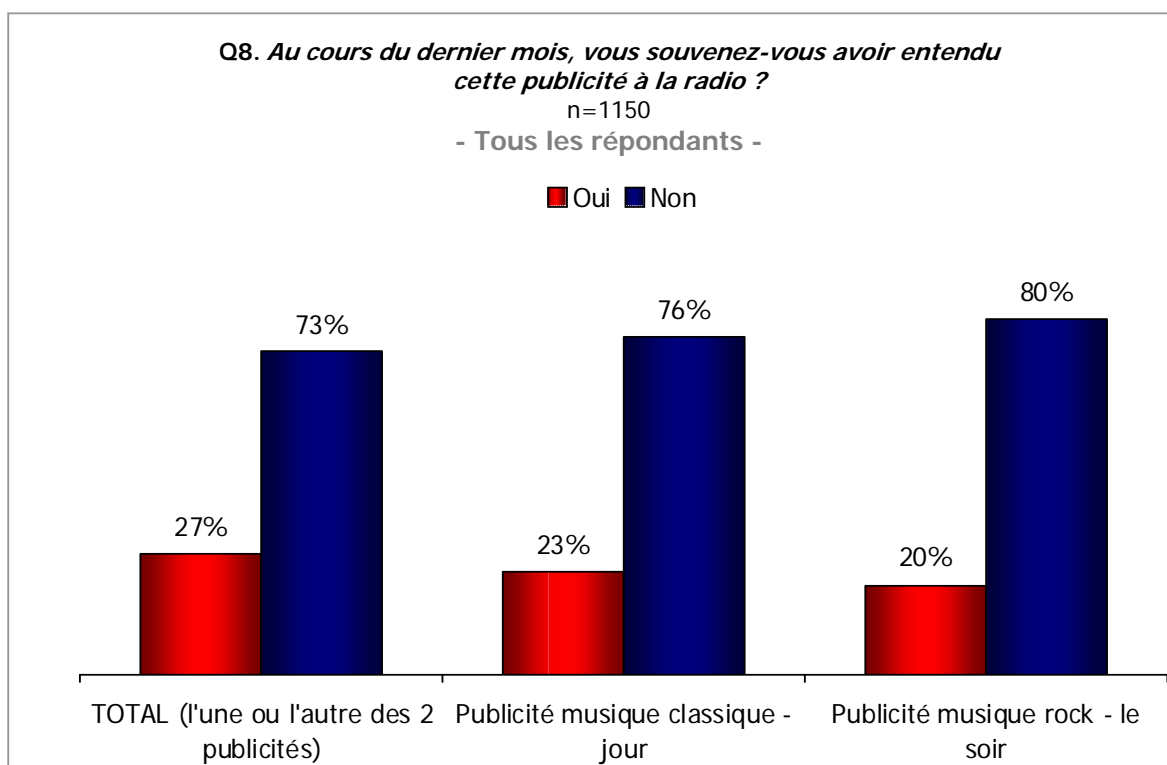
Note : Le total dépasse 100% car les répondants pouvaient donner plus d'une réponse.



### 3.3 Publicité radio - notoriété

Après avoir écouté les deux publicités radiophoniques<sup>1</sup>, celle avec la musique classique diffusée le jour et celle avec la musique rock diffusée le soir sur certaines stations s'adressant aux jeunes, 27% des répondants confirment avoir entendu l'une ou l'autre de ces publicités au cours du dernier mois, alors que 73% ne se souviennent pas de ces publicités.

De façon plus spécifique, la notoriété assistée de la publicité avec la musique classique diffusée le jour est de 23%, alors que celle avec la musique rock diffusée le soir est de 20%.



Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à se souvenir d'avoir entendu l'une ou l'autre des publicités radiophoniques portant sur le port de la ceinture de sécurité :

- les répondants de la région du Montréal RMR (32%);
- les 45 à 54 ans (35%).

Les répondants ayant un revenu familial de 19 999 \$ et moins (89%) et les 55 à 64 ans (81%) sont proportionnellement plus nombreux à ne pas se souvenir d'avoir entendu l'une ou l'autre des publicités.

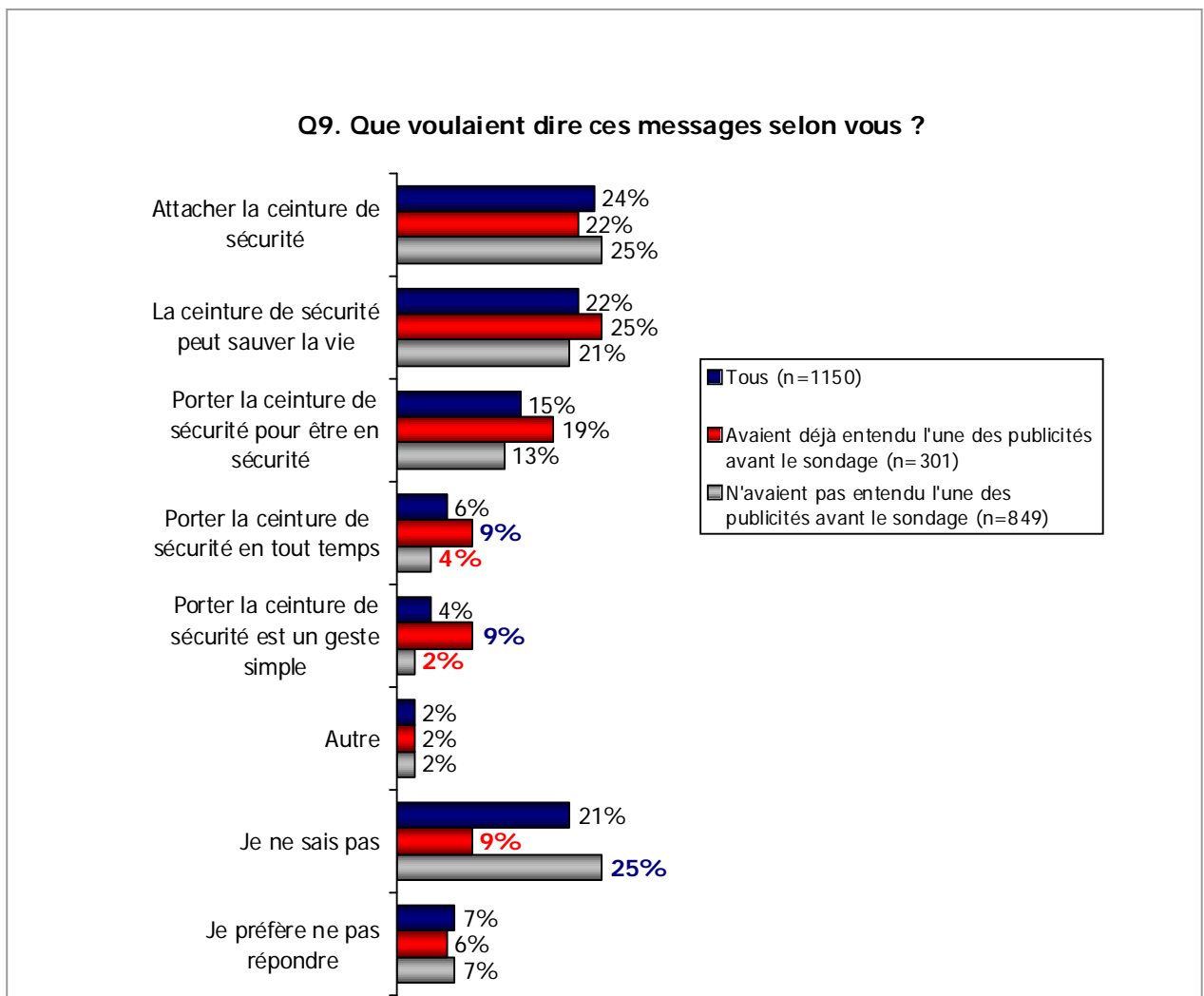
Aucune différence significative n'est observée selon la langue maternelle des répondants.

<sup>1</sup> La description des deux publicités radiophoniques est présentée dans la section Contexte, objectifs et méthodologie.

### 3.4 Publicité radio - compréhension

De façon générale, après l'écoute des deux publicités radiophoniques, 71% des répondants ont bien compris leur message. De fait, les deux éléments des messages les mieux compris sont qu'il faut attacher la ceinture de sécurité (24% des mentions) et que la ceinture de sécurité peut sauver la vie (22% des mentions).

Soulignons que même après avoir écouté les deux messages publicitaires, 21% ont affirmé ne pas savoir ce que voulaient dire les messages publicitaires. Cette proportion est significativement supérieure parmi les répondants ne portant pas toujours leur ceinture de sécurité en tant que passager à l'avant (36%), les répondants âgés de 55 à 64 ans (28%), les répondants ayant complété une scolarité de niveau primaire ou secondaire (25%) et ceux n'ayant préalablement pas entendu les publicités (25%).



### 3.5 Publicité radio - évaluation

Pour évaluer la campagne publicitaire radiophonique sur le port de la ceinture de sécurité, six énoncés concernant les publicités ont été évalués.

Les répondants sont majoritairement d'accord pour dire que :

- le message des publicités est clair (85%);
- les publicités les amèneraient à s'attacher en tout temps (80%);
- les publicités traitent de choses qui les concernent (74%);
- les publicités attirent leur attention (68%);
- les publicités sont convaincantes (68%);
- les publicités sont efficaces pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport au port de la ceinture de la sécurité (60%).

Toutefois, soulignons que, parmi les six énoncés, deux suscitent plus de scepticisme de la part du quart des répondants. De fait, 25% des répondants précisent leur désaccord avec le fait que ces publicités sont efficaces pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport au port de la ceinture de sécurité et 24% avouent que ces publicités n'attirent pas leur attention.

Q10 A-F. Voici maintenant une série d'énoncés concernant ces publicités. Indiquez votre degré d'accord avec chacun d'eux.	TOUS (n=1150)	Avaient déjà entendu l'une des publicités avant le sondage (n=301)	N'avaient pas entendu l'une des publicités avant le sondage (n=849)
<b>Le message des publicités est clair</b>			
<b>Total en accord</b>	<b>85%</b>	<b>94%</b>	<b>81%</b>
Tout à fait d'accord	49%	59%	46%
Plutôt d'accord	35%	35%	35%
<b>Total en désaccord</b>	<b>8%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>
Plutôt en désaccord	6%	4%	7%
Tout à fait en désaccord	2%	2%	2%
Je ne sais pas / préfère ne pas répondre	7%	-	9%
<b>Ces publicités m'amèneraient à m'attacher en tout temps<sup>2</sup></b>			
<b>Total en accord</b>	<b>80%</b>	<b>86%</b>	<b>77%</b>
Tout à fait d'accord	46%	50%	44%
Plutôt d'accord	34%	36%	33%
<b>Total en désaccord</b>	<b>15%</b>	<b>13%</b>	<b>16%</b>
Plutôt en désaccord	12%	11%	13%
Tout à fait en désaccord	3%	2%	3%
Je ne sais pas / préfère ne pas répondre	5%	1%	7%
<b>Ces publicités traitent de choses qui me concernent</b>			
<b>Total en accord</b>	<b>74%</b>	<b>72%</b>	<b>76%</b>
Tout à fait d'accord	39%	35%	42%
Plutôt d'accord	35%	37%	33%
<b>Total en désaccord</b>	<b>19%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>
Plutôt en désaccord	12%	13%	10%
Tout à fait en désaccord	7%	8%	7%
Je ne sais pas / préfère ne pas répondre	6%	6%	6%

- <sup>2</sup> Les résultats ont été calculés sur un n=706, soit les répondants qui n'ont pas spécifié qu'ils s'attachaient déjà en tout temps. Autrement dit, sur 1150 répondants, 37% ont précisé qu'ils s'attachaient déjà en tout temps à cette question.
- Parmi les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant le sondage, les résultats ont été calculés sur un n=197, soit les répondants qui n'ont pas spécifié qu'ils s'attachaient déjà en tout temps. Autrement dit, sur 301 répondants, 29% ont précisé qu'ils s'attachaient déjà en tout temps à cette question.
- Parmi les répondants qui n'avaient pas entendu l'une des publicités avant le sondage, les résultats ont été calculés sur un n=509, soit les répondants qui n'ont pas spécifié qu'ils s'attachaient déjà en tout temps. Autrement dit, sur 849 répondants, 40% ont précisé qu'ils s'attachaient déjà en tout temps à cette question.

Q10 A-F. Voici maintenant une série d'énoncés concernant ces publicités. Indiquez votre degré d'accord avec chacun d'eux.	TOUS (n=1150)	Avaient déjà entendu l'une des publicités avant le sondage (n=301)	N'avaient pas entendu l'une des publicités avant le sondage (n=849)
<b>Ces publicités attirent mon attention</b>			
<b>Total en accord</b>	<b>68%</b>	<b>64%</b>	<b>71%</b>
Tout à fait d'accord	27%	22%	32%
Plutôt d'accord	40%	42%	39%
<b>Total en désaccord</b>	<b>24%</b>	<b>26%</b>	<b>21%</b>
Plutôt en désaccord	16%	17%	15%
Tout à fait en désaccord	8%	10%	6%
Je ne sais pas / préfère ne pas répondre	8%	9%	8%
<b>Ces publicités sont convaincantes</b>			
<b>Total en accord</b>	<b>68%</b>	<b>64%</b>	<b>71%</b>
Tout à fait d'accord	24%	19%	29%
Plutôt d'accord	44%	45%	42%
<b>Total en désaccord</b>	<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>16%</b>
Plutôt en désaccord	15%	17%	13%
Tout à fait en désaccord	5%	8%	3%
Je ne sais pas / préfère ne pas répondre	12%	11%	12%
<b>Ces publicités sont efficaces pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport au port de la ceinture de sécurité</b>			
<b>Total en accord</b>	<b>60%</b>	<b>56%</b>	<b>63%</b>
Tout à fait d'accord	20%	17%	22%
Plutôt d'accord	40%	39%	41%
<b>Total en désaccord</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>21%</b>
Plutôt en désaccord	19%	22%	17%
Tout à fait en désaccord	6%	8%	4%
Je ne sais pas / préfère ne pas répondre	15%	14%	16%

### Le message publicitaire est clair

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (94%);
- les passagers à l'avant portant toujours leur ceinture de sécurité (85%).

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement moins nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les répondants qui n'avaient pas entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (81%);
- les passagers à l'avant ne portant pas toujours leur ceinture de sécurité (69%).

### Ces publicités m'amèneraient à m'attacher en tout temps

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les 65 ans et plus (91%);
- les retraités (88%);
- les femmes (87%);
- les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (86%);
- les répondants qui ont une scolarité de niveau primaire ou secondaire (86%);
- les passagers à l'avant qui portent toujours leur ceinture de sécurité (83%);
- les conducteurs qui portent toujours leur ceinture de sécurité (82%);
- les répondants qui ne sont pas des hommes de 25 à 44 ans (82%).

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement moins nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les répondants qui n'avaient pas entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (77%);
- les répondants qui travaillent (76%);
- les répondants qui ont une scolarité de niveau universitaire (73%);
- les hommes (73%);
- les répondants de la région de Québec RMR (68%);
- les hommes de 25 à 44 ans (67%);
- les passagers à l'avant qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (40%);
- les conducteurs qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (33%).

#### **Ces publicités traitent de choses qui me concernent**

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les 65 ans et plus (83%);
- les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (83%);
- les conducteurs portant toujours leur ceinture de sécurité (75%);
- les passagers à l'avant qui portent toujours leur ceinture de sécurité (75%).

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement moins nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les répondants qui n'avaient pas entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (71%);
- les répondants qui ne travaillent pas (60%);
- les passagers à l'avant qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (56%);
- les conducteurs qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (51%).

#### **Ces publicités attirent mon attention**

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (84%);
- les non-francophones (75%);
- les retraités (74%);
- les répondants qui ont un revenu familial entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (74%);
- les passagers à l'avant portant toujours leur ceinture de sécurité (69%);
- les conducteurs portant toujours leur ceinture de sécurité (68%).

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement moins nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les francophones (66%);
- les répondants qui n'avaient pas entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (62%);
- les conducteurs qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (47%);
- les passagers à l'avant qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (47%).

### **Ces publicités sont convaincantes**

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (83%);
- les 65 ans et plus (76%);
- les non-francophones (75%);
- les répondants qui ont un revenu familial entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (75%);
- les femmes (71%);
- les conducteurs portant toujours leur ceinture de sécurité (69%);
- les passagers à l'avant portant toujours leur ceinture de sécurité (69%).

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement moins nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les francophones (66%);
- les hommes (64%);
- les répondants qui n'avaient pas entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (62%);
- les conducteurs qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (45%);
- les passagers à l'avant qui ne portent pas toujours leur ceinture de sécurité (45%).

### **Ces publicités sont efficaces pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport au port de la ceinture de sécurité**

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

- les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (74%);
- les 65 ans et plus (71%);
- les personnes qui ont un revenu familial entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (68%);
- les retraités (67%).

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement moins nombreux à être d'accord avec cet énoncé :

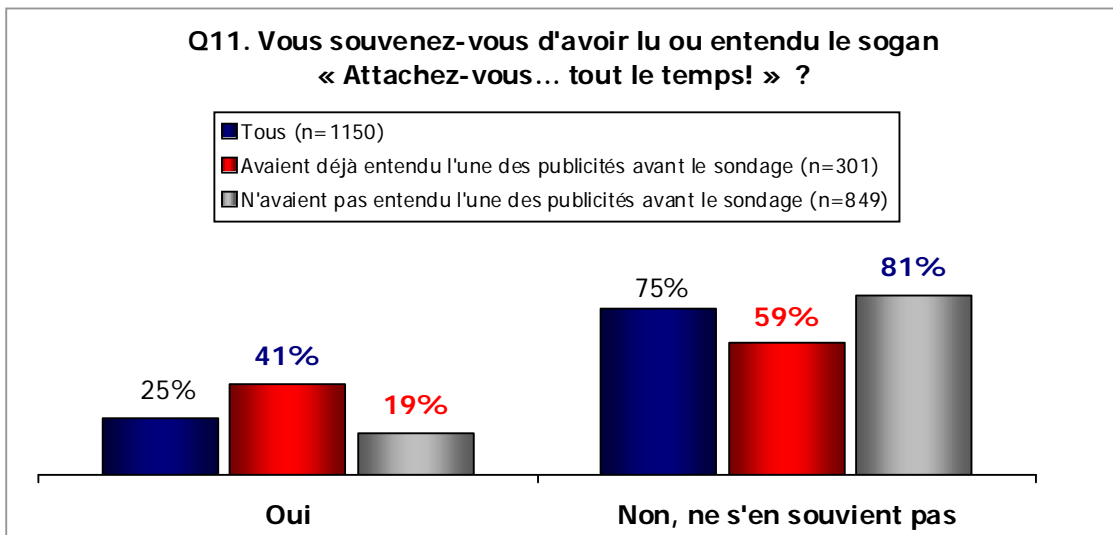
- les répondants qui n'avaient pas entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (54%);
- les répondants ayant une scolarité de niveau universitaire (54%);
- les répondants ayant un revenu familial de 100 000 \$ et plus (47%).

### 3.6 Slogan - notoriété

La notoriété assistée du slogan « Attachez-vous... tout le temps! » est de 25%. Autrement dit, 75% des répondants ne se souviennent pas avoir lu ou entendu ce slogan.

La notoriété assistée du slogan « Attachez-vous... tout le temps! » s'avère plus élevée chez les sous-groupes suivants :

- les répondants qui avaient entendu l'une des publicités avant la tenue du sondage (41%);
- les non-francophones (34%);
- les répondants ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (32%);
- les répondants de la région du Montréal RMR (29%).

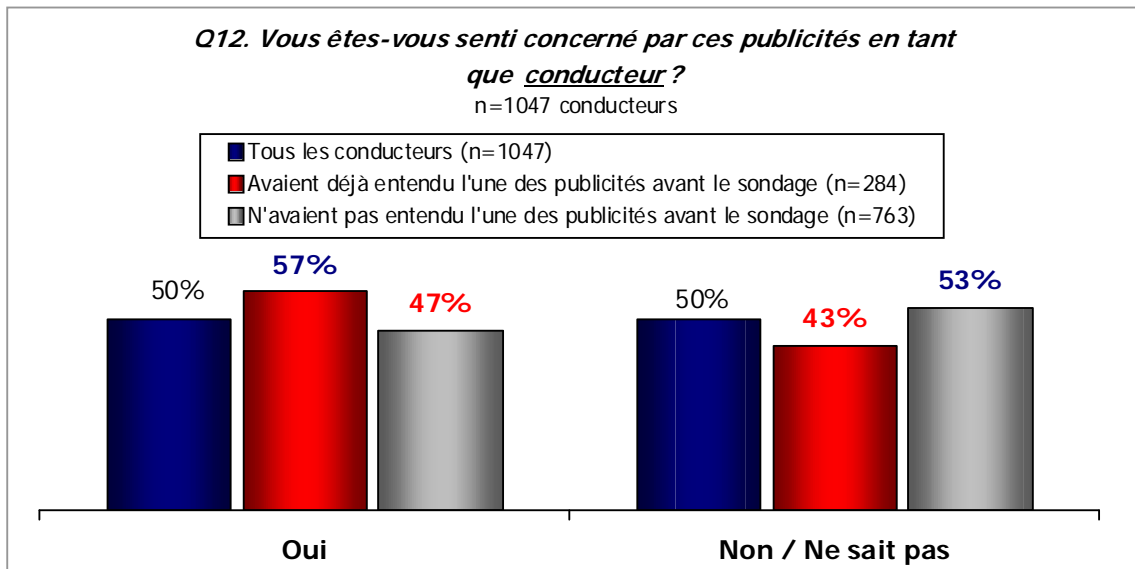


## 4. Impact avoué de la campagne

### 4.1 Impact avoué de la publicité – s’est senti concerné en tant que conducteur

Parmi l’ensemble des conducteurs interrogés, 50% affirment s’être sentis concernés par ces publicités en tant que conducteur, alors que 50% ne se sont pas sentis concernés. Ces derniers se sont justifiés en disant qu’ils portent leur ceinture de sécurité en tout temps (60% d’entre eux).

Notons que les étudiants (66%), les répondants ayant entendu l’une des publicités avant la tenue du sondage (57%) et les répondants ayant un revenu familial entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (59%) sont proportionnellement plus nombreux à s’être sentis concernés à titre de conducteur.



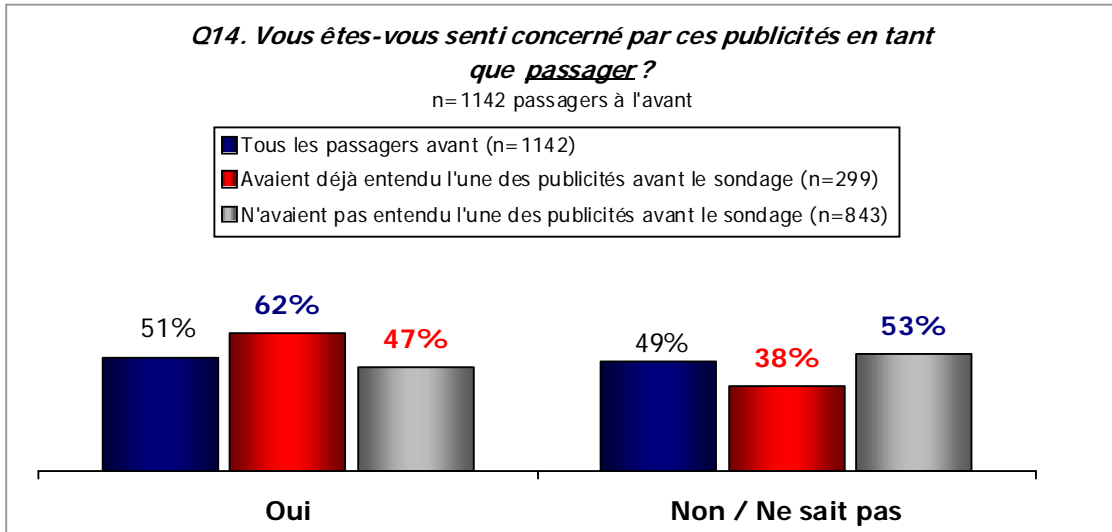
Q13. Pourquoi?	TOUS les conducteurs ne se sentant pas concernés par ces publicités (n=526)	Avaient déjà entendu l'une des publicités avant le sondage (n=125)	N'avaient pas entendu l'une des publicités avant le sondage (n=401)
Je porte la ceinture de sécurité en tout temps	60%	71%	57%
Ce sont des publicités banales / Ces publicités ne frappent pas l'imagination / Ces publicités ne se démarquent pas des autres publicités	2%	0%	3%
Je n'aime pas être attaché / Je n'aime pas porter la ceinture de sécurité	1%	0%	1%
Les publicités ne changeront pas le comportement des gens	1%	1%	1%
Autres raisons	8%	6%	8%
Je ne sais pas / ne me sens pas concerné / Je préfère ne pas répondre	28%	22%	30%



## 4.2 Impact avoué de la publicité – s’est senti concerné en tant que passager

En tant que passager à l’avant, la moitié des répondants (51%) se sont sentis concernés par ces publicités, tandis que 49% ne se sont pas sentis concernés.

Soulignons que les étudiants (65%), les répondants ayant entendu l’une des publicités avant la tenue du sondage (62%), les répondants qui ont un revenu entre 20 000 \$ et 39 999 \$ (60%) et les femmes (56%) sont proportionnellement plus nombreux à s’être sentis concernés par ces publicités en tant que passager.



Q15 Pourquoi?	TOUS les passagers à l'avant ne se sentant pas concernés par ces publicités (n=558)	Avaient déjà entendu l'une des publicités avant le sondage (n=119)	N'avaient pas entendu l'une des publicités avant le sondage (n=439)
Je porte la ceinture de sécurité en tout temps	51%	63%	47%
Je suis rarement passager à l'avant / je suis presque toujours conducteur	3%	3%	3%
Je n'aime pas être attaché / Je n'aime pas porter la ceinture de sécurité	1%	0%	1%
Autres raisons	7%	6%	9%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	38%	27%	40%
Je ne me sens pas concerné	1%	2%	0%

## **Annexe – Questionnaire d'enquête**

---

## Version française du questionnaire

### LANG (I):

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 2

Aimeriez-vous mieux répondre à ce questionnaire en anglais ou en français ?

Would you prefer to complete the survey in English or French?

Français..... FR

English..... EN

---

---

### Q0QC:

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 2

Dans quelle région du Québec demeurez-vous ?

Bas-Saint-Laurent..... 01 => +6

Saguenay-Lac-Saint-Jean..... 02 => +6

Québec (cette région administrative s'appelle maintenant  
Capitale-Nationale)..... 03 => Q0QCD

Mauricie..... 04 => +6

Estrie..... 05 => +6

Montréal..... 06 => +6

Outaouais..... 07 => +6

Abitibi-Témiscamingue..... 08 => +6

Côte-Nord..... 09 => +6

Gaspésie/Iles-de-la-Madeleine..... 11 => +6

Nord-du-Québec..... 10 => +6

Chaudière-Appalaches..... 12 => Q0QCE

Laval..... 13 => +6

Lanaudière..... 14 => Q0QCA

Laurentides..... 15 => Q0QCB

Montérégie..... 16 => Q0QCC

Centre-du-Québec..... 17 => +6

---

---

### CALCM:

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

=> \*

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

MTL RMR..... 1

---

---

### CALCQ:

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

=> \*

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

QC RMR..... 2

**CALCA:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

=> \*  
si SI((CALCM=SR ET CALCQ=SR),3)

AUTRES RÉGIONS ..... 3

**REGIO:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

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

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

**NOMX:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 2

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

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

## Q0AGE:

<i>simple</i>		
<i>min = 1 max = 1 l = 2</i>		
Quel âge avez-vous ?		
Moins de 18 ans .....	01	
Entre 18 et 24 ans .....	02	=> +2
Entre 25 et 34 ans .....	03	=> +2
Entre 35 et 44 ans .....	04	=> +2
Entre 45 et 54 ans .....	05	=> +2
Entre 55 et 64 ans .....	06	=> +2
Entre 65 et 74 ans .....	07	=> +2
75 ans ou plus .....	08	=> +2
Je préfère ne pas répondre .....	99	

---

---

## INT97:

<i>simple</i>		
<i>min = 0 max = 1 l = 2</i>		
Nous vous remercions de votre précieuse collaboration, elle est grandement appréciée. Malheureusement nous avons déjà complété le nombre maximum d'entrevues avec des personnes correspondant à votre profil.</script> CLIQUEZ SUR LA FLÈCHE POUR SAUVEGARDER VOTRE QUESTIONNAIRE		
Veuillez cliquer sur la flèche pour quitter le sondage.....NE D => /REDI		

---

---

## SEXE:

<i>simple</i>		
<i>min = 1 max = 1 l = 1</i>		
Vous êtes...		
Un homme .....	1	
Une femme .....	2	

---

---

## LANGU:

<i>simple</i>		
<i>min = 1 max = 1 l = 1</i>		
Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez toujours ?		
Français.....	1	
Anglais.....	2	
Autre .....	3	
Français et anglais.....	7	
Français et autres .....	4	
Anglais et autres .....	5	
Autres et autres .....	6	
Nsp/Refus .....	9	

**Q1:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

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

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

**Q2:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Au cours des 12 derniers mois, comme conducteur, vous avez porté votre ceinture de sécurité ?

sinon => +1  
 si Q1=#1

- Toujours..... 1  
 Souvent ..... 2  
 Quelquefois..... 3  
 Rarement..... 4  
 Jamais ..... 5  
 Je n'ai pas conduit au cours des 12 derniers mois ..... 7  
 Je préfère ne pas répondre ..... 9

**Q3:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Au cours des 12 derniers mois, comme passager à l'avant, vous avez porté votre ceinture de sécurité ?

- Toujours..... 1  
 Souvent ..... 2  
 Quelquefois..... 3  
 Rarement..... 4  
 Jamais ..... 5  
 Je n'ai pas été passager à l'avant au cours des 12 derniers mois ..... 7  
 Je préfère ne pas répondre ..... 9

**Q4:**

*multiple, ouverte*  
*min = 1 max = 5 l = 2*

Pour quelle(s) raison(s) portez-vous votre ceinture de sécurité ?

<br><b>Plusieurs réponses possibles.

sinon => +1  
si Q2=#1-#4 OU Q3=#1-#4

- rotation -> 5 .....
- Par sécurité personnelle ..... 01
- Pour respecter la loi ..... 02
- Par habitude ..... 03
- Par crainte d'avoir des points d'inaptitudes ..... 04
- Par crainte d'une amende ..... 05
- En raison d'un accident antérieur ..... 06
- Autre ..... 96 O
- Je ne sais pas ..... 8 X
- Je préfère ne pas répondre ..... 9 X

**Q5:**

*multiple, ouverte*  
*min = 1 max = 10 l = 2*

Pour quelle(s) raison(s) ne portez-vous pas toujours votre ceinture de sécurité ?

<br><b>Plusieurs réponses possibles.

sinon => +1  
si Q2=#2-#5 OU Q3=#2-#5

- rotation -> 10 .....
- Oubli ..... 01
- Inconfort ..... 02
- Mauvaise habitude/ négligence..... 03
- Sortie et entrée fréquente du véhicule..... 04
- Court trajet..... 05
- Trajet sur autoroute..... 06
- Absence ou défectuosité de la ceinture..... 07
- Faible risque d'être arrêté..... 08
- Faible risque d'être blessé ..... 09
- Crainte de rester coincé dans le véhicule (dangereux)..... 10
- Autre ..... 96 O
- Je ne sais pas ..... 98 X
- Je préfère ne pas répondre ..... 99 X

**Q6:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Au cours des dernières semaines, vous rappelez-vous avoir vu, lu ou entendu de la publicité concernant le port de la ceinture de sécurité ?

- Oui ..... 1
- Non ..... 2 => +2
- Je ne sais pas ..... 8 => +2
- Je préfère ne pas répondre ..... 9

**Q7:***multiple, ouverte**min = 1 max = 4 l = 2*

Qu'est-ce que vous vous souvenez d'avoir vu, lu ou entendu?

Plusieurs réponses possibles

Publicité télévisée montrant des accidents de la route .....	01	N
Publicité à propos du port de la ceinture de sécurité /		
Promotion du port de la ceinture de sécurité.....	02	N
Le slogan " Attachez-vous à la vie " .....	03	N
Le slogan " Au Québec on s'attache " .....	04	N
Des accidentés de la route qui parlent de leurs expériences /		
Une victime qui raconte les conséquences de son accident .....	05	N
Explication des risques de ne pas porter la ceinture de sécurité .....	06	N
Il est obligatoire de porter la ceinture de sécurité /		
Le port de la ceinture est requis par la loi .....	07	N
Porter la ceinture peut sauver la vie.....	08	N
Des contrôles routiers pour vérifier le port de la ceinture de sécurité...	09	N
Annonces en anglais (Buckle up) .....	10	N
Publicité à la radio : On va vous annoncer la chose la plus importante		
suivi d'un clic d'une ceinture / Publicité à la radio avec		
un clic de ceinture à la fin .....	11	N
S'attacher même si c'est pour de courts trajets /		
S'attacher même si c'est pour aller au dépanneur.....	12	N
Il y a un grand nombre de personnes qui ne portent pas		
la ceinture de sécurité .....	13	N
Il est risqué de conduire sans porter la ceinture de sécurité. ....	14	N
L'impact lors d'un accident / l'impact lors d'une collision.....	15	N
Bulletins de nouvelles à la télé/radio au sujet d'accidents /		
Accidents rapportés aux nouvelles.....	16	N
Publicités à la radio (Sans précision).....	17	N
Publicité à télévision / Message de la SAAQ à la télévision		
(Sans précision) .....	18	N
Affichage sur les autoroutes /		
Affichage sur des panneaux électroniques sur l'autoroute .....	19	N
Annonces publicitaires		
(Sans précision quant au contenu ou au medium).....	20	N
Une publicité américaine /		
Publicités autres que celles de la SAAQ.....	95	N
Inscrivez votre réponse : .....	96	O
Je ne me souviens pas .....	98	
Je préfère ne pas répondre .....	99	

**Q8A: Publicité avec musique classique – de jour***simple**min = 1 max = 1 l = 1*

permutation -&gt; Q8B

Au cours du dernier mois, vous souvenez-vous d'avoir ENTENDU cette publicité à la radio ?

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



**Q8B: Publicité avec musique rock – de soir**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Au cours du dernier mois, vous souvenez-vous d'avoir ENTENDU cette publicité à la radio ?

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

**Q9:**

*simple, ouverte*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

Que voulait dire ces messages selon vous ?

- Attacher la ceinture de sécurité / Porter la ceinture de sécurité ..... 01 N
- La ceinture de sécurité peut sauver la vie ..... 02 N
- Porter la ceinture de sécurité en tout temps / Porter la ceinture de sécurité en toutes circonstances ..... 03 N
- Porter la ceinture de sécurité pour être en sécurité / Porter la ceinture de sécurité est une protection ..... 04 N
- Porter la ceinture de sécurité est un geste simple / Porter la ceinture de sécurité c'est simple et ça peut sauver la vie ..... 05 N
- Inscrivez votre réponse : ..... 96 O
- Je ne sais pas ..... 98
- Je préfère ne pas répondre ..... 99

**Q10A:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

écran [modèle 3] ->

Q10E

permutation -> Q10E

Voici maintenant une série d'énoncés concernant ces publicités. Indiquez votre degré d'accord avec chacun d'eux.						
	<i>Tout à fait d'accord</i>	<i>Plutôt d'accord</i>	<i>Plutôt en désaccord</i>	<i>Tout à fait en désaccord</i>	<i>Je ne sais pas</i>	<i>Je préfère ne pas répondre</i>
<i>Le message des publicités est clair.</i>						
<i>Ces publicités attirent mon attention.</i>						
<i>Ces publicités traitent de choses qui me concernent.</i>						
<i>Ces publicités sont convaincantes.</i>						
<i>Ces publicités sont efficaces pour amener les gens à modifier leur comportement par rapport au port de la ceinture de sécurité.</i>						

**Q10F:**

*simple*  
 min = 1 max = 1 l = 1

Et quel est votre degré d'accord avec l'énoncé suivant :

- Ces publicités m'amèneraient à m'attacher en tout temps.
- Tout à fait d'accord ..... 1
  - Plutôt d'accord ..... 2
  - Plutôt en désaccord ..... 3
  - Tout à fait en désaccord ..... 4
  - Ne s'applique pas car je m'attache déjà en tout temps. .... 7
  - Je ne sais pas ..... 8
  - Je préfère ne pas répondre ..... 9

**Q11:**

*simple*  
 min = 1 max = 1 l = 1

Vous souvenez-vous d'avoir lu ou entendu le slogan "Attachez-vous... tout le temps!" ?

- Oui ..... 1
- Non ..... 2
- Je ne me souviens pas ..... 8
- Je préfère ne pas répondre ..... 9

**Q12:**

*simple*  
 min = 1 max = 1 l = 1

Vous êtes-vous senti concerné par ces publicités en tant que conducteur ?

- |             |  |
|-------------|--|
| sinon => +2 |  |
| si Q1=#1    |  |
- Oui ..... 1      => +2
  - Non ..... 2
  - Je préfère ne pas répondre ..... 9

**Q13:**

*simple, ouverte*  
 min = 1 max = 1 l = 2

Pourquoi ?

- Je porte la ceinture de sécurité en tout temps /
- Je porte toujours la ceinture de sécurité en auto /
- J'ai l'habitude de porter la ceinture de sécurité en tout temps ..... 01 N
- Je n'ai jamais vu, lu ou entendu ces publicités /
- Je ne me souviens pas d'avoir vu, lu ou entendu ces publicités ..... 02 N
- Ce sont des publicités banales / Les publicités ne frappent pas l'imagination /
- Les publicités ne se démarquent pas des autres publicités ..... 03 N
- Les publicités ne changeront pas le comportement des gens ..... 04 N
- Je n'aime pas être attaché(e) / Je n'aime pas porter la ceinture de sécurité ..... 05 N
- Je ne me sens pas concerné (e) ..... 06 N
- Inscrivez votre réponse : ..... 96 O
- Je ne sais pas ..... 98
- Je préfère ne pas répondre ..... 99

**Q14:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Vous êtes-vous senti concerné par ces publicités en tant que passager ?

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

**Q15:**

*simple, ouverte*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

Pourquoi ?

- Je porte la ceinture de sécurité en tout temps /  
 Je porte toujours la ceinture de sécurité en auto /  
 J'ai l'habitude de porter la ceinture de sécurité en tout temps ..... 01 N  
 Je n'ai jamais vu, lu ou entendu ces publicités /  
 Je ne me souviens pas d'avoir vu, lu ou entendu ces publicités ..... 02 N  
 Ce sont des publicités banales / Les publicités ne frappent pas l'imagination /  
 Les publicités ne se démarquent pas des autres publicités ..... 03 N  
 Les publicités ne changeront pas le comportement des gens ..... 04 N  
 Je n'aime pas être attaché(e) / Je n'aime pas porter la ceinture de sécurité ..... 05 N  
 Je ne me sens pas concerné (e) ..... 06 N  
 Je ne suis pas passager / Je suis toujours conducteur ..... 07 N  
 Inscrivez votre réponse : ..... 96 O  
 Je ne sais pas ..... 98  
 Je préfère ne pas répondre ..... 99

**SCOL:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Les prochaines questions serviront à des fins statistiques seulement. À quel niveau se situe la dernière année de scolarité que vous avez terminée ? Est-ce...

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

**ENFAN:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

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

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

**EMPL2:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Travaillez-vous à TEMPS PLEIN, à TEMPS PARTIEL, êtes-vous en  
 RECHERCHE D'EMPLOI, AU FOYER, ÉTUDIANT(E) ou RETRAITÉ(E) ?

- TEMPS PLEIN (30 heures ou plus par semaine) ..... 1
- TEMPS PARTIEL (moins de 30 heures par semaine)..... 2
- RECHERCHE D'EMPLOI (Ass. chômage/Ass. sociale) ..... 3
- AU FOYER ..... 4
- ETUDIANT(E)..... 5
- RETRAITÉ(E)..... 6
- Je préfère ne pas répondre ..... 9

**REVEN:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le REVENU total avant  
 impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2008 ? Est-ce...

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

**INT99:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

Nous vous remercions de votre précieuse collaboration, elle est grandement  
 appréciée. CLIQUEZ SUR LA FLÈCHE POUR SAUVEGARDER VOTRE  
 QUESTIONNAIRE

Complété.....CO DI => /REDIR

## Version anglaise du questionnaire

### LANG (I):

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 2

Would you prefer to complete the survey in English or French? Aimeriez-vous mieux répondre à ce questionnaire en anglais ou en français ?

Français..... FR  
English..... EN

### Q0QC:

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 2

In which Quebec area do you live?

Bas-Saint-Laurent..... 01 => +6  
Saguenay-Lac-Saint-Jean..... 02 => +6  
Québec City (this administrative region is now called Capitale-Nationale) 03 => Q0QCD  
.....  
Mauricie..... 04 => +6  
Estrie..... 05 => +6  
Montréal..... 06 => +6  
Outaouais..... 07 => +6  
Abitibi-Témiscamingue..... 08 => +6  
Côte-Nord..... 09 => +6  
Gaspésie/Iles-de-la-Madeleine..... 11 => +6  
Nord-du-Québec..... 10 => +6  
Chaudière-Appalaches..... 12 => Q0QCE  
Laval..... 13 => +6  
Lanaudière..... 14 => Q0QCA  
Laurentides..... 15 => Q0QCB  
Montérégie..... 16 => Q0QCC  
Centre-du-Québec..... 17 => +6

### CALCM:

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

=> \*

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

..... 1

### CALCQ:

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

=> \*

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

..... 2

**CALCA:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

=> \*  
si SI((CALCM=SR ET CALCQ=SR),3)

..... 3

**REGIO:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

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

MTL RMR ..... 1  
QC RMR ..... 2  
..... 3

**NOMX:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 2

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

LOWER ST-LAWRENCE ..... 01  
SAGUENAY/LAC-SAINT-JEAN ..... 02  
QUEBEC - RMR ..... 03  
MAURICIE ..... 04  
EASTERN TOWNSHIPS ..... 05  
MONTREAL ..... 06  
OUTAOUAIS ..... 07  
ABITIBI/TEMISCAMINGUE ..... 08  
COTE-NORD ..... 09  
GASPESIE ..... 11  
CHAUDIERE-APPALACHES - RMR ..... 12  
LAVAL ..... 13  
LANAUDIERE - RMR ..... 14  
LAURENTIANS - RMR ..... 15  
MONTEREGIE - RMR ..... 16  
LANAUDIERE-OTHER ..... 24  
LAURENTIANS-OTHER ..... 25  
MONTEREGIE-OTHER ..... 26  
CHAUDIERES-APPALACHES OTHER ..... 32  
QUEBEC OTHER ..... 33  
CENTRE-DU-QUEBEC ..... 17

**Q0AGE:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

How old are you?

Under 18 years of age.....	01	
18-24 years of age.....	02	=> +2
25-34 years of age.....	03	=> +2
35-44 years of age.....	04	=> +2
45-54 years of age.....	05	=> +2
55-64 years of age.....	06	=> +2
65-74 years of age.....	07	=> +2
75 years of age or older.....	08	=> +2
I prefer not answering.....	99	

**INT97:**

*simple*  
*min = 0 max = 1 l = 2*

We thank you for your precious collaboration; it is greatly appreciated. <font color=red>Unfortunately, we have reached the number of participants for your profile.</script> **CLICK ON THE ARROW TO SAVE THE QUESTIONNAIRE**  
Please click on the arrow to exit the survey.....NE D => /REDI

**SEXE:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

You are ...

A man .....	1
A woman.....	2

**LANGU:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

What is the language you first learned at home in your childhood and that you still understand?

French .....	1
English.....	2
Other .....	3
French and English .....	7
French and other .....	4
English and other .....	5
Other and other .....	6
Dnk/Refusal .....	9

**Q1:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Do you have a valid Québec driver's licence? (Including temporary and probationary licences)

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

**Q2:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

In the last 12 months, how often did you wear your seat belt as a driver?

sinon => +1  
si Q1=#1

- Always ..... 1
- Often ..... 2
- Sometimes ..... 3
- Rarely..... 4
- Never ..... 5
- I haven't driven in the past 12 months ..... 7
- I prefer not answering ..... 9

**Q3:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

In the last 12 months, how often did you wear your seat belt as a front seat passenger?

- Always ..... 1
- Often ..... 2
- Sometimes ..... 3
- Rarely..... 4
- Never ..... 5
- I haven't been a front seat passenger in the past 12 months ..... 7
- I prefer not answering ..... 9



**Q4:**

*multiple, ouverte*  
*min = 1 max = 5 l = 2*

What are the reasons why you wear your seat belt?

<br><b>Possibility of several answers.

sinon => +1  
si Q2=#1-#4 OU Q3=#1-#4

- rotation -> 5 .....
- For my personal security..... 01
- To respect the law ..... 02
- Out of habit..... 03
- Afraid of demerit points..... 04
- Afraid of being fined ..... 05
- Because of a previous accident ..... 06
- Other ..... 96 O
- I don't know ..... 8 X
- I prefer not answering ..... 9 X

**Q5:**

*multiple, ouverte*  
*min = 1 max = 10 l = 2*

What are the reasons why you do not always wear your seat belt?

<br><b>Possibility of several answers.

sinon => +1  
si Q2=#2-#5 OU Q3=#2-#5

- rotation -> 10 .....
- I forget ..... 01
- Uncomfortable ..... 02
- Bad habit / negligence ..... 03
- Frequently in and out of the vehicle ..... 04
- Short distance ..... 05
- Highway travel..... 06
- Absence or defective seat belts ..... 07
- Low risk of being stopped ..... 08
- Low risk of being injured..... 09
- Fear of being trapped in the vehicle (dangerous)..... 10
- Other ..... 96 O
- I don't know ..... 98 X
- I prefer not answering ..... 99 X

**Q6:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

In the last few weeks, do you recall having seen, read or heard advertising on seat belt use?

- Yes..... 1
- No ..... 2 => +2
- I don't know ..... 8 => +2
- I prefer not answering ..... 9

**Q7:**

*multiple, ouverte*  
*min = 1 max = 4 l = 2*

What do you remember having seen, read or heard?

- Possibility of several answers
- ..... 01 N
  - ..... 02 N
  - ..... 03 N
  - ..... 04 N
  - ..... 05 N
  - ..... 06 N
  - ..... 07 N
  - ..... 08 N
  - ..... 09 N
  - ..... 10 N
  - ..... 11 N
  - ..... 12 N
  - ..... 13 N
  - ..... 14 N
  - ..... 15 N
  - ..... 16 N
  - ..... 17 N
  - ..... 18 N
  - ..... 19 N
  - ..... 20 N
  - ..... 95 N
  - Indicate your answer:..... 96 O
  - I don't remember..... 98
  - I prefer not answering..... 99

**Q8A: Publicité avec la musique classique – de jour**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

permutation -> Q8B

In the last month, do you recall having HEARD this ad on the radio?

- Yes..... 1
- No..... 2
- I prefer not answering..... 9
- I have a technical problem: I can't hear the ad..... 7 => SCOL

**Q8B: Publicité avec la musique rock – de soir**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

In the last month, do you recall having HEARD this ad on the radio?

- Yes..... 1
- No..... 2
- I prefer not answering..... 9
- I have a technical problem: I can't hear the ad..... 7 => SCOL

**Q9:**

*simple, ouverte*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

- What were the messages about according to you?
- ..... 01 N
  - ..... 02 N
  - ..... 03 N
  - ..... 04 N
  - ..... 05 N
- Indicate your answer:..... 96 O
- I don't recall ..... 98
- I prefer not answering ..... 99

**Q10A:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

écran [modèle 3] ->  
 Q10E  
 permutation -> Q10E

The following are a series of statements about these advertisements. Indicate your level of agreement for each.

	<i>Strongly agree</i>	<i>Somewhat agree</i>	<i>Somewhat disagree</i>	<i>Strongly disagree</i>	<i>I don't know</i>	<i>I prefer not answering</i>
<i>The message of these advertisements is clear.</i>						
<i>These advertisements attract my attention.</i>						
<i>These advertisements deal with things that concern me.</i>						
<i>These advertisements are convincing.</i>						
<i>These advertisements are effective in making people change their behaviour towards seat belt use.</i>						

**Q10F:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

- And what is your level of agreement with the following statement:
- These advertisements motivate me to always buckle up.
- Strongly agree..... 1
  - Somewhat agree..... 2
  - Somewhat disagree ..... 3
  - Strongly disagree ..... 4
  - Not applicable because I always buckle up ..... 7
  - I don't know ..... 8
  - I prefer not answering ..... 9

**Q11:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

- Do you recall having seen or heard the slogan "Always buckle up!"?
- Yes ..... 1
  - No ..... 2
  - I don't recall ..... 8
  - I prefer not answering ..... 9

**Q12:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

Did you feel concerned by these advertisements as a driver?

sinon => +2  
si Q1=#1

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

**Q13:**

*simple, ouverte*  
min = 1 max = 1 l = 2

- Why?
- ..... 01 N
  - ..... 02 N
  - ..... 03 N
  - ..... 04 N
  - ..... 05 N
  - ..... 06 N
  - Indicate your answer: ..... 96 O
  - I don't know ..... 98
  - I prefer not answering ..... 99

**Q14:**

*simple*  
min = 1 max = 1 l = 1

Did you feel concerned by these advertisements as a passenger?

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

**Q15:**

*simple, ouverte*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

Why?

.....	01	N
.....	02	N
.....	03	N
.....	04	N
.....	05	N
.....	06	N
.....	07	N
Indicate your answer:.....	96	O
I don't know .....	98	
I prefer not answering .....	99	

**SCOL:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

The following questions are for statistical purposes only. What is the last year of education that you have completed?

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

**ENFAN:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

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

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

**EMPL2:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 1*

Do you work FULL TIME, PART TIME, are LOOKING FOR WORK, are A  
HOMEMAKER, a STUDENT or are you RETIRED?

- FULL TIME (30 hours or more per week) ..... 1
- PART TIME (less than 30 hours per week)..... 2
- LOOKING FOR WORK (Unemployment/Welfare) ..... 3
- HOMEMAKER ..... 4
- STUDENT ..... 5
- RETIRED ..... 6
- I prefer not answering ..... 9

**REVEN:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

Among the following categories, which one best reflects the total INCOME, before  
taxes, of all the members of your household in 2008?

- \$19,999 or less ..... 01
- between \$20,000 and \$39,999 ..... 02
- between \$40,000 and \$59,999 ..... 03
- between \$60,000 and \$79,999 ..... 04
- between \$80,000 and \$99,999 ..... 05
- \$100,000 or more ..... 06
- I prefer not answering ..... 99

**INT99:**

*simple*  
*min = 1 max = 1 l = 2*

We thank you for your valuable time and collaboration; it is greatly appreciated.  
CLICK ON THE ARROW TO SAVE THE QUESTIONNAIRE

Completed.....CO DI => /REDIR