



**Sondage postcampagne
Opération déneigement**

Rapport final

Avril 2010
Dossier 77236-135



580, Grande-Allée Est, bureau 580, Québec, Québec G1R 2K2 • Tél. : 418-522-7467 • Téléc. : 418-522-7977
• www.legermarketing.com •

Table des matières

Contexte, objectifs et méthodologie	3
Profil des répondants	5
Moyens de transport et fréquence d'utilisation	5
Faits saillants.....	6
Résultats détaillés	8
1. Perceptions et comportements à l'égard des opérations de déneigement	9
2. Notoriété de la campagne «Opération déneigement »	13
2.1 Notoriété totale de la campagne.....	13
2.2 Notoriété assistée de la publicité télévisée	14
2.3 Notoriété assistée du message radiophonique	15
2.4 Notoriété assistée des publicités diffusées dans les journaux.....	17
2.5 Appréciation des publicités.....	18
2.6 Notoriété spontanée de l'annonceur	19
2.7 Impact de la campagne	20
3. En conclusion.....	22
Annexe 1 : Composition détaillée des cinq grandes régions administratives	24
Annexe 2 : Questionnaire	25

Contexte, objectifs et méthodologie

Contexte et objectifs

La Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) a entrepris diverses actions visant à sensibiliser les automobilistes et les piétons à l'importance du partage de la route avec les conducteurs des véhicules de déneigement. La SAAQ a notamment lancé, à l'échelle provinciale, une nouvelle campagne publicitaire intitulée « Opération déneigement » qui s'est tenue entre décembre 2009 et février 2010.

La présente étude vise à établir un portrait des perceptions et comportements de la population québécoise à l'égard du partage de la route lors des opérations de déneigement. Également, la SAAQ désire mesurer la notoriété de la campagne et cerner son impact sur la population québécoise.

Plan média

Publicité francophone de 30 secondes diffusée à la télévision francophone sur les réseaux conventionnels (600 peb; 7 décembre 2009 au 3 janvier 2010) et à la télévision francophone spécialisée (525 peb; 4 janvier 2010 au 21 février 2010).

- On débute la publicité en y montrant des camions de déneigement à l'œuvre sur une maquette de papier blanc qui simule la neige sur la musique de Kalimka. On voit d'abord un camion qui déneige, ensuite plusieurs autres s'ajoutent et on les voit déneiger de façon parallèle et perpendiculaire, simulant les rues d'une ville. Ensuite, un narrateur dit que les déneigeurs et leur machinerie ont besoin de place pour travailler, et qu'il faut se tenir à distance pour rester en sécurité.

Publicité anglophone de 30 secondes de 800 peb diffusée à la radio de Montréal du 7 décembre 2009 au 3 janvier 2010.

- Sur fond de musique carnavalesque, un narrateur imitant un animateur de cirque présente les camions de déneigement qui envahissent les rues. Il dit au public que ces camions déneigent nos rues, qu'ils sont immenses et qu'on doit se tenir à distance pour rester en sécurité.

Publireportage diffusé dans tous les quotidiens québécois du 9 janvier 2010.

- Intitulé « Opération déneigement ». Déneiger les rues et les routes : une tâche colossale! », le publireportage insiste sur la vigilance et la patience dont tous les citoyens doivent faire preuve après une bordée de neige lorsque les véhicules de déneigement envahissent les rues. Le publireportage informe également la population sur l'ampleur des ressources consacrées au déneigement chaque année et sensibilise face aux risques encourus dans ce type d'opération. Des photos de camions de déneigement à l'œuvre sont montrées au bas de la page.

Population à l'étude

La population cible à l'étude est constituée de citoyens du Québec âgés de 18 ans et plus, ayant accès à Internet et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Méthodologie

La présente étude a été réalisée au moyen d'un sondage en ligne auprès d'un échantillon représentatif de 1151 internautes âgé(e)s de 18 ans ou plus résidant dans la province de Québec.

Le sondage était en ligne entre le 23 au 27 février 2010. L'échantillon a été tiré à partir du panel d'internautes de Léger Marketing, représentatif de la population internet du Québec. Ce sondage était accessible par le biais d'un hyperlien placé dans un courriel qui était adressé personnellement aux panélistes.

À partir des données fournies par Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue maternelle et la région afin de rendre l'échantillon représentatif de la population à l'étude. Deux autres facteurs de pondération ont été ajoutés pour rendre les données encore plus conformes à la population : le niveau de scolarité et la détention d'un permis de conduire (basée sur les données de la SAAQ).

Finalement, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de cette taille est de $\pm 2,89\%$, 19 fois sur 20. Les internautes interrogés ont pris en moyenne six minutes pour répondre au questionnaire.

Normes publicitaires

La performance publicitaire de la campagne « Opération déneigement » est comparée aux normes publicitaires de Léger Marketing et celles de la SAAQ.

Les normes publicitaires de Léger Marketing sont construites à partir des sondages post-campagnes publicitaires réalisés au cours des cinq dernières années, et ce, tant auprès d'entreprises privées qu'auprès de ministères et d'organismes gouvernementaux ayant investi, pour leur campagne publicitaire, entre 200-300 peb/semaine. Pour établir la norme, nous avons calculé une moyenne de moyennes des résultats. Les normes sont actualisées une fois par année.

Les normes de la SAAQ sont divisées en trois :

- ❑ Normes de la campagne Alcool : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des dix dernières publicités (les publicités de 2000 à 2009);
- ❑ Normes de la campagne Vitesse : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des huit dernières publicités (les publicités de 2001 à 2004 et de 2006 à 2009);
- ❑ Normes de la campagne Piétons : Le calcul de la moyenne des moyennes des résultats des deux dernières publicités (les publicités de 2007 et 2009).

Lecture du rapport

- ▶ Dans les tableaux et graphiques, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées.
- ▶ Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude, les proportions significatives supérieures sont présentées en **bleu** dans les tableaux et graphiques, alors que celles inférieures sont présentées en **rouge**.
- ▶ Le cas échéant, les totaux différents de 100% sont dus à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier.
- ▶ Aussi, dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux à ces questions excèdent 100%.
- ▶ La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.

Profil des répondants

Profil sociodémographique		n=1151
Sexe		
Homme		48%
Femme		52%
Âge		
18 à 24 ans		11%
25 à 34 ans		16%
35 à 44 ans		19%
45 à 54 ans		21%
55 à 64 ans		16%
65 ans et plus		18%
Scolarité		
Primaire/secondaire		36%
Collégial		29%
Universitaire		34%
Région		
Grande région de Montréal*		47%
Grande région de Québec*		9%
Autres régions		43%

Profil sociodémographique		n=1151
Langue maternelle		
Francophone		79%
Non-francophone		21%
Revenu familial annuel		
Moins de 20 000 \$		10%
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$		21%
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$		19%
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$		12%
80 000 \$ et plus		22%
Occupation principale		
Travailleur de bureau / services / ventes		24%
Travailleur manuel		8%
Professionnel		26%
Au foyer		5%
Étudiant		8%
Retraité		24%
Sans emploi		4%

*Grandes régions de Montréal et de Québec : régions métropolitaines de recensement (RMR) de Montréal et de Québec. Une région métropolitaine de recensement (RMR) est formée d'une ou de plusieurs municipalités adjacentes situées autour d'une grande région urbaine (appelée noyau urbain). Un noyau urbain doit compter au moins 100 000 habitants pour former une région métropolitaine de recensement.

L'annexe 1 présente la composition détaillée des cinq grandes régions administratives (grandes régions de Montréal et de Québec, Est, Centre et Ouest). L'Est, le Centre et l'Ouest ont été regroupés sous l'appellation « Autres régions ».

Moyens de transport et fréquence d'utilisation

Profil des répondants	Total n=1151
Titulaires de permis de conduire au Québec¹	
Titulaires	83%
Non-titulaires	17%
Temps moyen consacré à la marche extérieure à chaque jour²	
Moins de 15 minutes	38%
15 à 30 minutes	36%
31 à 60 minutes	21%
Plus de 60 minutes	4%
Moyen de transport utilisé le plus souvent³	
Automobile ou autre véhicule motorisé (moto)	74%
Autobus, métro (transport en commun)	16%
À pied	8%
Vélo	1%

1. Q17. Avez-vous un permis de conduire valide au Québec (NOTE : inclure moto, probatoire, apprenti, etc.)

2. Q16. Personnellement, l'hiver, à combien estimez-vous le temps que vous passez à marcher à l'extérieur (dans les rues ou sur les trottoirs) à chaque jour en moyenne? Diriez-vous...

3. Q15. Quel moyen de transport utilisez-vous le plus souvent, que ce soit pour aller travailler, vous rendre à l'école, aller travailler, pour vos loisirs ou autre?

Faits saillants

Perceptions et comportements à l'égard des opérations de déneigement

<p>Perceptions des comportements adoptés par les conducteurs et les piétons lors des opérations de déneigement</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La majorité des personnes interrogées pensent que les rues et les routes sont dégagées assez rapidement après les chutes de neige abondantes (68%) et que les opérateurs de véhicules de déneigement conduisent d'une façon sécuritaire pour les automobilistes et les piétons (55%). ➤ Par contre, les répondants estiment que les opérations de déneigement des rues et des trottoirs sont dérangeantes pour les conducteurs ou les piétons (64%) et qu'il n'y a pas suffisamment de surveillance policière pour contrôler les véhicules de déneigement (74%).
<p>Perceptions à l'égard des difficultés rencontrées par les conducteurs de véhicules de déneigement</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plus du tiers des répondants considèrent que la principale difficulté rencontrée par les conducteurs de véhicules de déneigement est la présence de véhicules stationnés sur la rue pendant le déneigement (37%), tandis que 22% identifient le manque de visibilité des conducteurs lors de la conduite.

Notoriété de la campagne « Opération déneigement »

<p>Notoriété assistée de la campagne « Opération déneigement »</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les trois quarts des répondants (75%) ont vu ou entendu une des publicités de la campagne « Opération déneigement » au cours des dernières semaines. ➤ Plus particulièrement, 71% des personnes interrogées se souviennent avoir vu la publicité à la télévision, 24% se souviennent avoir vu une publicité dans les journaux, tandis que 11% ont entendu la publicité radio.
<p>Notoriété de l'annonceur</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Spontanément, les gens ne font pas le lien entre la campagne « Opération déneigement » et la SAAQ. En effet, seulement 3% des personnes interrogées associent les publicités à la SAAQ, tandis que 21% les associent au Ministère des Transports du Québec et 11% au gouvernement du Québec.
<p>Appréciation de la campagne</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La campagne « Opération déneigement » a été relativement appréciée. Sur une échelle de 0 à 10, la note moyenne d'appréciation est de 6,8 sur 10. Les répondants qui avaient vu, lu ou entendu au moins une des publicités avant la tenue du sondage ont donné une note d'appréciation de 7,1 sur 10 alors que ceux qui n'avaient pas été exposés à la campagne avant le sondage donnent une note moyenne de 5,8 sur 10.
<p>Impact de la campagne</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La campagne a eu un impact positif sur la population. Près des trois quarts des répondants (74%) se sont sentis personnellement concernés par la campagne et croient qu'ils seront plus attentifs à la présence des véhicules de déneigement. ➤ Dans l'ensemble, 72% des répondants ont trouvé que les publicités de la campagne se démarquaient par leur originalité.

Résultats détaillés

1. Perceptions et comportements à l'égard des opérations de déneigement

Après les chutes de neige importantes, les opérations de déneigement amènent les automobilistes et les piétons à partager la route avec les véhicules de déneigement. Les répondants ont eu à indiquer leur niveau d'accord avec divers énoncés concernant leurs perceptions sur ce type d'opération.

La majorité des personnes interrogées pensent que les rues et les routes sont dégagées assez rapidement après les chutes de neige abondantes (68%). Selon 55% des répondants, les opérateurs de véhicules de déneigement conduiraient d'une façon sécuritaire pour les automobilistes et les piétons mais 44% pensent le contraire.

Un répondant sur deux croit que les conducteurs et les piétons ne se comportent pas d'une façon sécuritaire en présence de véhicules de déneigement (51%) et qu'ils sont impatients pendant les opérations de déneigement des rues et des routes (56%).

De plus, 64% des personnes interrogées croient que les opérations de déneigement sont dérangeantes pour les conducteurs et les piétons, et 74% pensent qu'il n'y a pas assez de surveillance policière pour contrôler les véhicules de déneigement.

Q1. à Q6. Habituellement, après une chute de neige abondante, des opérations de déneigement se mettent rapidement en branle pour dégager les rues, les voies de circulation et les trottoirs. À ces occasions, les automobilistes et les piétons doivent partager la route avec des véhicules de déneigement. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord.						
(n=1151)						
Les énoncés	EN ACCORD			EN DÉSACCORD		
	Tout à fait	Plutôt	TOTAL	Plutôt	Tout à fait	TOTAL
Les rues et les routes sont dégagées assez rapidement.	13%	55%	68%	22%	9%	31%
Les opérateurs de véhicules de déneigement conduisent d'une façon sécuritaire pour les automobilistes et les piétons.	8%	47%	55%	31%	13%	44%
Les conducteurs et les piétons se comportent d'une façon sécuritaire en présence de véhicules de déneigement.	6%	42%	48%	39%	12%	51%
Les conducteurs et les piétons sont patients pendant les opérations de déneigement des rues et des routes.	6%	37%	43%	40%	16%	56%
Les opérations de déneigement des rues et des routes ne sont pas dérangeantes pour les conducteurs ou les piétons.	3%	32%	34%	45%	19%	64%
Il y a suffisamment de surveillance policière pour contrôler les opérateurs de véhicules de déneigement.	4%	19%	23%	42%	32%	74%

Note : Le complément à 100% représente ceux qui ne savent pas ou qui refusent de répondre.

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être en accord avec chacun des énoncés.

<p>Les rues et les routes sont dégagées assez rapidement. (68% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les résidents du Centre-du-Québec (78%); » les 55 à 64 ans (78%); » les retraités (76%); » les francophones (70%).
<p>Les opérateurs de véhicules de déneigement conduisent d'une façon sécuritaire pour les automobilistes et les piétons. (54% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les résidents du Centre-du-Québec (65%); » les travailleurs manuels (65%); » les gens dont le revenu familial total se situe entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (61%); » ceux qui ont complété une scolarité de niveau collégial (59%); » les hommes (58%); » les francophones (56%).
<p>Les conducteurs et les piétons se comportent d'une façon sécuritaire en présence de véhicules de déneigement. (48% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les étudiants (61%); » les résidents du Centre-du-Québec (56%); » les hommes (53%).
<p>Les conducteurs et les piétons sont patients pendant les opérations de déneigement des rues et des routes. (42% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les personnes qui marchent plus de 60 minutes par jour à l'extérieur l'hiver (60%); » les résidents du Centre-du-Québec (54%); » les 55 à 64 ans (54%); » les étudiants (53%); » les gens dont le revenu familial total se situe entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (53%); » les retraités (52%); » les hommes (49%).
<p>Les opérations de déneigement des rues et des routes ne sont pas dérangeantes pour les conducteurs ou les piétons. (35% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les résidents du Centre-du-Québec (44%); » les gens ayant complété une scolarité de niveau collégial (39%).
<p>Il y a suffisamment de surveillance policière pour contrôler les opérateurs de véhicules de déneigement. (23% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les gens dont le revenu familial total est de moins de 20 000 \$ (35%); » les étudiants (33%); » les résidents du Centre-du-Québec (32%); » les personnes qui ne détiennent pas de permis de conduire (32%); » celles qui se déplacent principalement en autobus ou en métro (31%); » les hommes (26%).

Les répondants ont eu à identifier la principale difficulté rencontrée par les conducteurs d'un véhicule de déneigement. Plus du tiers des personnes interrogées considèrent que la principale difficulté est la présence de véhicules stationnés sur la rue pendant les opérations de déneigement (37%), tandis que 22% identifient le manque de visibilité. La pression pour déneiger rapidement et le manque de collaboration des conducteurs automobiles recueillent chacun l'aval de 15% des répondants.

Q8. Selon vous, quelle est la principale difficulté pour un conducteur d'un véhicule de déneigement? (n=1151)	
Les véhicules stationnés sur la rue pendant les opérations de déneigement	37%
Le manque de visibilité (plusieurs angles morts)	22%
La pression pour déneiger rapidement	15%
Le manque de collaboration des conducteurs automobiles	15%
Les rues trop étroites	5%
La distance de freinage	1%
Toutes ces réponses	2%
Autres	1%
Ne sait pas / Refus	2%

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à croire que la principale difficulté rencontrée par les conducteurs de véhicules de déneigement est ...

... la présence de véhicules stationnés sur la rue pendant les opérations de déneigement (37%) :

- les résidents de la région métropolitaine de Québec (50%) et ceux de l'ouest du Québec (46%);
- les 65 ans et plus (49%);
- les gens qui marchent moins de 15 minutes par jour à l'extérieur pendant l'hiver (40%);
- les francophones (40%).

... le manque de visibilité (22%) :

- les non-francophones (35%);
- les gens dont le revenu familial total se situe entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (29%);
- les résidents de la région métropolitaine de Montréal (28%).

... la pression pour déneiger rapidement (15%) :

- les personnes dont le principal moyen de transport est l'autobus ou le métro (26%);
- les 35 à 44 ans (21%);
- les personnes ayant complété une scolarité de niveau universitaire (20%).

... le manque de collaboration des conducteurs automobiles (15%) :

- les travailleurs manuels (26%);
- les gens qui ont un ou des enfant(s) de moins de 18 ans (23%);
- ceux dont le revenu familial total se situe entre 60 000 \$ et 79 999 \$ (22%);
- les employés de bureau et ceux travaillant dans les domaines des services et de la vente (20%);
- les 45 à 54 ans (19%);
- les gens dont le principal moyen de transport est une automobile ou un autre véhicule motorisé (17%).

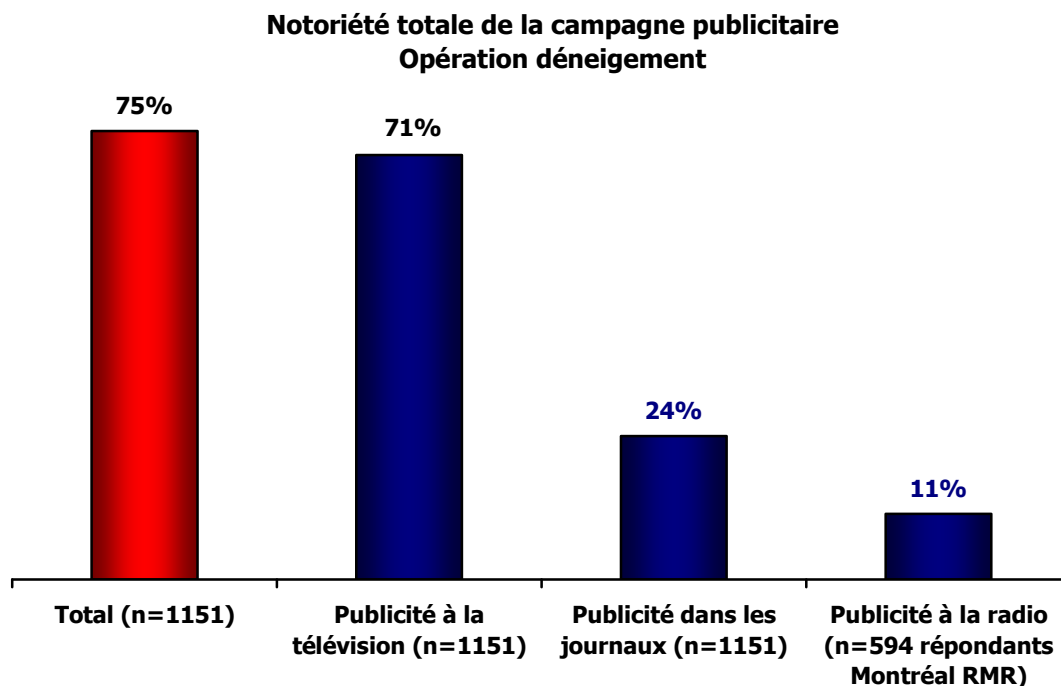
2. Notoriété de la campagne «Opération déneigement »

Les répondants ont été sondés sur les trois volets de la campagne « Opération déneigement » : la publicité télévisée, le message radiophonique et les publicités diffusées dans les journaux. Ils avaient la possibilité de visionner ou écouter les messages. Par la suite, les répondants devaient nous indiquer s'ils se souvenaient avoir vu ou entendu ces publicités et devaient nous faire part de leur appréciation.

2.1 Notoriété totale de la campagne

La notoriété totale de la campagne publicitaire « Opération déneigement » est de 75%, soit les répondants qui ont vu, lu ou entendu au moins une publicité à la télévision, à la radio ou encore dans les journaux.

La publicité dont la notoriété est la plus élevée est celle diffusée en français à la télévision (71%). La publicité dans les journaux a été lue par 24% des répondants. Et, en ce qui concerne la publicité anglophone diffusée à la radio dans la région de Montréal, 11% des répondants de cette région se souviennent de l'avoir entendu.



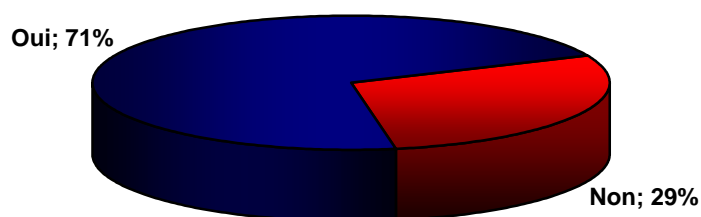
Les sections 2.2, 2.3 et 2.4 présentent les résultats de façon détaillée.

2.2 Notoriété assistée de la publicité télévisée

Sur l'ensemble de l'échantillon sondé, 71% des personnes interrogées se souviennent avoir vu la publicité à la télévision au cours des dernières semaines. La notoriété est significativement plus élevée chez les francophones (83%) que chez les non-francophones (26%). Ce résultat n'est pas surprenant dans la mesure où le message télévisé n'a été diffusé qu'en français.

Q9. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu la publicité suivante à la télévision?

(n=1151)



Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à se souvenir avoir vu la publicité à la télévision (71%) :

- les francophones (83%);
- les travailleurs manuels (82%);
- les hommes (76%);
- les personnes qui possèdent un permis de conduire (75%);
- celles qui se déplacent principalement en automobile ou avec un autre véhicule motorisé (74%).

Comparaison de la performance publicitaire

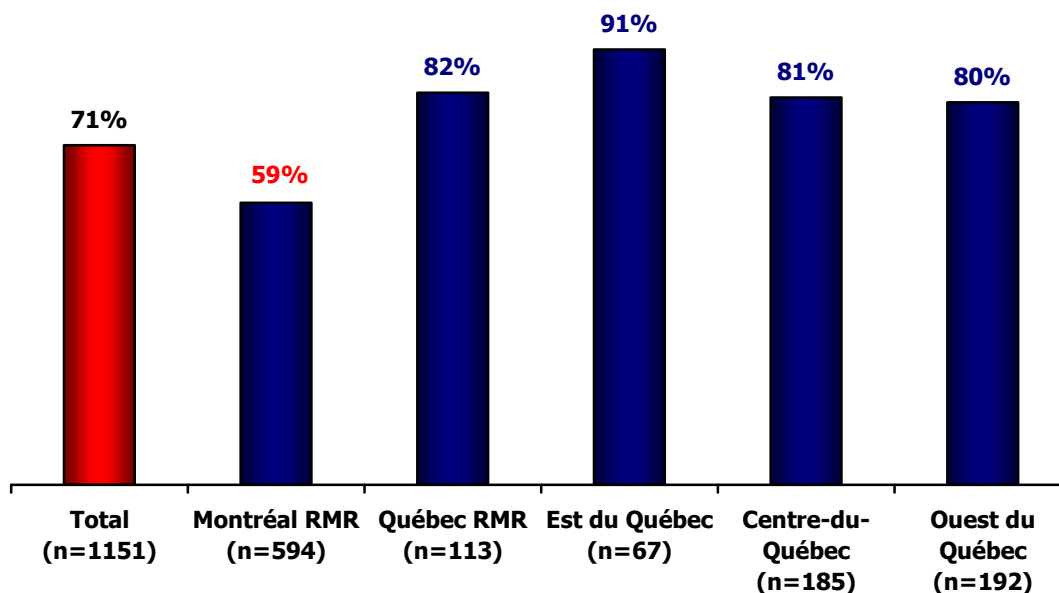
Nous pouvons qualifier d'élevée la notoriété de 71% de la publicité francophone télévisée de « l'Opération déneigement ». De fait, cette notoriété est supérieure à la norme Léger Marketing pour une campagne télévisée au Québec de 200-300 peb/semaine qui se situe entre 45% et 60%.

Il est également intéressant de comparer le résultat de « l'Opération déneigement » avec les normes SAAQ pour les campagnes Alcool, Vitesse et Piétons. En fait, la publicité télévisée de l'Opération déneigement performe de façon comparable aux publicités télévisées des campagnes Alcool et Vitesse, sachant que ces campagnes sont réalisées depuis plusieurs années.

NORMES SAAQ	
Notoriété assistée d'une publicité télévisée au Québec	
Opération déneigement	71%
Campagne Alcool	77%
Campagne Vitesse	72%
Campagne Piétons	47%
Norme provinciale Léger Marketing (200-300 peb/semaine)	45%-60%

La notoriété assistée de la publicité télévisée est significativement moins élevée dans la région métropolitaine de Montréal (59%), ce taux oscillant entre 80% et 91% dans les autres régions de la province.

Q9. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu la publicité suivante à la télévision?

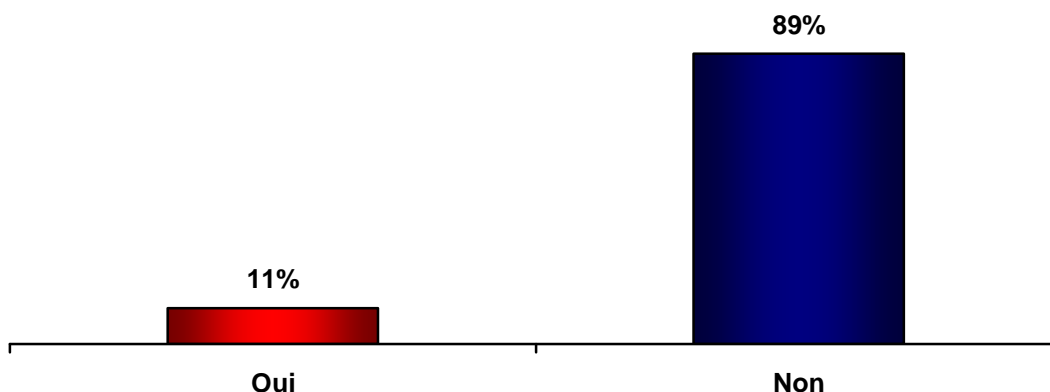


2.3 Notoriété assistée du message radiophonique

La publicité radiophonique était diffusée en anglais dans la région de Montréal et sa notoriété est de 11% dans cette région. Soulignons que 16% des non-francophones se souviennent avoir entendu cette publicité radio comparativement à 9% chez les francophones.

Q10. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir entendu la publicité suivante à la radio?

(n=594, région de Montréal RMR)



La proportion de ceux qui se souviennent avoir entendu la publicité radio est plus élevée chez les sous-groupes suivants (11%) :

- les gens dont le revenu familial total se situe entre 60 000 \$ et 79 999 \$(19%);
- les hommes (17%);
- les non-francophones (16%);
- les gens qui ont un ou des enfant(s) de moins de 18 ans (16%);
- ceux qui se déplacent principalement en automobile ou avec un autre véhicule motorisé (14%).

Comparaison de la performance publicitaire

Avec un résultat de 11% de notoriété, la publicité radiophonique anglaise de « l'Opération déneigement » a une performance comparable à la norme Léger Marketing pour une publicité radio au Québec de 100-200 peb/semaine qui se situe entre 10% et 20%.

Lorsque nous comparons le résultat de « l'Opération déneigement » avec les normes SAAQ pour les campagnes Alcool, Vitesse et Piétons, nous remarquons que la publicité de l'Opération déneigement a une performance comparable aux publicités des campagnes Vitesse (10%) et Piétons (10%), mais une performance inférieure à la campagne Alcool (31%).

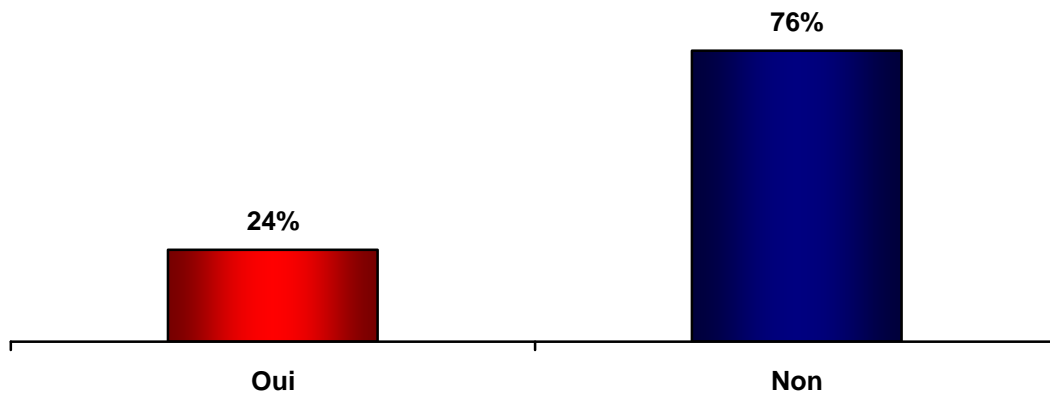
NORMES SAAQ Notoriété assistée d'un message radio en anglais dans la région de Montréal RMR	
« Opération déneigement »	11%
Campagne Alcool	31%
Campagne Vitesse	10%
Campagne Piétons	10%
Norme provinciale Léger Marketing (100-200 peb/semaine)	10%-20%

2.4 Notoriété assistée des publicités diffusées dans les journaux

Près du quart des répondants se souviennent avoir vu une des deux publicités de la campagne « Opération déneigement » dans les journaux au cours des dernières semaines (24%). La notoriété est significativement plus élevée chez les francophones (26%) que chez les non-francophones (16%), ce qui est conséquent avec le fait que les encarts publicitaires étaient en français seulement.

Q11. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu une des publicités suivantes dans les journaux?

(n=1151)



Les sous-groupes suivants se distinguent avec des proportions significativement plus élevées de personnes qui ont vu une des publicités dans les journaux :

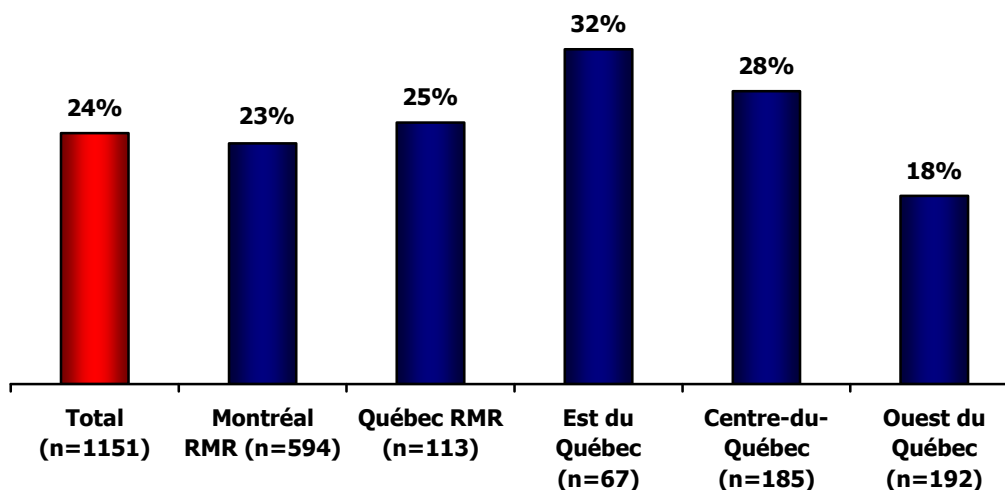
- les personnes qui se déplacent principalement en autobus ou en métro (30%);
- les hommes (27%).

Comparaison de la performance publicitaire

La notoriété assistée des publicités de « l'Opération déneigement » dans les journaux est de 24%, soit un résultat comparable à la norme provinciale Léger Marketing pour des imprimés qui se situe entre 15% et 25%.

La notoriété assistée des publicités dans les journaux est significativement moins élevée dans l'ouest du Québec (18%), ce taux oscillant entre 23% et 32% dans les autres régions de la province.

Q11. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu une des publicités suivantes dans les journaux?



2.5 Appréciation des publicités

Les répondants ont été invités à évaluer de façon globale, les publicités de « l'Opération déneigement » à l'aide d'une échelle d'appréciation graduée entre 0 et 10, 0 signifiait une mauvaise publicité et 10 signifiait excellente publicité. Les notes intermédiaires servaient à nuancer le choix de réponse.

La note moyenne d'appréciation obtenue pour les publicités de la campagne « Opération déneigement » est de 6,8 sur 10, soit une note d'appréciation moyenne. De façon détaillée, 11% des répondants ont donné une mauvaise note (entre 0 et 4), 44%, une note moyenne (entre 5 et 7) et 39%, une excellente note (entre 8 et 10).

Fait digne de mention, ceux ayant vu, lu ou entendu au moins une des publicités de la campagne avant la tenue du sondage apprécient plus favorablement la publicité (note moyenne de 7,1 sur 10 contre 5,8 sur 10 parmi ceux n'ayant pas vu, lu ou entendu au moins une des publicités avant la tenue du sondage).

Q12. Comment avez-vous trouvé la ou les publicité(s) sur « l'Opération déneigement » sur une échelle de 0 à 10 points?			
Échelle sur 10 de 0, mauvais à 10, excellente	TOTAL (n=1151)	Ceux qui avaient été exposés à au moins une publicité avant le sondage (n=878)	Ceux qui n'avaient pas été exposés à au moins une publicité avant le sondage (n=273)
Note entre 0 et 4-mauvaise	11%	9%	17%
Note entre 5 et 7-moyenne	44%	44%	42%
Note entre 8 et 10-excellente	39%	46%	18%
<i>Moyenne sur 10</i>	<i>6,8</i>	<i>7,1</i>	<i>5,8</i>

Note : Le complément à 100% représente ceux qui n'ont pas voulu se prononcer.

Considérant l'ensemble des répondants, les sous-groupes suivants se distinguent par une appréciation plus positive des publicités :

- les francophones (note de 7 sur 10);
- les résidents du Centre-du-Québec (note de 7,1 sur 10).

Par contre, les sous-groupes suivants se sont montrés plus critiques envers les publicités (note moyenne d'appréciation plus faible) :

- les non-francophones (note de 5,8 sur 10);
- les résidents de la région métropolitaine de Montréal (note de 6,5 sur 10).

2.6 Notoriété spontanée de l'annonceur

Lorsque nous demandons aux répondants d'identifier l'annonceur des publicités de cette campagne, 58% n'ont pu les associer à aucun annonceur. Les autres associent surtout ces publicités au Ministère des Transports du Québec (21%) ou au gouvernement du Québec (11%). La SAAQ est mentionnée par 3% des répondants.

Q13. Qui est l'annonceur de cette publicité? (n=1151)	
Le Ministère des Transports du Québec / Transports Québec	21%
Le gouvernement du Québec	11%
La SAAQ (La Société de l'assurance automobile du Québec)	3%
La Ville de Montréal	3%
Autre	3%
Les entreprises en déneigement (association des <i>déneigeurs</i>)	2%
Ne sait pas	58%

Les sous-groupes suivants se distinguent avec des proportions significativement plus élevées de gens qui pensent que le Ministère des Transports est l'annonceur de la publicité :

- les résidents de l'est du Québec (35%) et de la région métropolitaine de Québec (28%);
- les 25 à 44 ans (29%);
- les gens qui ont des enfants de moins de 18 ans (28%);
- ceux qui ont complété une scolarité de niveau universitaire (26%);
- les personnes qui ont vu l'une des publicités avant la tenue du sondage (25%);
- celles qui détiennent un permis de conduire (23%);
- les hommes (24%).

La proportion de ceux qui identifient le gouvernement du Québec comme l'annonceur de la publicité est plus élevée parmi les sous-groupes suivants :

- les résidents de l'ouest du Québec (17%);
- les professionnels (15%);
- les gens qui ont un ou des enfants de moins de 18 ans (14%);
- ceux qui ont complété une scolarité de niveau universitaire (13%).

2.7 Impact de la campagne

La campagne semble avoir eu un impact positif. Près de huit répondants sur dix (78%) pensent que la campagne « Opération déneigement » constitue une façon intéressante d'inciter les piétons et les conducteurs à être plus attentifs lors des opérations de déneigement.

Près des trois quarts des répondants (74%) se sont sentis personnellement concernés par la campagne et croient qu'ils seront plus attentifs à la présence des véhicules de déneigement dans l'avenir.

Dans l'ensemble, 72% des répondants ont trouvé que les publicités de la campagne se démarquaient par leur originalité.

Soulignons que les répondants ayant été exposés à la campagne publicitaire avant la tenue du sondage semblent plus sensibilisés que ceux qui ne l'ont été lors du sondage.

Q14A à Q14C. Pour chacun des énoncés, veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord.							
Les énoncés		D'ACCORD			EN DÉSACCORD		
		Tout à fait	Plutôt	TOTAL	Plutôt	Tout à fait	TOTAL
Ce type de campagne est une façon intéressante d'inciter les piétons et les conducteurs à être plus attentifs lors des opérations de déneigement.	TOTAL (n=1151)	27%	51%	78%	14%	3%	17%
	Avaient vu au moins une publicité avant le sondage (n=878)	30%	53%	83%	13%	3%	16%
	N'avaient pas vu la publicité avant le sondage (n=273)	19%	48%	67%	16%	3%	19%
Suite à cette campagne, comme conducteur ou comme piéton, vous serez plus attentifs à la présence des véhicules de déneigement.	TOTAL (n=1151)	21%	52%	74%	17%	4%	21%
	Avaient vu au moins une publicité avant le sondage (n=878)	22%	54%	76%	17%	4%	21%
	N'avaient pas vu la publicité avant le sondage (n=273)	20%	47%	67%	16%	3%	19%
Dans l'ensemble, vous avez trouvé que ces publicités se démarquaient par leur originalité.	TOTAL (n=1151)	21%	51%	72%	16%	6%	22%
	Avaient vu au moins une publicité avant le sondage (n=878)	25%	53%	78%	16%	5%	21%
	N'avaient pas vu la publicité avant le sondage (n=273)	9%	46%	55%	17%	8%	25%

Note : Le complément à 100% à l'horizontal représente ceux qui ne se sont pas prononcés.

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être en accord avec chacun des énoncés.

<p>Ce type de campagne est une façon intéressante d'inciter les piétons et les conducteurs à être plus attentifs lors des opérations de déneigement. (78% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les résidents du l'ouest du Québec (84%); » les gens qui ont vu au moins une des publicités avant la tenue du sondage (83%); » les francophones (80%).
<p>Suite à cette campagne, comme conducteur ou comme piéton, vous serez plus attentifs à la présence des véhicules de déneigement. (74% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les personnes qui se déplacent principalement à pied (83%); » les femmes (78%); » les gens ayant complété une scolarité primaire ou secondaire (78%); » ceux qui ont vu au moins une des publicités avant la tenue du sondage (76%).
<p>Dans l'ensemble, vous avez trouvé que ces publicités se démarquaient par leur originalité. (72% de l'ensemble)</p>	<ul style="list-style-type: none"> » les gens qui ont vu au moins une des publicités avant la tenue du sondage (78%); » les francophones (74%).

3. En conclusion

Au Québec, les opérations de déneigement sont efficaces...

Même si les opérations de déneigement des rues et des trottoirs sont dérangeantes pour les conducteurs ou les piétons, la majorité des Québécois interrogés s'accordent pour dire que les rues et les routes sont dégagées assez rapidement après les chutes de neige abondante.

Mais, on souhaite plus de surveillance policière pour contrôler les opérateurs de véhicules de déneigement...et pourquoi pas auprès des conducteurs et piétons ?

Même si 55% des Québécois interrogés sont d'avis que les opérateurs de véhicules de déneigement conduisent d'une façon sécuritaire pour les automobilistes et les piétons, trois Québécois sur quatre (74%) estiment qu'il n'y a pas suffisamment de surveillance policière pour contrôler ces opérateurs de véhicules de déneigement. Nous présumons que les cas de délinquance de certains opérateurs de véhicules de déneigement relevés dans les médias (ex. passage sur des feux rouge) peut expliquer pourquoi une majorité de Québécois souhaitent plus de surveillance malgré qu'ils estiment que les opérateurs conduisent de façon sécuritaire.

Toutefois, la surveillance policière pourrait être accrue auprès des conducteurs et piétons. En effet, un Québécois sur deux considère que les conducteurs et les piétons sont impatients pendant les opérations de déneigement et ne se comportent pas de façon sécuritaire en présence de véhicules de déneigement. Soulignons que parmi les difficultés rencontrées par un conducteur d'un véhicule de déneigement, 52% des répondants avouent qu'elles proviennent des conducteurs automobiles qui stationnent leur véhicule sur la rue pendant les opérations de déneigement (37%) ou par leur manque de collaboration (15%).

La campagne « Opération déneigement » bénéficie d'une bonne notoriété...

Au global, 75% des Québécois ont été en contact avec les publicités de la campagne « Opération déneigement », soit un résultat très intéressant pour une première édition. Comme à l'habitude, c'est la publicité à la télévision qui a rejoint le plus grand nombre de Québécois, soit 71% de la population. Ce résultat est comparable aux résultats de notoriété des publicités des campagnes Alcool (77%) et Vitesse (72%), mais nettement supérieur à la campagne Piétons (47%) et à la norme provinciale Léger Marketing qui se situe entre 45% et 60%.

En ce qui concerne le message radiophonique diffusé en anglais dans la grande région de Montréal, le taux de notoriété est de 11% et précisément de 16% chez les non-francophones. La notoriété globale est comparable à celle des campagnes Vitesse (10%) et Piétons (10%) et à celle de la norme provinciale de Léger Marketing qui se situe entre 10% et 20%, mais nettement inférieure à la notoriété de la campagne Alcool (31%).

Quant aux publicités diffusées dans les journaux, elles ont été vues par 24% des Québécois interrogés, soit un bon résultat qui est comparable à la norme provinciale Léger Marketing pour des imprimés qui se situe entre 15% et 25%.

Cependant, les Québécois n'associent pas du tout spontanément la SAAQ à la campagne « Opération déneigement », seulement 3% d'entre eux ayant fait le lien. Quant aux autres, 58% avouent n'avoir aucune idée de qui est l'annonceur alors que 21% pensent qu'il s'agit d'une campagne de Transports Québec (21%) et 11% du gouvernement du Québec. Nous pensons que les Québécois associent spontanément les véhicules de déneigement aux travaux de la voirie, soit au ministère des Transports.

Et semble avoir été pertinente auprès des Québécois.

En effet, plus de sept Québécois sur dix affirment que ce type de campagne est une façon intéressante d'inciter les piétons et les conducteurs à être plus attentifs lors des opérations de déneigement (78%) et, en tant que conducteurs ou piétons, cela les sensibilisent à être plus attentifs à la présence des véhicules de déneigement (74%).

Par ailleurs, 72% ont trouvé que ces publicités se démarquaient par leur originalité, mais accordent une note d'appréciation de 6,8 sur 10, soit une note moyennement satisfaisante.

On remarque que les répondants qui avaient été exposés aux publicités avant la tenue du sondage sont beaucoup plus enthousiastes envers la campagne que ceux qui ne l'ont été que durant la tenue du sondage.

Sécurité, patience et surveillance, la campagne « Opération déneigement » mérite d'être reconduite en 2010-2011.

Finalement, quoique l'hiver 2009-2010 n'a pas du tout été rigoureux et qu'il y a eu peu de chutes de neige abondante, la campagne « Opération déneigement » devrait considérer la reconduite de cette campagne puisqu'il semble avoir encore beaucoup de sensibilisation à faire sur le comportement des conducteurs, des piétons et des opérateurs de véhicules de déneigement lors des opérations de déneigement.

Annexe 1 : Composition détaillée des cinq grandes régions administratives

Pour des fins d'analyse, les régions ont été regroupées en cinq grandes régions administratives dont voici la composition :

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

Annexe 2 : Questionnaire

VERSION FRANÇAISE

PIN (I):

LMID (I):

SURVC (I):

IDCAM (I):

LANG:

Français FR
English EN

Q0QC:

Dans quelle région du Québec demeurez-vous ?

Bas-Saint-Laurent	01	=> +6
Saguenay-Lac-Saint-Jean.....	02	=> +6
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

Q0QCA:

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

Charlemagne.....	01	=> +5
La plaine.....	02	=> +5
Lachenaie.....	03	=> +5
Legardeur	04	=> +5
Mascouche.....	05	=> +5
Repentigny.....	06	=> +5
St-Sulpice.....	07	=> +5
Terrebonne	08	=> +5
Autres villes de Lanaudière	09	=> +5

Q0QCB:

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

Blainville	01	=> +4
Boisbriand	02	=> +4
Bois-des-Filion	03	=> +4
Deux-Montagnes.....	04	=> +4
Kanesatake	05	=> +4
Lorraine	06	=> +4
Mirabel	07	=> +4
Oka (Paroisse).....	08	=> +4
Oka (Municipalité).....	09	=> +4
Pointe Calumet	10	=> +4
Rosemère.....	11	=> +4
Sainte-Anne-des-Plaines	12	=> +4
Sainte-Marthe-sur-le-Lac	13	=> +4
Sainte-Thérèse	14	=> +4
Saint-Eustache.....	15	=> +4
Saint-Joseph-du-Lac.....	16	=> +4
Saint-Placide	17	=> +4
Autres villes des Laurentides.....	18	=> +4

Q0QCC:

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

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

QOQCD:

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

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

QOQCE:

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

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

CALCM:

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

MTL RMR 1

CALCQ:

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

QC RMR 2

CALCA:

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

AUTRES RÉGIONS..... 3

REGIO:

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

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

NOMX:

=> *

```

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

```

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

SEXE:

Vous êtes...

Un homme	1
Une femme	2

AGE:

Quel âge avez-vous ?

Moins de 18 ans	0
Entre 18 et 24 ans	1
Entre 25 et 34 ans	2
Entre 35 et 44 ans	3
Entre 45 et 54 ans	4
Entre 55 et 64 ans	5
Entre 65 et 74 ans	6
75 ans ou plus.....	7
Je préfère ne pas répondre à cette question	9

LANGU:

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

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

ENFAN:

Y a-t-il des enfants âgés de MOINS DE 18 ANS habitant avec vous à la maison ?

(SI OUI) : Ont-ils 12 ans ET PLUS ou MOINS de 12 ans ?

Oui : 12 ans et PLUS SEULEMENT	1
Oui : 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

SCOL:

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

Primaire (7 ans ou moins).....	1
Secondaire (DES de formation générale ou professionnelle (8 à 12 ans))	2
Collégial (DEC de formation 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

Q1:

écran [modèle 3] -> Q7

permutation -> Q7

	<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 préfère ne pas répondre</i>
Habituellement, après une chute de neige abondante, des opérations de déneigement se mettent rapidement en branle pour dégager les rues, les voies de circulation et les trottoirs. À ces occasions, les automobilistes et les piétons doivent partager la route avec des véhicules de déneigement. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord.					
<i>Les opérations de déneigement des rues et des routes ne sont pas dérangeantes pour les conducteurs ou les piétons.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Les conducteurs et les piétons sont patients pendant les opérations de déneigement des rues et des routes.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Les rues et des routes sont dégagées assez rapidement.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Les opérateurs de véhicules de déneigement conduisent d'une façon sécuritaire pour les automobilistes et les piétons.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Les conducteurs et les piétons sont prudents pendant les opérations de déneigement.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Les conducteurs et les piétons se comportent d'une façon sécuritaire en présence de véhicules de déneigement.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Il y a suffisamment de surveillance policière pour contrôler les opérateurs de véhicules de déneigement.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q8:

Selon vous, quelle est la principale difficulté pour un conducteur d'un véhicule de déneigement?

permutation -> 6

La distance de freinage 01

Les rues trop étroites 02

Le manque de visibilité (plusieurs angles morts) 03

Les véhicules stationnés sur la rue pendant les opérations de déneigement 04

.....

La pression pour déneiger rapidement 05

Le manque de collaboration des conducteurs automobiles 06

Autre (veuillez préciser) 96 O

Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre 99

Q9:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu la publicité suivante à la télévision ?

- Oui1
 Non2
 Problème technique : je ne peux visionner la publicité.....7 => OCCUP

Q10:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir entendu la publicité suivante à la radio ?

sinon => +1
 si REGIO=1; MTL RMR SEULEMENT

- Oui1
 Non2
 Problème technique : je ne peux entendre la publicité.....7 => OCCUP

Q11:

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu une des publicités suivantes dans les journaux ?

- Oui1
 Non2

Q12:

Comment avez-vous trouvé <u>la ou les publicité(s) sur l'Opération déneigement sur une échelle de 0 à 10 points ? La note 0 signifie que vous la trouvez EXTRÊMEMENT MAUVAISE et la note 10 signifie que vous la trouvez EXCELLENTE. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre choix.

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

Q13:

Qui est l'annonceur de cette publicité ?

- Veillez inscrire votre réponse : 96 0
 Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre..... 99

Q14A:

écran [modèle 3] -> Q14C

permutation -> Q14C

Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord.					
	<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 préfère ne pas répondre</i>
<i>Ce type de campagne est une façon intéressante d'inciter les piétons et les conducteurs à être plus attentifs lors des opérations de déneigement.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Suite à cette campagne, comme conducteur ou comme piéton, vous serez plus attentifs à la présence des véhicules de déneigement.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Dans l'ensemble, vous avez trouvé que ces publicités se démarquaient par leur originalité.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q15:

Quel moyen de transport utilisez-vous le plus souvent, que ce soit pour aller travailler, vous rendre à l'école, aller magasiner, pour vos loisirs ou autre ?

- Automobile ou autre véhicule motorisé (moto)1
 Autobus, métro (transport en commun)2
 Vélo (bicyclette).....3
 À pied4
 Autre6
 Je préfère ne pas répondre9

Q16:

Personnellement, l'hiver, à combien estimez-vous le temps que vous passez à marcher à l'extérieur (dans les rues ou sur les trottoirs) à chaque jour en moyenne ? Diriez-vous...?

RÉPONSE APPROXIMATIVE

- Moins de 15 minutes1
 15 à 30 minutes.....2
 31 à 60 minutes.....3
 Plus de 60 minutes.....4
 Je préfère ne pas répondre9

Q17:

Avez-vous un permis de conduire valide au Québec ? (NOTE : inclure moto, probatoire, apprenti, etc.)

- Oui1
 Non2
 Je préfère ne pas répondre9

OCCUP:

*Les prochaines questions serviront à des fins statistiques seulement.

*

Quelle est votre occupation principale actuelle ? N.B. ON PARLE D'EMPLOI RÉMUNÉRÉ SEULEMENT. Même si vous êtes en congé sabbatique, de maternité, de maladie ou d'accident de travail, veuillez préciser votre EMPLOI. Si vous êtes incertain de la catégorie qui s'applique à vous, choisissez "Autre" et décrivez votre emploi.

EMPLOYÉ DE BUREAU (Caissier, commis de bureau, commis comptable, secrétaire, etc.)	01
PERSONNEL SPÉCIALISÉ DANS LA VENTE (Agent d'assurances, vendeur, commis-vendeur, agent immobilier, courtier immobilier, représentant, etc.)	02
PERSONNEL SPÉCIALISÉ DANS LES SERVICES (Agent de sécurité, chauffeur de taxi, coiffeur, cuisinier, esthéticienne, membre clergé, militaire, policier, etc.)	03
TRAVAILLEUR MANUEL (agriculteur, emballeur, journalier, manœuvre, mineur, pêcheur, travailleur forestier, etc.)	04
OUVRIER SPÉCIALISÉ/SEMI-SPÉCIALISÉ (briqueteur, chauffeur de camion, électricien, machiniste, mécanicien, machiniste, peintre, etc.)	05
TRAVAILLEUR DES SCIENCES & TECHNOLOGIES (informaticien, programmeur-analyste, technicien, technicien-audio, technicien de laboratoire, etc.)	06
PROFESSIONNEL (archéologue, architecte, artiste, avocat, banquier, biologiste, comptable, consultant, dentiste, etc.)	07
GESTIONNAIRE/ADMINISTRATEUR/PROPRIÉTAIRE (administrateur, directeur, éditeur, entrepreneur, exécutif, gérant, homme / femme d'affaires, politicien, travailleur autonome, etc.)	08
AU FOYER	09
ETUDIANT (à temps plein ou dont les études constituent l'occupation principale)	10
RETRAITÉ (pré-retraité, rentier)	11
SANS EMPLOI (Assurance-emploi, aide sociale, etc.)	12
Autre (veuillez préciser)	96 O
Je préfère ne pas répondre	99

REVEN:

Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le REVENU total avant impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2009 ?

...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:

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

PIN (I):

LMID (I):

SURVC (I):

IDCAM (I):

LANG:

Français FR
English EN

Q0QC:

In which Quebec area do you live?

Bas-Saint-Laurent	01	=> +6
Saguenay-Lac-Saint-Jean.....	02	=> +6
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

Q0QCA:

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

Charlemagne	01	=> +5
La plaine.....	02	=> +5
Lachenaie.....	03	=> +5
Legardeur	04	=> +5
Mascouche	05	=> +5
Repentigny.....	06	=> +5
St-Sulpice.....	07	=> +5
Terrebonne	08	=> +5
Other Lanaudière area.....	09	=> +5

Q0QCB:

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

Blainville	01	=> +4
Boisbriand	02	=> +4
Bois-des-Filion	03	=> +4
Deux-Montagnes.....	04	=> +4
Kanesatake	05	=> +4
Lorraine	06	=> +4
Mirabel	07	=> +4
Oka (parish)	08	=> +4
Oka (municipality).....	09	=> +4
Pointe Calumet	10	=> +4
Rosemère.....	11	=> +4
Sainte-Anne-des-Plaines	12	=> +4
Sainte-Marthe-sur-le-Lac	13	=> +4
Sainte-Thérèse	14	=> +4
Saint-Eustache.....	15	=> +4
Saint-Joseph-du-Lac.....	16	=> +4
Saint-Placide	17	=> +4
Other area of Laurentides	18	=> +4

Q0QCC:

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

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

Q0QCD:

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

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

Q0QCE:

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

Saint-Nicolas.....	01	=> +1
Charny.....	02	=> +1
Lévis.....	03	=> +1
Pintendre.....	04	=> +1
Sainte-Hélène-de-Breakeyville.....	05	=> +1
Beaumont.....	06	=> +1
Saint-Étienne-de-Lauzon.....	07	=> +1
Saint-Jean-Chrysostome.....	08	=> +1
Saint-Joseph-de-la-Pointe-de-Lévy.....	09	=> +1
Saint-Lambert-de-Lauzon.....	10	=> +1
Saint-Rédempteur.....	11	=> +1
Saint-Romuald.....	12	=> +1
Other area of Chaudière-Appalaches.....	13	=> +1

CALCM:

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

MTL RMR 1

CALCQ:

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

QC RMR 2

CALCA:

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

AUTRES RÉGIONS..... 3

REGIO:

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

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

NOMX:

```

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

```

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
CHAUDIÈRES-APPALACHES OTHER	32
QUEBEC OTHER.....	33
CENTRE-DU-QUEBEC	17

SEXE:

You are :

A man.....	1
A woman	2

AGE:

How old are you?

Under 18 years of age.....	0
18-24 years of age.....	1
25-34 years of age.....	2
35-44 years of age.....	3
45-54 years of age.....	4
55-64 years of age.....	5
65-74 years of age.....	6
75 years of age or older	7
I prefer not answering.....	9

LANGU:

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

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

ENFAN:

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

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

SCOL:

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

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

Q1:

écran [modèle 3] -> Q7
 permutation -> Q7

	<i>Strongly agree</i>	<i>Somewhat agree</i>	<i>Somewhat disagree</i>	<i>Strongly disagree</i>	<i>I prefer not answering</i>
<i>Snow removal operations on streets and roadways do not disturb drivers and pedestrians.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Drivers and pedestrians are patient during snow removal operations on streets and roads.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Streets and roads are cleared fast enough.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Snow removal vehicle operators drive in a manner that is safe for motorists and pedestrians.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Drivers and pedestrians are careful during snow removal operations.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Drivers and pedestrians behave in a safe manner in the presence of snow removal vehicles.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>There is enough police surveillance to monitor the operators of snow removal vehicles.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q8:

In your opinion, what is the main difficulty faced by the driver of a snow removal vehicle?

- permutation -> 6
- Breaking distance 01
- Narrow streets..... 02
- Lack of visibility (several blind spots) 03
- Vehicles parked on the street during snow removal operations..... 04
- Pressure to remove snow quickly..... 05
- Lack of cooperation from car drivers..... 06
- Other (please specify) 96 O
- I don't know / I prefer not answering 99

Q9:

In the last few weeks, do you recall having seen the following ad on television?

- Yes.....1
- No.....2
- Technical problem: I can't view the ad.....7 => OCCUP

Q10:

In the last few weeks, do you recall having heard the following ad on the radio?

sinon => +1
 si REGIO=1; MTL RMR SEULEMENT

- Yes.....1
- No.....2
- Technical problem: I can't hear the ad.....7 => OCCUP

Q11:

In the last few weeks, do you recall having seen any of the following ads in the newspapers?

- Yes.....1
- No.....2

Q12:

On a scale of 0 to 10 points, what did you think of the Operation Snow Removal advertisement? A score of 0 means you find it EXTREMELY BAD and a score of 10 means you find it EXCELLENT. Scores between 0 and 10 can be used to qualify your answer.

- 0 - Extremely bad 00
- 1 01
- 2 02
- 3 03
- 4 04
- 5 05
- 6 06
- 7 07
- 8 08
- 9 09
- 10 - Excellent 10
- I prefer not answering..... 99

Q13:

Who is the advertiser?

- Please indicate your answer;..... 96 O
- I don't know / I prefer not answering 99

Q14A:

écran [modèle 3] -> Q14C
 permutation -> Q14C

For each of the following statements, please indicate your level of agreement or disagreement.					
	<i>Strongly agree</i>	<i>Somewhat agree</i>	<i>Somewhat disagree</i>	<i>Strongly disagree</i>	<i>I prefer not answering</i>
<i>This type of campaign is an interesting way to motivate pedestrians and drivers to be more attentive during snow removal operations.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>After this campaign, as a driver or as a pedestrian, you will be more attentive to the presence of snow removal vehicles.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Overall, you found that these advertisements are notable for their originality.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q15:

Which means of transportation do you use most often, either to get to work or school, to go shopping, for your recreational activities, or anything else?

- Automobile or other motor vehicle (motorcycle)..... 1
- Bus, metro (public transit) 2
- Bicycle 3
- On foot 4
- Other 6
- I prefer not answering 9

Q16:

In the wintertime, on average, how much time do you personally spend each day walking outside (on the streets or sidewalks)? Would you say...?

APPROXIMATE RESPONSE

- Less than 15 minutes 1
- 15 to 30 minutes 2
- 31 to 60 minutes 3
- More than 60 minutes 4
- I prefer not answering 9

Q17:

Do you have a valid Québec driver's licence? (NOTE: include motorcycle, probation, learner's licence, etc.)

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

OCCUP:

*The following questions are for statistical purposes only.

*

What is your current main occupation? N.B. WE ARE TALKING ABOUT PAYING JOBS ONLY. Even if you are on a sabbatical, maternity, illness or work-

related accident leave, please select your OCCUPATION.

- OFFICE WORKER (Cashier, office clerk, accounting clerk, secretary, etc.)01
- PERSONNEL SPECIALIZED IN SALES (Insurance agent, sales person, sales clerk, real estate agent, real estate broker, sales rep, etc.) 02
- PERSONNEL SPECIALIZED IN SERVICES (Security agent, taxi driver, hairdresser, cook, clergy member, in the military, police officer, firefighter, etc) 03
- MANUAL WORKERS (Farmer, packer, unskilled worker, minor, fisherman, forest worker, etc.) 04
-
- SKILLED, SEMI-SKILLED WORKERS (Bricklayer, truck driver, electrician, machine operator, mechanic, painter, plumber, etc.)..... 05
- SCIENCE AND TECHNOLOGIES WORKERS (computer operator, programmer-analyst, technician, audio-technician, lab technician, etc.) 06
- PROFESSIONALS (Archeologist, architect, artist, lawyer, banker, biologist, chemist, accountant, consultant, foreman, dentist, designer, etc.) 07
- MANAGERS/ADMINISTRATORS/OWNERS (director, editor, entrepreneur, executive, manager, business person, politician, president, etc.) 08
- HOMEMAKER..... 09
- STUDENT (full-time or whose studies take up most of his/her time) 10
- RETIRED (pre-retired or private means)..... 11
- UNEMPLOYED (Unemployment, welfare)..... 12
- Write down if uncertain 96 O
- I prefer not answering..... 99

REVEN:

Among the following categories, which one best reflects the total INCOME, before taxes, of all the members of your household in 2009?

- \$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:

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