

---

Campagne « Piétons Sherbrooke 2006 »  
Évaluation post-campagne

**Rapport d'étude présenté à la  
Société de l'assurance automobile du Québec**

Novembre 2006

Dossier 77236-062



580, Grande-Allée Est, bureau 580 Québec (Québec) G1R 2K2 • Tél. (418) 522-7467 • Télécopieur : (418) 522-7977 •  
[www.legermarketing.com](http://www.legermarketing.com)

# Table des matières

<b>Contexte, objectifs et méthodologie</b> .....	<b>4</b>
<b>Profil des répondants</b> .....	<b>8</b>
<b>Faits saillants</b> .....	<b>10</b>
<b>1. Perceptions, comportements et connaissances des piétons</b> .....	<b>15</b>
1.1 Perceptions des piétons à l'égard du respect des règles de circulation pour les piétons.....	15
1.2 Comportements en tant que piétons.....	17
1.3 Connaissances des piétons sur la sécurité des piétons.....	19
<b>2. Perceptions, comportements et connaissances des automobilistes</b> .....	<b>20</b>
2.1 Perceptions des automobilistes à l'égard du respect des règles de circulation pour les piétons.....	20
2.2 Comportements en tant qu'automobilistes.....	22
2.3 Connaissances des automobilistes sur la sécurité des piétons.....	25
<b>3. Attitudes à l'endroit de la sécurité des piétons</b> .....	<b>26</b>
3.1 Augmentation des peines données aux contrevenants.....	26
3.2 Perceptions à l'égard de la sécurité des piétons dans Sherbrooke.....	28
3.3 Perceptions à l'égard du nombre de piétons qui se font frapper au cours d'une année.....	29
<b>4. Notoriété de l'opération</b> .....	<b>30</b>
4.1 Notoriété de l'existence de l'opération.....	30
4.2 Notoriété spontanée du nom de l'opération.....	31
4.3 Notoriété spontanée du slogan de l'opération.....	32
<b>5. Médias via lesquels les répondants ont entendu parler de l'opération</b> .....	<b>33</b>

<b>6. Impact de l'opération</b> .....	<b>35</b>
6.1 Impact sur le comportement des piétons et des automobilistes.....	35
6.2 Efficacité perçue de l'opération.....	38
<b>7. Évaluation de l'opération</b> .....	<b>41</b>
<b>Annexe 1 : Questionnaire 2006</b> .....	<b>42</b>

## Contexte, objectifs et méthodologie



### Contexte et objectifs

La Société de l'assurance automobile du Québec en collaboration avec le Service de police de la Ville de Sherbrooke a mis en branle, en octobre 2005, l'opération «Bon pied, bon œil» visant à sensibiliser les piétons et les automobilistes à la sécurité des piétons sur leur territoire. Tout comme en 2005, ce projet a été divisé en trois grandes interventions cette année, soit un volet préventif, du 8 au 14 octobre 2006, un volet répressif, du 15 au 22 octobre 2006 et finalement un volet répressif continu avec des journées ciblées tout au long de l'année.

Dans ce contexte, la SAAQ désire évaluer l'impact des deux semaines intensives d'intervention de cette opération, du 8 au 22 octobre 2006 et de comparer les résultats de cette année à ceux de l'an dernier. Pour se faire, un sondage téléphonique a été réalisé après l'opération (semaine du 23 octobre 2006)<sup>1</sup>. La population cible est constituée de l'ensemble des résidents de 15 ans et plus de la (nouvelle) ville de Sherbrooke<sup>2</sup>, dont la population totale est de 140 000 habitants.

L'objectif étant de mesurer l'évolution de l'impact de cette opération sur les comportements, perceptions, connaissances et attitudes des piétons et des automobilistes à l'égard de la sécurité des piétons, ce rapport compare les données post-campagne obtenues en 2006 aux données post-campagne enregistrées en 2005.

---

<sup>1</sup> En 2005, deux sondages téléphoniques ont été réalisés, le premier étant conduit avant la campagne (semaine du 19 septembre 2005) et le second, après l'opération (semaine du 24 octobre 2005), afin de déterminer l'impact de la campagne.

<sup>2</sup> La nouvelle ville de Sherbrooke comprend les anciennes municipalités d'Ascot, Deauville, Fleurimont, Lennoxville, Rock Forest, Bromptonville, Saint-Élie-D'Orford et Sherbrooke.

## Population cible

La population cible à l'étude est constituée :

D'**automobilistes**, c'est-à-dire de titulaires d'un permis de conduire valide au Québec qui conduisent un véhicule automobile sur les routes à l'occasion, même si ce n'est que rarement ;

De **piétons**, c'est-à-dire d'individus qui marchent sur les trottoirs ou dans les rues, quelle qu'en soit la raison, au moins une fois par semaine.

Seules les personnes correspondant au sens de ces deux définitions étaient admissibles aux fins de cette enquête.

## Méthodologie

Les entrevues du volet 2006 de l'étude ont été réalisées du 24 octobre au 3 novembre 2006 auprès de 500 résident(e)s de la (nouvelle) ville de Sherbrooke. Les résident(e)s interrogé(e)s devaient être âgé(e)s de 15 ans ou plus et pouvoir s'exprimer en français. La durée moyenne des entrevues est de 15 minutes. Le taux de réponse de l'étude est de 55,4% (voir la page suivante pour le détail des résultats des appels).

Les numéros de téléphone composant l'échantillon ont été aléatoirement sélectionnés et prélevés à l'aide du logiciel « Échantillonneur Canada ». Un échantillonnage aléatoire simple a été réalisé à l'intérieur de la population cible. De même, au sein de chacun des ménages rejoints, une personne âgée de 15 ans et plus a été sélectionnée au hasard pour participer à l'enquête.

À partir des données fournies par Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe et l'âge afin de rendre l'échantillon représentatif de la population à l'étude.

Finalement, nous obtenons avec les 500 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de  $\pm 4,4\%$ , et ce, 19 fois sur 20.

Le tableau suivant présente le nombre d'entrevues réalisées et les marges d'erreur correspondantes pour les segments de piétons et d'automobilistes de l'enquête.

	Post-campagne 2006	
	Nombre d'entrevues réalisées	Marge d'erreur maximale
<b>Segments</b>		
Piétons	430	$\pm 4,7\%$
Automobilistes	403	$\pm 4,9\%$
<b>Total</b>	<b>500</b>	<b><math>\pm 4,4\%</math></b>

Soulignons que les répondants pouvaient se retrouver dans les deux segments à l'étude, soit être à la fois piétons et automobilistes, ce qui explique le total des deux segments plus grand que 500 répondants.

## Lecture du rapport

Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude, les différences statistiquement supérieures sont présentées en **bleu** dans les tableaux, 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.**

## Résultats des appels

### Post-campagne 2006

<b>A) ÉCHANTILLON DE BASE</b>	<b>1026</b>
<b>B) Numéros non valides</b>	70
Pas de service	37
Non résidentiel	13
Fax / modem / cellulaire / téléavertisseur	20
<b>C) Numéros hors échantillon</b>	30
Langue étrangère	10
Non qualifié	20
Ni piéton – ni permis	9
<b>ÉCHANTILLON EFFECTIF</b>	<b>926</b>
<b>Entrevues non complétées</b>	426
Refus	126
Pas de réponse	84
Répondeur	147
Occupé	38
Incomplet	6
Rendez-vous fixe	25
<b>D) ENTREVUES COMPLÉTÉES</b>	<b>500</b>



**TAUX DE RÉPONSE : (C+D / A-B) 55,4%**

## Profil des répondants

Le tableau ci-dessous présente le profil des répondants à l'étude.

Profil des répondants	Postcampagne 2006			Profil des répondants	Postcampagne 2006		
	Total n=500	Piétons n=430	Automobi- listes n=403		Total n=500	Piétons n=430	Automobi- listes n=403
<b>Sexe</b>				<b>Segments à l'étude</b>			
Homme	47%	44%	51%	Piétons	85%	100%	82%
Femme	53%	56%	49%	Automobilistes	82%	79%	100%
<b>Âge</b>				<b>Temps moyen consacré à la marche extérieure à chaque jour<sup>3</sup></b>			
15 à 19 ans	6%	7%	4%	Moins de 15 minutes	22%	17%	25%
20 à 24 ans	8%	8%	7%	15 à 30 minutes	41%	44%	42%
25 à 34 ans	19%	20%	19%	31 à 60 minutes	18%	20%	17%
35 à 44 ans	18%	18%	20%	Plus de 60 minutes	15%	17%	12%
45 à 54 ans	20%	18%	20%	Trop peu fréquent pour valoir la peine	4%	1%	4%
55 à 64 ans	13%	12%	15%	<b>Moyen de transport utilisé le plus souvent<sup>4</sup></b>			
65 ans ou plus	17%	16%	15%	Automobile ou autre véhicule motorisé (moto)	78%	75%	90%
<b>Scolarité</b>				Autobus, métro (transport en commun)	11%	12%	5%
Primaire (7 années ou moins)	8%	8%	6%	À pied	10%	12%	5%
Secondaire (8 à 12 années)	37%	35%	36%	Autre	1%	1%	1%
Collégial (13 à 15 années)	27%	26%	30%				
Universitaire (16 années ou plus)	28%	30%	29%				
<b>Revenu familial</b>							
Moins de 20 000\$	23%	24%	17%				
Entre 20 000\$ et 39 999\$	30%	29%	32%				
Entre 40 000\$ et 59 999\$	15%	15%	17%				
Entre 60 000\$ et 79 999\$	9%	9%	11%				
80 000\$ et plus	12%	11%	13%				
Nsp / Refus	12%	12%	10%				

<sup>3</sup> QSD1. Personnellement, 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...?

<sup>4</sup> QSD2. Quel moyen de transport utilisez-vous le plus souvent, que ce soit pour aller travailler, vous rendre à vos études, aller magasiner, pour vos loisirs ou autre ?

## Profil des titulaires de permis

-TITULAIRES DE PERMIS-

<b>Profil des titulaires de permis</b> FRÉQUENCE DE CONDUITE	<b>Post-campagne</b> <b>2006</b> n=414
Conduit à tous les jours	74%
Conduit au moins une fois par semaine	19%
Conduit au moins une fois par mois	3%
Conduit moins d'une fois par mois	1%
Jamais	2%

## Faits saillants

### Piétons

<b>Perceptions</b>	<ul style="list-style-type: none"><li> Comparativement à la post-campagne 2005, les piétons de la région de Sherbrooke ont été significativement plus prudents au cours des dernières semaines (98% en 2006 vs 95% en 2005 après l'opération « Bon pied, bon œil »).</li><li> En 2006, il s'agit toujours des deux tiers qui affirment que les piétons ont été respectueux des règles de circulation au cours des dernières semaines (65% en 2006 et en post-campagne 2005).</li><li> Les avis des piétons interrogés demeurent partagés en post-campagne 2006 en ce qui concerne le respect des automobilistes en regard des règles de circulation pour les piétons: la moitié (52% en 2006 et 51% en post-campagne 2005) signale que les automobilistes ont été respectueux alors que l'autre moitié pense le contraire (48% en 2006 et en post-campagne 2005).</li></ul>
<b>Comportements</b>	<ul style="list-style-type: none"><li> Au cours des dernières semaines, les proportions de piétons ayant adopté des comportements risqués sont demeurées les mêmes sur le plan statistique pour la post-campagne 2006 par rapport à celle de 2005. Les proportions de 2006 varient de 20% à 31%.</li><li> Les comportements risqués s'étant produits en plus forte proportion demeurent les deux mêmes qu'en 2005 : celui de devoir presser le pas en traversant parce que des véhicules s'en venaient et auraient pu frapper les piétons (31% en 2006 et en post-campagne 2005) et celui de traverser la rue ailleurs qu'aux intersections, alors qu'il y avait une intersection à proximité (29% en 2006 et 31% en post-campagne 2005).</li></ul>
<b>Connaissances</b>	<ul style="list-style-type: none"><li> En 2006, le niveau de connaissance des piétons concernant la loi sur la sécurité des piétons demeure satisfaisant par rapport au niveau observé lors de la post-campagne 2005. En effet, pour les trois énoncés ayant trait aux connaissances des piétons sur les lois les concernant, les résultats se maintiennent entre 2005 et 2006 suite à la tenue de l'opération « Bon pied, bon œil », avec des taux de bonnes réponses allant de 90% à 97%.</li></ul>

## Automobilistes

<b>Perceptions</b>	<ul style="list-style-type: none"><li> En ce qui a trait aux perceptions des automobilistes en regard du respect des règles de circulation pour les piétons, on n'observe aucune différence statistiquement significative entre les résultats obtenus en 2006 et ceux obtenus en 2005 suite à la tenue de l'opération « Bon pied, bon œil ».</li><li> La quasi-totalité des automobilistes interrogés considèrent qu'ils ont été courtois, en tant qu'automobiliste, à l'égard des piétons au cours des dernières semaines (98% en 2006 et 97% en post-campagne 2005).</li><li> Par ailleurs, une proportion de 58% (62% en post-campagne 2005) d'entre eux pensent que les automobilistes ont été respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons. Tout comme en 2005, il existe un écart important (40%) entre l'évaluation des répondants en regard de leurs propres comportements et de ceux des autres automobilistes.</li><li> Ajoutons qu'une proportion de 63% (61% en post-campagne 2005) des automobilistes estiment que les piétons ont été respectueux des règles de circulation au cours des dernières semaines. Ces résultats nous permettent d'émettre le même constat qu'en 2005 : par rapport aux automobilistes, les piétons ont tendance à se percevoir comme étant plus prudents.</li></ul>
<b>Comportements</b>	<ul style="list-style-type: none"><li> Les résultats de 2006 sont stables par rapport à ceux obtenu en post-campagne 2005 en ce qui a trait à la perception des automobilistes face à leur propre comportement en tant qu'automobiliste.</li><li> Les automobilistes considèrent qu'ils adoptent des comportements sécuritaires par rapport aux piétons. En effet, la presque totalité d'entre eux disent qu'il leur est arrivé rarement ou jamais de ne pas arrêter à un passage piétonnier alors qu'un piéton s'y était engagé (97% en 2006 et 96% en post-campagne 2005). De même, la quasi-totalité affirme qu'il leur est arrivé rarement ou jamais de klaxonner des piétons qui traversaient la rue (97% en 2006 et 98% en post-campagne 2005).</li><li> De plus, la grande majorité des automobilistes interrogés disent qu'il leur est arrivé rarement ou jamais de faire des manœuvres pour éviter des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité (85% en 2006 et 84% en post-campagne 2005) et de dépasser la ligne d'arrêt ou de s'arrêter sur la traverse piétonnière lorsqu'ils faisaient un arrêt à une intersection (84% respectivement).</li></ul>
<b>Connaissances</b>	<ul style="list-style-type: none"><li> À l'instar de 2005, le niveau de connaissance des automobilistes concernant la sécurité des piétons est jugé plutôt satisfaisant en 2006. Presque tous savent qu'ils sont obligés de s'immobiliser et de céder le passage aux piétons engagés dans les passages piétonniers (99% en 2006 et 98% en post-campagne 2005).</li></ul>

 Dans le cas où un feu de circulation passe au vert pour un automobiliste alors que simultanément, des piétons sont en train de traverser, c'est une proportion de 67% (72% en post-campagne 2005) des automobilistes interrogés qui disent que c'est le piéton qui conserve la priorité dans une telle situation alors que 31% sont d'avis contraire (25% en post-campagne 2005).

## Attitudes à l'endroit de la sécurité des piétons

### Augmentation des peines données aux contrevenants

- ▶ Au total, 80% des personnes interrogées se disent en faveur d'une augmentation des peines données aux piétons qui ne respectent pas la signalisation routière (76% en post-campagne 2005). Soulignons que cette opinion est partagée par une proportion significativement plus élevée d'automobilistes cette année par rapport à l'an dernier (83% en 2006, comparativement à 77% en post-campagne 2005).
- ▶ De plus, la quasi-totalité des répondants se disent en accord pour que les policiers soient plus sévères à l'endroit des automobilistes qui ne respectent pas les droits des piétons (95% en 2006, par rapport à 93% en post-campagne 2005).

### Perceptions à l'égard de la sécurité des piétons dans Sherbrooke

- ▶ Encore cette année, la majorité des personnes interrogées (72%) estiment que le problème de la sécurité des piétons dans la région de Sherbrooke est d'une grande importance. Les résultats sont stables par rapport à ceux de la post-campagne 2005 (75%).

### Perceptions à l'égard du nombre de piétons frappés

- ▶ Sachant qu'il y a environ 75 piétons qui se font heurter chaque année sur le territoire de la nouvelle ville de Sherbrooke, suite à l'opération « Bon pied, bon œil » de 2006, on constate qu'il y a 11% des personnes interrogées qui ont donné la bonne réponse. Il s'agit de la même proportion de répondants qu'en post-campagne 2005.

## Notoriété de l'opération

<b>Notoriété de l'opération, de son nom et de son slogan</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Le taux de notoriété des opérations spéciales menées par les policiers dans la région de Sherbrooke est similaire à celui de 2005 (44% en 2006 et 43% en 2005).</li><li>▶ Précisons que parmi les répondants qui ont entendu parler de l'opération, 23% ont été en mesure de donner le nom de l'opération en 2006, soit « Bon pied, bon œil ». Cela constitue une hausse importante de 16 points de pourcentage sur le taux de notoriété spontanée de 2005 (7%).</li><li>▶ Seulement 1% de ceux qui ont entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil » ont été en mesure de nommer le slogan qui y est associé, soit « Au passage, on se fait de l'œil ».</li></ul>
<b>Médias</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Comparativement à l'an dernier, on observe une plus grande variété de médias par lesquels les répondants ont entendu parler de la campagne. C'est principalement par la radio (35% en 2006 et 37% en 2005) et la télévision (33% en 2006, comparativement à 52% en 2005) que les répondants ont entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil », mais aussi par les journaux (20% en 2006 et 21% en 2005), les autres affiches ou panneaux publicitaires (20% en 2006, par rapport à 9% en 2005) et les policiers (14% en 2006, contre 7% en 2005).</li></ul>

## Impact de l'opération

<b>Efficacité de l'opération</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ L'opération « Bon pied, bon œil » 2006 a été plus efficace que l'an dernier selon les perceptions des répondants. En effet, une proportion significativement plus grande de <u>piétons</u> affirment qu'ils sont maintenant plus prudents (79% par rapport à 69% en 2005). De plus, parmi les automobilistes qui ont entendu parler de l'opération, 87% disent qu'ils sont maintenant plus attentifs à la présence des piétons sur le réseau routier (82% en 2005).</li><li>▶ D'ailleurs, 74% de ceux qui ont entendu parler de l'opération (67% en 2005) estiment que l'opération est efficace pour contribuer à réduire le nombre d'accidents impliquant les piétons. Plus particulièrement cette année, nous observons une proportion significativement plus élevée de piétons qui considèrent que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les piétons à être plus prudents (94%, comparativement à 88% en 2005). De même, une proportion significativement plus grande de 97% des automobilistes estiment que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les automobilistes à mieux se comporter envers les piétons, comparativement à 90% en 2005.</li></ul>
----------------------------------	--

## Conclusion

En 2006, soulignons la hausse de **l'efficacité de la campagne « Bon pied, bon oeil »**. En effet, les piétons qui ont entendu parler de l'opération sont significativement plus nombreux à affirmer qu'ils sont maintenant plus prudents (79% en 2006, par rapport à 69% en 2005). Ce sont aussi 87% des automobilistes qui ont entendu parler de l'opération qui disent qu'ils sont maintenant plus attentifs à la présence des piétons sur le réseau routier, comparativement à 82% l'an dernier. D'autres résultats convergent aussi en ce sens :

- ▶ une proportion significativement plus élevée de piétons considèrent que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les piétons à être plus prudents (94%, comparativement à 88% en 2005);
- ▶ la quasi-totalité des automobilistes (97%, comparativement à 90% en 2005) estiment que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les automobilistes à mieux se comporter envers les piétons.

Notons toutefois que les questions servant à mesurer les comportements adoptés en tant que piétons ou automobilistes ne reflètent que leur opinion. Ainsi, les réponses fournies par certains répondants peuvent découler du désir de paraître « bon citoyen ».

En 2006, le niveau de connaissances des piétons et des automobilistes concernant la loi sur la sécurité des piétons est jugé satisfaisant. En effet, les résultats élevés observés en 2005 se maintiennent tant chez les piétons que chez les automobilistes en 2006. Il s'agit donc encore cette année d'un point fort de la campagne « Bon pied, bon oeil ».

L'amélioration considérable de la notoriété du nom de l'opération mérite une attention particulière de la part du lecteur. En effet, parmi les répondants qui ont entendu parler de l'opération, **23% ont été en mesure de donner le nom de l'opération en 2006, soit « Bon pied, bon oeil », par rapport à 7% en 2005**. Les efforts publicitaires doivent donc continuer en ce sens afin de maintenir cette progression de la notoriété du nom de l'opération.

Enfin, l'attitude des répondants à l'endroit de la sécurité des piétons est demeurée stable, mais satisfaisante par rapport à l'an dernier. En effet, l'opération continue à sensibiliser la population face à ce problème (72% des répondants estiment que ce problème est important en 2006. Cette proportion était de 75% en post-campagne 2005). Dans le même ordre d'idées, soulignons qu'il y a une proportion significativement plus grande d'automobilistes en faveur d'une augmentation des peines données aux piétons qui ne respectent pas la signalisation routière (83% en 2006, comparativement à 77% en post-campagne 2005).

# 1. Perceptions, comportements et connaissances des piétons

## 1.1 Perceptions des piétons à l'égard du respect des règles de circulation pour les piétons

- ♣ Une proportion de 98% des piétons interrogés considèrent avoir été prudents en tant que piéton au cours des dernières semaines. Il s'agit d'une hausse significative de trois points de pourcentage par rapport aux résultats de la post-campagne 2005 (95%).
- ♣ À l'image de la post-campagne 2005, les deux tiers (65%) des piétons interrogés disent qu'au cours des dernières semaines, dans la région de Sherbrooke, les piétons ont été respectueux des règles de circulation.
- ♣ Les avis des piétons interrogés demeurent partagés en 2006 en ce qui concerne le respect des automobilistes en regard des règles de circulation pour les piétons : la moitié (52%) signale que les automobilistes ont été respectueux alors que l'autre moitié pense le contraire (48%). Ces résultats sont similaires à ceux observés en post-campagne 2005 (51% et 48% respectivement).

-PIÉTONS-

QA1 à QA3. Les questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines.

Perceptions des piétons à l'égard du respect des règles de circulation pour les piétons	A1. Considérez-vous que vous avez été un piéton... prudent ?			A2. Diriez-vous que les piétons ont été... respectueux des règles de circulation ?			A3. Diriez-vous que les automobilistes ont été... respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons ?		
	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430
Très	59%	57%	59%	11%	13%	13%	8%	9%	9%
Assez	40%	39%	39%	57%	52%	52%	41%	42%	42%
<b>Oui</b>	<b>99%</b>	<b>95%</b>	<b>98%</b>	<b>68%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>	<b>52%</b>
Peu	1%	4%	1%	26%	28%	29%	40%	40%	39%
Pas du tout	0%	1%	1%	5%	5%	5%	11%	9%	9%
<b>Non</b>	<b>1%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>	<b>31%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>51%</b>	<b>48%</b>	<b>48%</b>
Ne sait pas / Refus	0%	0%	0%	1%	2%	2%	1%	1%	0%

- ▶ Notons que les 25-34 ans (75%) et les individus détenant une scolarité de niveau universitaire (74%) présentent une plus grande propension à affirmer que les piétons ont été respectueux des règles de circulation.
- ▶ À l'inverse, les 55-64 ans (53%) et les personnes qui se déplacent le plus souvent en automobile ou autre véhicule motorisé (comme une moto) (37%) mentionnent en plus grandes proportions que les piétons n'ont pas été respectueux des règles de circulation.
- ▶ Ceux qui ont consacré 31 minutes et plus à la marche extérieure (dans les rues ou sur les trottoirs) à chaque jour sont proportionnellement plus nombreux à dire que les automobilistes n'ont pas été respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons (55%).

## 1.2 Comportements en tant que piétons

- ♣ Au cours des dernières semaines, les proportions de piétons ayant adopté des comportements risqués sont demeurées les mêmes sur le plan statistique pour la post-campagne 2006 par rapport à celle de 2005. Les proportions de 2006 varient de 20% à 31%.
- ♣ Les comportements risqués s'étant produits en plus forte proportion demeurent les deux mêmes qu'en 2005: une proportion de piétons identique à la post-campagne 2005 (31%) disent qu'il leur est arrivé de devoir presser le pas en traversant parce que des véhicules s'en venaient et auraient pu les frapper et 29% (31% en post-campagne 2005) affirment qu'il leur est arrivé de traverser la rue ailleurs qu'aux intersections, alors qu'il y avait une intersection à proximité.
- ♣ Ce sont 22% (19% en post-campagne 2005) des piétons interrogés qui mentionnent qu'il leur est arrivé de traverser très ou assez souvent entre des véhicules stationnés, lorsqu'ils marchaient sur les trottoirs ou dans les rues.
- ♣ Une proportion de 20% (25% en post-campagne 2005) des piétons interrogés soutiennent qu'il leur est arrivé de ne pas respecter les feux pour piétons lorsqu'il y en avait (main, bonhomme, chronomètre). Cette baisse de cinq points de pourcentage par rapport à la post-campagne 2005 n'est toutefois pas significative. Soulignons que cette proportion de 20% est la moins élevée et, conséquemment, le comportement piétonnier risqué s'étant produit le moins souvent au cours des dernières semaines dans la ville de Sherbrooke, parmi les quatre à l'étude. L'an dernier, en post-campagne 2005, le comportement piétonnier risqué s'étant produit le moins souvent était de traverser entre des véhicules stationnés (22% en 2006, par rapport à 19% en 2005).

-PIÉTONS-

**QA4. à QA7. Au cours des dernières semaines, lorsque vous marchiez sur les trottoirs ou dans les rues, vous est-il arrivé ... ?**

Comportements en tant que piétons	A4. ...de ne pas respecter les feux pour piétons lorsqu'il y en avait (main, bonhomme, chronomètre) ?			A5. ...de traverser la rue ailleurs qu'aux intersections, alors qu'il y avait une intersection à proximité ?			A6. ...de traverser entre des véhicules stationnés ?			A7. ...de devoir presser le pas en traversant parce que des véhicules s'en venaient et auraient pu vous frapper ?		
	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430
Très souvent	6%	7%	4%	7%	7%	7%	3%	3%	2%	8%	6%	7%
Assez souvent	20%	18%	16%	24%	24%	22%	20%	16%	20%	24%	25%	24%
<b>Souvent</b>	<b>26%</b>	<b>25%</b>	<b>20%</b>	<b>31%</b>	<b>31%</b>	<b>29%</b>	<b>24%</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>	<b>32%</b>	<b>31%</b>	<b>31%</b>
Rarement	32%	35%	36%	44%	40%	45%	41%	39%	40%	41%	42%	42%
Jamais	41%	39%	43%	25%	29%	25%	35%	41%	38%	27%	27%	27%
<b>Rarement/Jamais</b>	<b>73%</b>	<b>74%</b>	<b>79%</b>	<b>69%</b>	<b>69%</b>	<b>71%</b>	<b>76%</b>	<b>80%</b>	<b>78%</b>	<b>68%</b>	<b>69%</b>	<b>69%</b>
Ne sait pas / Refus	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

- ▶ Au cours des dernières semaines, les hommes (28% vs 14% des femmes), les 20-24 ans (34%, contre 10% des 65 ans et plus) et les titulaires de permis de conduire (22%, par rapport à 12% de ceux qui n'ont pas de permis de conduire) ont présenté une plus forte propension à ne pas respecter les feux pour piétons lorsqu'il y en avait (main, bonhomme, chronomètre).
- ▶ Par ailleurs, les hommes (35%, comparativement à 24% des femmes) mentionnent en plus fortes proportions qu'il leur est arrivé très ou assez souvent de traverser la rue ailleurs qu'aux intersections, alors qu'il y avait une intersection à proximité.
- ▶ Les hommes (29%, contre 16% des femmes), les 25-34 ans (33%, par rapport à 9% des 55 ans et plus) et ceux qui ont consacré moins de 15 minutes à la marche extérieure à chaque jour (35% par rapport à 17% de ceux qui y consacrent 31 minutes et plus) sont significativement plus nombreux à mentionner qu'il leur est arrivé de traverser très ou assez souvent entre des véhicules stationnés, lorsqu'ils marchaient sur les trottoirs ou dans les rues.

### 1.3 Connaissances des piétons sur la sécurité des piétons



À propos des trois énoncés ayant trait aux connaissances des piétons sur les lois les concernant, les résultats se maintiennent entre 2005 et 2006 suite à la tenue de l'opération « Bon pied, bon œil ». Selon la vaste majorité des piétons interrogés, la loi oblige les piétons à traverser aux intersections (90% en 2006 et 88% en post-campagne 2005) et à respecter les feux de circulation (attendre la lumière verte ou le signal pour piétons) (97% en 2006 et 98% en post-campagne 2005). De même, les piétons peuvent recevoir des amendes s'ils ne respectent pas la signalisation routière (93% respectivement).

#### -PIÉTONS-

QB1 à QB3. Je vais lire une série d'énoncés.  
Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si l'énoncé est vrai ou faux.

Connaissances des piétons sur la sécurité des piétons	QB1. La loi oblige les piétons à traverser aux intersections.			QB2. La loi oblige les piétons à respecter les feux de circulation (attendre la lumière verte ou le signal pour piétons).			QB3. Les piétons peuvent recevoir des amendes s'ils ne respectent pas la signalisation routière.		
	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430
Vrai	88%	88%	90%	93%	98%	97%	91%	93%	93%
Faux	11%	10%	8%	6%	2%	3%	6%	5%	4%
Ne sait pas / Refus	1%	2%	2%	1%	0%	0%	3%	2%	3%

## 2. Perceptions, comportements et connaissances des automobilistes

### 2.1 Perceptions des automobilistes à l'égard du respect des règles de circulation pour les piétons

- 🚗 En ce qui a trait aux perceptions des automobilistes en regard du respect des règles de circulation pour les piétons, on n'observe aucune différence statistiquement significative entre les résultats obtenus en 2006 et ceux obtenus en 2005 suite à la tenue de l'opération « Bon pied, bon œil ».
- 🚗 Ainsi, la quasi-totalité des automobilistes interrogés considèrent qu'ils ont été courtois, en tant qu'automobiliste, à l'égard des piétons au cours des dernières semaines (98% en 2006 et 97% en post-campagne 2005).
- 🚗 Par ailleurs, une proportion de 58% (62% en post-campagne 2005) d'entre eux pensent que les automobilistes ont été respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons. L'observation effectuée en 2005 semble toujours être pertinente en 2006 : l'écart important de 40 points de pourcentage entre l'évaluation des répondants en regard de leurs propres comportements (98%) et de ceux des autres automobilistes (58%) laisse entendre que les automobilistes ne reconnaissent pas nécessairement leur non-respect des règles de circulation pour les piétons (« Ce n'est pas moi, ce sont les autres! »). Cet écart pourrait être également expliqué par un phénomène de désirabilité sociale.
- 🚗 Ajoutons qu'une proportion de 63% (61% en post-campagne 2005) des automobilistes estiment que les piétons ont été respectueux des règles de circulation au cours des dernières semaines. Parallèlement à cela, à la section 1.2, entre 69% et 79% des piétons interrogés affirment avoir adopté des comportements sécuritaires au cours des dernières semaines. Ces résultats nous permettent d'émettre le même constat qu'en 2005 : par rapport aux automobilistes, les piétons ont tendance à se percevoir comme étant plus prudents.

-AUTOMOBILISTES-

**QC1. à QC3. Mes questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines.**

Perceptions des automobilistes à l'égard du respect des règles de circulation pour les piétons	C1. Considérez-vous que vous avez été un automobiliste courtois à l'égard des piétons ?			C2. Diriez-vous que les automobilistes ont été respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons ?			C3. Diriez-vous que les piétons ont été respectueux des règles de circulation ?		
	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403
Très	61%	60%	61%	8%	8%	8%	5%	4%	8%
Assez	37%	37%	37%	58%	53%	50%	56%	57%	55%
<b>Oui</b>	<b>99%</b>	<b>97%</b>	<b>98%</b>	<b>65%</b>	<b>62%</b>	<b>58%</b>	<b>61%</b>	<b>61%</b>	<b>63%</b>
Peu	0%	1%	1%	29%	34%	36%	35%	34%	32%
Pas du tout	1%	1%	1%	4%	4%	5%	3%	5%	5%
<b>Non</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>34%</b>	<b>37%</b>	<b>41%</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>	<b>37%</b>
Ne sait pas / Refus	0%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	0%

- ▶ Les femmes (64%) et les automobilistes qui sont aussi des piétons (61%) considèrent que les automobilistes ont été respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons. À l'opposé, les hommes (48%), les automobilistes qui ne sont pas des piétons (53%) et ceux qui ont consacré 31 minutes et plus à la marche extérieure à chaque jour (50%) jugent que les automobilistes n'ont pas été respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons.
- ▶ Les automobilistes de scolarité de niveau universitaire ont davantage tendance à considérer que les piétons ont été respectueux des règles de circulation (72%). À l'inverse, les automobilistes ayant un revenu familial se situant entre 20 000\$ et 40 000\$ (44%) et ceux qui ont consacré 31 minutes et plus à la marche extérieure à chaque jour (45%) affirment en plus grandes proportions que les piétons n'ont pas été respectueux des règles de circulation.

## 2.2 Comportements en tant qu'automobilistes

- 🚗 Les résultats de 2006 sont stables et comparables à ceux obtenus lors de l'évaluation en post-campagne 2005 en ce qui a trait à la perception des automobilistes face à leur propre comportement en tant qu'automobiliste.
- 🚗 La presque totalité des automobilistes interrogés disent qu'il leur est arrivé rarement ou jamais de ne pas arrêter à un passage piétonnier alors qu'un piéton s'y était engagé (97% en 2006 et 96% en post-campagne 2005). De même, la quasi-totalité des automobilistes interrogés affirment qu'il leur est arrivé rarement ou jamais de klaxonner des piétons qui traversaient la rue (97% en 2006 et 98% en post-campagne 2005).
- 🚗 De plus, la grande majorité des automobilistes interrogés disent qu'il leur est arrivé rarement ou jamais de faire des manœuvres pour éviter des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité (85% en 2006 et 84% en post-campagne 2005) et de dépasser la ligne d'arrêt ou de s'arrêter sur la traverse piétonnière lorsqu'ils faisaient un arrêt à une intersection (84% respectivement).
- 🚗 Enfin, près des deux-tiers des automobilistes interrogés disent qu'il leur est arrivé rarement ou jamais de devoir s'arrêter pour laisser passer des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité (62% en 2006 et 64% en post-campagne 2005). À l'image des résultats de la post-campagne 2005, cette situation s'est produite dans un peu plus du tiers des cas (38% en 2006 et 35% en 2005).

-AUTOMOBILISTES-

QC4. à QC8. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant qu'automobiliste. Au cours des dernières semaines, vous est-il arrivé...?

Comportements en tant qu'automobilistes	C4. ...de ne pas arrêter à un passage piétonnier alors qu'un piéton s'y était engagé?			C5. ...de dépasser la ligne d'arrêt ou de vous arrêter sur la traverse piétonnière lorsque vous faisiez un arrêt à une intersection ?			C6. ...de faire des manœuvres pour éviter des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité ?		
	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403
Très souvent	2%	2%	1%	3%	3%	2%	3%	2%	4%
Assez souvent	4%	2%	2%	11%	13%	14%	12%	14%	11%
<b>Souvent</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>14%</b>
Rarement	25%	24%	24%	44%	46%	46%	38%	35%	38%
Jamais	69%	72%	73%	41%	39%	38%	46%	48%	47%
<b>Rarement/Jamais</b>	<b>94%</b>	<b>96%</b>	<b>97%</b>	<b>85%</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>	<b>85%</b>
Ne sait pas / Refus	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	1%

- ▶ Les 25-34 ans estiment en plus fortes proportions qu'il leur arrive de dépasser la ligne d'arrêt ou de s'arrêter sur la traverse piétonnière lorsqu'ils effectuent un arrêt à une intersection (26%).
- ▶ Les personnes âgées de 65 ans et plus sont plus portées à dire qu'il leur est arrivé de faire des manœuvres pour éviter des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité (22%).

Comportements en tant qu'automobilistes	C7. ...de devoir vous arrêter pour laisser passer des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité ?			C8. ...de klaxonner des piétons qui traversaient la rue?		
	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403
Très souvent	7%	5%	7%	0%	1%	0%
Assez souvent	32%	31%	31%	3%	1%	2%
<b>Souvent</b>	<b>39%</b>	<b>35%</b>	<b>38%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
Rarement	43%	44%	44%	14%	12%	12%
Jamais	18%	20%	18%	83%	86%	85%
<b>Rarement/Jamais</b>	<b>61%</b>	<b>64%</b>	<b>62%</b>	<b>97%</b>	<b>98%</b>	<b>97%</b>
Ne sait pas / Refus	0%	0%	1%	0%	0%	0%

## 2.3 Connaissances des automobilistes sur la sécurité des piétons

- À l'instar de 2005, presque tous savent que les automobilistes sont obligés de s'immobiliser et de céder le passage aux piétons engagés dans les passages piétonniers (qui marchent là où il y a une série de barres horizontales jaunes ou blanches sur la chaussée) (99% en 2006 et 98% en post-campagne 2005).
- Toutefois, comme l'an dernier, les résultats sont moins tranchants dans le cas où un feu de circulation passe au vert pour un automobiliste alors que simultanément, des piétons sont en train de traverser. En effet, une proportion de 67% (72% en post-campagne 2005) des automobilistes interrogés disent que c'est le piéton qui conserve la priorité dans une telle situation alors que 31% sont d'avis contraire (25% en post-campagne 2005). Il semble donc que l'opération «Bon pied, bon œil» n'ait pas permis une amélioration des connaissances à ce niveau.

### -AUTOMOBILISTES-

#### QD1. et QD2. Selon vous, les affirmations suivantes sont-elles vraies ou fausses ?

Connaissances des automobilistes sur la sécurité des piétons	QD1. Les automobilistes sont obligés de s'immobiliser et de céder le passage aux piétons engagés dans les passages piétonniers (qui marchent là où il y a une série de barres horizontales jaunes ou blanches sur la chaussée) ?			QD2. Lorsqu'un feu de circulation passe au vert pour un automobiliste, celui-ci a alors priorité sur les piétons en train de traverser ?		
	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403
Vrai	98%	98%	99%	29%	25%	31%
Faux	2%	2%	1%	70%	72%	67%
Ne sait pas / Refus	0%	1%	0%	1%	3%	2%

- Les individus de scolarité de niveau secondaire sont proportionnellement plus nombreux à croire qu'il est vrai que lorsqu'un feu de circulation passe au vert pour un automobiliste, celui-ci a alors priorité sur les piétons en train de traverser (42%).

### **3. Attitudes à l'endroit de la sécurité des piétons**

#### **3.1 Augmentation des peines données aux contrevenants**

Au total, 80% des personnes interrogées se disent en faveur d'une augmentation des peines données aux piétons qui ne respectent pas la signalisation routière. Ce résultat est similaire à celui de la post-campagne 2005 (76%). Soulignons que cette opinion est partagée par une proportion significativement plus élevée d'automobilistes cette année par rapport à l'an dernier (83% en 2006, comparativement à 77% en post-campagne 2005). Par ailleurs, les résultats concernant les piétons sont demeurés les mêmes sur le plan statistique en 2006 (78% sont en faveur de l'augmentation des peines, comparativement à 76% en post-campagne 2005).

À l'image de l'an dernier, la quasi-totalité des répondants se disent en accord pour que les policiers soient désormais plus sévères à l'endroit des automobilistes qui ne respectent pas les droits des piétons (95% en 2006, par rapport à 93% en post-campagne 2005). De même, c'est une opinion qui est partagée autant par l'ensemble des piétons (95% en 2006 et 93% en post-campagne 2005) que par les automobilistes (96% en 2006 et 93% en post-campagne 2005).

QE1. et QE2. À votre avis, les policiers devraient-ils être plus sévères à l'endroit..

Augmentation des peines données aux contrevenants	TOTAL			PIÉTONS			AUTOMOBILISTES		
	Pré-campagne 2005 n=506	Post-campagne 2005 n=502	Post-campagne 2006 n=500	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403
...des piétons qui ne respectent pas la signalisation routière									
Oui	75%	76%	80%	74%	76%	78%	75%	77%	83%
Non	25%	23%	19%	25%	23%	21%	24%	22%	17%
Ne sait pas / Refus	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%
...des automobilistes qui ne respectent pas les droits des piétons ?									
Oui	95%	93%	95%	95%	93%	95%	95%	93%	96%
Non	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	6%	3%
Ne sait pas / Refus	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%

Les sous-groupes suivants sont plus enclins à considérer que les policiers devraient être **plus sévères à l'endroit des piétons** qui ne respectent pas la signalisation routière :

- ▶ les individus âgés de 55 ans et plus (90%, contre 67% des 25-34 ans);
- ▶ les personnes qui se déplacent le plus souvent en automobile ou dans un autre véhicule motorisé (comme une moto) (83%).

Les sous-groupes suivants sont plus enclins à considérer que les policiers devraient être **plus sévères à l'endroit des automobilistes** qui ne respectent pas les droits des piétons :

- ▶ les personnes qui ont un revenu familial se situant entre 40 000\$ et 60 000\$ (100%);
- ▶ ceux qui conduisent à tous les jours (97%).

### 3.2 Perceptions à l'égard de la sécurité des piétons dans Sherbrooke

Encore cette année, la majorité des personnes interrogées (72% en 2006 et 75% en post-campagne 2005) estiment que le problème de la sécurité des piétons dans la région de Sherbrooke est d'une grande importance. Les résultats sont stables par rapport à ceux de la post-campagne 2005, tant chez les piétons (73% en 2006 et 75% en post-campagne 2005) que chez les automobilistes (71% en 2006 et 74% en post-campagne 2005).

#### QE3. À votre avis, la sécurité des piétons est-elle un problème (...) dans votre région ?

Perceptions à l'égard de la sécurité des piétons dans Sherbrooke	TOTAL			PIÉTONS			AUTOMOBILISTES		
	Pré-campagne 2005 n=506	Post-campagne 2005 n=502	Post-campagne 2006 n=500	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403
Très important	24%	26%	24%	23%	26%	24%	22%	25%	22%
Assez important	45%	49%	48%	45%	48%	49%	47%	49%	49%
<b>Oui</b>	<b>69%</b>	<b>75%</b>	<b>72%</b>	<b>68%</b>	<b>75%</b>	<b>73%</b>	<b>69%</b>	<b>74%</b>	<b>71%</b>
Peu important	25%	20%	22%	25%	21%	20%	25%	22%	22%
Pas du tout important	6%	4%	5%	6%	4%	5%	6%	4%	6%
<b>Non</b>	<b>30%</b>	<b>25%</b>	<b>27%</b>	<b>31%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>
Ne sait pas / Refus	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	1%

- ▶ Notons que les 20-24 ans (43%) et ceux ayant un revenu familial supérieur à 80 000\$ (43%) sont significativement plus nombreux à dire que la sécurité des piétons est un problème peu ou pas du tout important dans leur région.

### 3.3 Perceptions à l'égard du nombre de piétons qui se font frapper au cours d'une année

Dans l'ensemble, la plupart des répondants croient que ce sont moins de 50 piétons qui se font frapper par un véhicule automobile au cours d'une année sur le territoire de la nouvelle ville de Sherbrooke (77% en 2006 et 76% en post-campagne 2005).

Sachant qu'il y a environ 75 piétons qui se font heurter chaque année sur le territoire de la nouvelle ville de Sherbrooke, suite à l'opération « Bon pied, bon œil », on constate encore cette année qu'il y a seulement 11% des personnes interrogées qui ont donné la bonne réponse (entre 50 et 100 : 11%). Soulignons tout de même qu'en moyenne, selon l'ensemble des répondants, il y a une légère hausse, quoique non significative, de trois piétons par rapport à la post-campagne 2005 (passant de 33 piétons en post-campagne 2005 à 36 piétons en 2006).

Par rapport à la post-campagne 2005, la perception des piétons et des automobilistes à l'égard du nombre de piétons frappés à Sherbrooke demeure stable cette année.

#### QE4. Selon vous, combien de piétons se font frapper par un véhicule automobile, au cours d'une année, sur le territoire de la nouvelle ville de Sherbrooke ?

Perceptions à l'égard du nombre de piétons frappés à Sherbrooke	TOTAL			PIÉTONS			AUTOMOBILISTES		
	Pré-campagne 2005 n=506	Post-campagne 2005 n=502	Post-campagne 2006 n=500	Pré-campagne 2005 n=438	Post-campagne 2005 n=454	Post-campagne 2006 n=430	Pré-campagne 2005 n=434	Post-campagne 2005 n=420	Post-campagne 2006 n=403
Moins de 20	45%	34%	34%	43%	34%	34%	45%	33%	34%
Entre 20 et 50	33%	42%	43%	34%	43%	43%	33%	43%	42%
Entre 50 et 100	12%	11%	11%	13%	10%	11%	11%	11%	12%
Plus de 100	3%	3%	5%	4%	3%	5%	4%	3%	6%
<b>Total plus de 50</b>	15%	14%	16%	16%	13%	16%	15%	14%	18%
Ne sait pas / Refus	7%	10%	7%	7%	10%	7%	7%	9%	6%
<b>Moyenne</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>31</b>	<b>34</b>	<b>37</b>

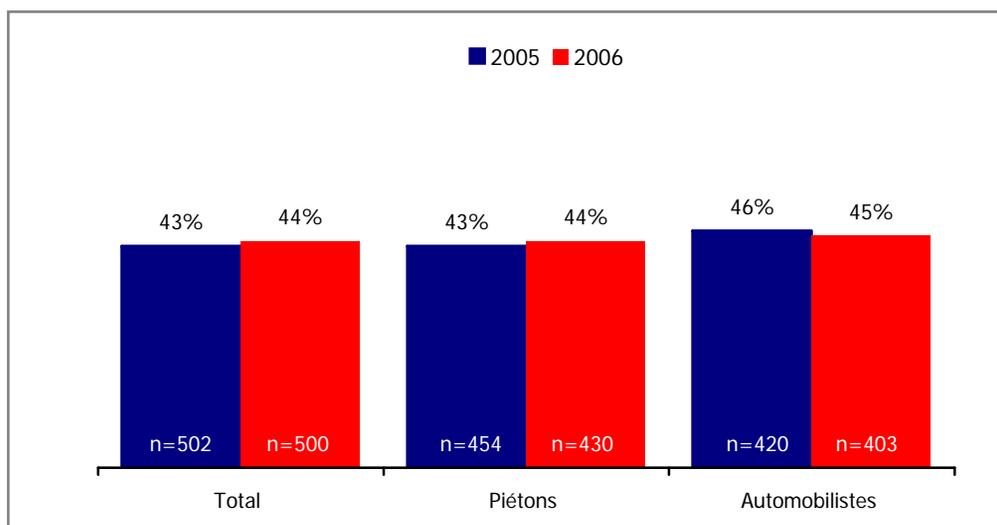
## 4. Notoriété de l'opération

### 4.1 Notoriété de l'existence de l'opération

Les opérations spéciales menées par les policiers dans la région de Sherbrooke bénéficient d'un taux de notoriété qu'on peut qualifier de satisfaisant. À l'image de l'an dernier, près de la moitié (44% en 2006 et 43% en 2005) des répondants affirment avoir entendu parler de ces opérations visant à promouvoir la sécurité des piétons.

**QF1. Au cours des dernières semaines, avez-vous entendu parler d'opérations spéciales menées par les policiers pour promouvoir la sécurité des piétons dans votre région ?**

-LES % REPRÉSENTENT LES MENTIONS POSITIVES-



## 4.2 Notoriété spontanée du nom de l'opération

Parmi les répondants qui ont entendu parler de l'opération, 23% ont été en mesure de donner le nom de l'opération soit, « Bon pied, bon œil ». Cela constitue une hausse significative de 16 points de pourcentage par rapport à l'an dernier (passant de 7% en 2005 à 23% en 2006). Par conséquent, on remarque aussi en 2006 qu'il y a une proportion significativement moins grande de répondants qui ont mentionné ne pas savoir le nom de l'opération (63% en 2006, comparativement à 88% en 2005).

-RÉPONDANTS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

QF2. Quel était le nom de cette opération ?

Médias	TOTAL		PIÉTONS		AUTOMOBILISTES	
	2005 n=218	2006 n=210	2005 n=197	2006 n=182	2005 n=193	2006 n=174
Bon pied, bon œil	7%	23%	7%	25%	7%	22%
Au passage, on se fait de l'oeil	-	0%	-	1%	-	1%
Autre	5%	13%	5%	13%	6%	15%
Nsp	88%	63%	88%	61%	87%	63%

- Soulignons que les 25-34 ans (39%, par rapport à 12% des 45-54 ans) et les personnes qui conduisent à tous les jours (25%) sont proportionnellement plus nombreux à être en mesure de donner le nom de l'opération soit, « Bon pied, bon œil ».

### 4.3 Notoriété spontanée du slogan de l'opération

Seulement 1% de ceux qui ont entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil » ont été en mesure de nommer le slogan qui y est associé, soit « Au passage, on se fait de l'œil ». Le fait que le slogan ait été intégré dans la campagne à partir de cette année seulement ne lui donnerait pas un effet de répétition suffisant pour la mémorisation, ce qui expliquerait sa faible notoriété. L'apprentissage du slogan pourrait être observé dans l'étude de l'année prochaine, due à l'effet de répétition du slogan.

-RÉPONDANTS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

QF2B. Quel était le slogan de cette opération ?

Médias	TOTAL n=210	PIÉTONS n=182	AUTOMOBILISTES n=174
Au passage, on se fait de l'œil	1%	2%	2%
Bon pied, bon œil	14%	14%	15%
Autre	9%	9%	9%
Nsp	75%	75%	75%

## 5. Médias via lesquels les répondants ont entendu parler de l'opération

Comparativement à l'an dernier, on observe une plus grande variété de médias qui ont permis à plusieurs répondants d'être informés de la campagne. C'est principalement par l'intermédiaire de la radio (35% en 2006 et 37% en 2005) et de la télévision (33% en 2006, comparativement à 52% en 2005) que les répondants ont entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil ». Notons aussi que les journaux (20% en 2006 et 21% en 2005), les autres affiches ou panneaux publicitaires (20% en 2006, par rapport à 9% en 2005) et les policiers (14% en 2006, contre 7% en 2005) sont des moyens qui ont permis aux répondants d'entendre parler de l'opération.

Les sous groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil » **par la radio** :

- ▶ les 35-44 ans (51%);
- ▶ les titulaires de permis de conduire (38%);
- ▶ les personnes qui se déplacent le plus souvent en automobile ou autre véhicule motorisé (comme une moto) (42%);
- ▶ ceux qui conduisent à tous les jours (45%).

Les sous groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil » **par la télévision** :

- ▶ les personnes âgées de 55 ans et plus (53%);
- ▶ ceux qui conduisent une fois par semaine (50%).

Les sous groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil » **par les journaux** :

- ▶ les personnes âgées de 65 ans et plus (43%).

-RÉPONDANTS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

**QF3. Par quel moyen (ou média) avez-vous entendu parler de cette opération?**  
Plusieurs mentions possibles

Médias	TOTAL		PIÉTONS		AUTOMOBILISTES	
	2005 n=218	2006 n=210	2005 n=197	2006 n=182	2005 n=193	2006 n=174
Radio	37%	35%	38%	34%	38%	39%
TV	52%	<b>33%</b>	52%	<b>32%</b>	52%	<b>35%</b>
Journaux	21%	20%	20%	21%	20%	18%
Autres affiches ou panneaux publicitaires	9%	<b>20%</b>	9%	<b>20%</b>	9%	<b>22%</b>
Policiers	7%	<b>14%</b>	6%	<b>15%</b>	7%	12%
J'ai été témoin de l'opération	8%	13%	8%	13%	9%	13%
Feuillet reçu par le courrier	-	6%	-	7%	-	6%
Quelqu'un m'en a parlé	8%	6%	8%	6%	9%	<b>3%</b>
Affiches sur les autobus	-	5%	-	5%	-	6%
Feuillet ou dépliant reçu autrement que par le courrier	-	5%	-	6%	-	6%
Aimants de frigo (magnétique)	-	1%	-	1%	-	1%
Autre	1%	3%	1%	3%	1%	3%
Nsp	1%	0%	1%	0%	0%	0%

## 6. Impact de l'opération

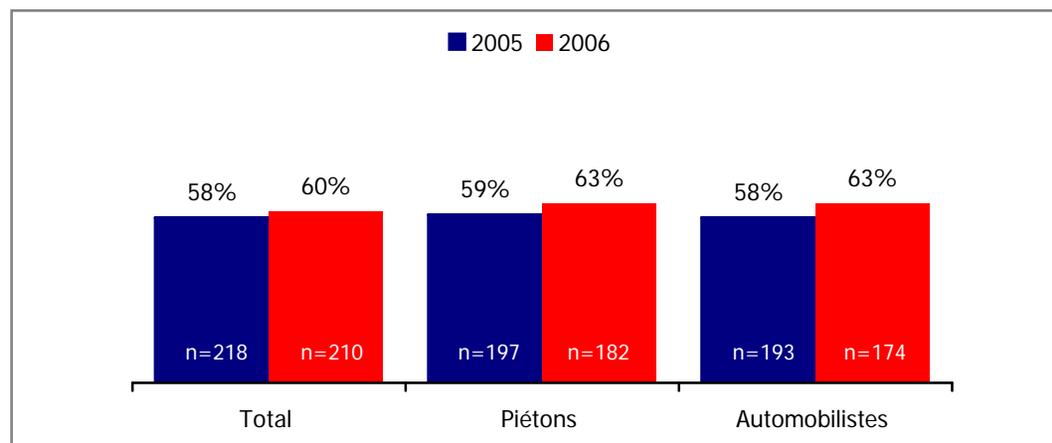
### 6.1 Impact sur le comportement des piétons et des automobilistes

Les répondants qui ont entendu parler de l'opération « Bon pied, bon œil » se sont sentis concernés par l'opération. En effet, une proportion de 60% des répondants affirment s'être sentis personnellement concernés en 2006 (58% en 2005). Les résultats obtenus auprès des piétons (63% en 2006 et 59% en 2005) et des automobilistes (63% en 2006 et 58% en 2005) sont similaires à ceux obtenus l'an dernier.

-RÉPONDANTS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

QG1. Vous êtes-vous senti(e) personnellement concerné(e) par l'opération  
"Bon pied, bon œil" sur la sécurité des piétons?

-LES % REPRÉSENTENT LES MENTIONS POSITIVES-



### Impact sur le comportement des piétons

Comparativement à l'an dernier, l'opération « Bon pied, bon œil » a eu un impact significativement plus fort sur le comportement des piétons selon leurs propres perceptions. En effet, parmi les piétons qui ont entendu parler de l'opération en 2006, 79% affirment qu'ils sont maintenant plus prudents. En 2005, ils étaient 69% à tenir ce discours, ce qui constitue une augmentation de 10 points de pourcentage.

#### -PIÉTONS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

QG4. Suite à cette opération, vous êtes plus prudent(e) comme piéton ?

	PIÉTONS	
	2005 n=197	2006 n=182
Tout à fait d'accord	33%	38%
Plutôt d'accord	36%	40%
<b>En accord</b>	<b>69%</b>	<b>79%</b>
Plutôt en désaccord	18%	13%
Tout à fait en désaccord	10%	7%
<b>En désaccord</b>	<b>29%</b>	<b>21%</b>
Nsp	2%	1%

- Soulignons que les personnes qui se déplacent le plus souvent en automobile ou autre véhicule motorisé (comme une moto) (82%), ceux qui se sont sentis personnellement concernés par l'opération (85%) ainsi que ceux qui croient que l'opération est efficace pour réduire le nombre d'accidents impliquant des piétons (84%) sont plus enclins à mentionner qu'ils sont plus prudents comme piétons, suite à l'opération.

### Impact sur le comportement des automobilistes

- 🚗 L'opération « Bon pied, bon œil » a eu un impact comparable à celui observé en 2005 sur le comportement des automobilistes, selon leurs propres perceptions. Parmi les automobilistes qui ont entendu parler de l'opération, 87% disent qu'ils sont maintenant plus attentifs à la présence des piétons sur le réseau routier (82% en 2005). Cette proportion s'élève à 92% chez ceux qui se sont sentis personnellement concernés par l'opération.

#### - AUTOMOBILISTES QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

QG6. Suite à cette opération, comme automobiliste, vous êtes plus attentif à la présence des piétons sur le réseau routier?

	AUTOMOBILISTES	
	2005 n=193	2006 n=174
Tout à fait d'accord	44%	51%
Plutôt d'accord	38%	36%
<b>En accord</b>	<b>82%</b>	<b>87%</b>
Plutôt en désaccord	11%	9%
Tout à fait en désaccord	7%	3%
<b>En désaccord</b>	<b>17%</b>	<b>12%</b>
Nsp	1%	1%

## 6.2 Efficacité perçue de l'opération

Dans l'ensemble, 74% des répondants estiment que l'opération « Bon pied, bon œil » est efficace pour contribuer à réduire le nombre d'accidents impliquant les piétons. Il s'agit d'un résultat comparable à celui obtenu l'an dernier (67%). Aucune différence statistiquement significative n'est observée tant du côté des piétons que des automobilistes par rapport à 2005 (75% en 2006 et 68% en 2005 respectivement chez les deux groupes).

-RÉPONDANTS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

QG2. Selon vous, est-ce que cette opération est efficace pour contribuer à réduire le nombre d'accidents impliquant les piétons ?

Efficacité perçue de l'opération	TOTAL		PIÉTONS		AUTOMOBILISTES	
	2005 n=218	2006 n=210	2005 n=197	2005 n=182	2005 n=193	2005 n=174
Extrêmement	8%	12%	8%	13%	7%	13%
Très	22%	21%	21%	20%	23%	20%
Assez	38%	41%	39%	42%	38%	42%
<b>Oui</b>	<b>67%</b>	<b>74%</b>	<b>68%</b>	<b>75%</b>	<b>68%</b>	<b>75%</b>
Peu	28%	20%	27%	20%	27%	19%
Pas du tout	3%	4%	2%	3%	3%	4%
<b>Non</b>	<b>30%</b>	<b>24%</b>	<b>29%</b>	<b>23%</b>	<b>30%</b>	<b>23%</b>
Nsp	3%	2%	3%	2%	2%	2%

- ▶ Les personnes qui se déplacent le plus souvent en automobile ou dans un autre véhicule motorisé (comme une moto) sont significativement plus nombreuses à qualifier l'opération d'efficace (78%).

- En 2006, nous observons une proportion significativement plus élevée de piétons qui considèrent que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les piétons à être plus prudents (94%, comparativement à 88% en 2005).

- PIÉTONS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

**QG5. Ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les piétons à être plus prudents?**

	PIÉTONS	
	2005 n=197	2006 n=182
Tout à fait d'accord	49%	51%
Plutôt d'accord	40%	43%
<b>En accord</b>	<b>88%</b>	<b>94%</b>
Plutôt en désaccord	8%	5%
Tout à fait en désaccord	2%	1%
<b>En désaccord</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>
Nsp	1%	0%

- Les individus de scolarité de niveau secondaire (99%) et ceux qui se sont sentis personnellement concernés par l'opération (97%) sont proportionnellement plus nombreux à considérer que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les piétons à être plus prudents.

- Parallèlement, en 2006, 97% des automobilistes estiment que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les automobilistes à mieux se comporter envers les piétons, comparativement à 90% en 2005. Il s'agit d'une hausse significative sur le plan statistique.

- AUTOMOBILISTES QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

**QG7. Ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les automobilistes à mieux se comporter envers les piétons?**

	AUTOMOBILISTES	
	2005 n=193	2006 n=174
Tout à fait d'accord	51%	55%
Plutôt d'accord	39%	42%
<b>En accord</b>	<b>90%</b>	<b>97%</b>
Plutôt en désaccord	7%	<b>2%</b>
Tout à fait en désaccord	2%	1%
<b>En désaccord</b>	<b>9%</b>	<b>3%</b>
Nsp	1%	0%

- Les personnes qui croient que l'opération est efficace pour réduire le nombre d'accidents impliquant des piétons sont plus enclines à mentionner que ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les automobilistes à mieux se comporter envers les piétons (99%).

## 7. Évaluation de l'opération

Les répondants qui ont entendu parler de l'opération ont été invités à l'évaluer. Cette année, 63% des répondants lui ont attribué une note de 7 ou plus sur une échelle de 0 à 10 points, où la note 0 signifie "extrêmement mauvaise" et la note 10 signifie "excellente". Il s'agit d'un résultat similaire à celui observé en 2005 (58%). La note moyenne octroyée à l'opération 2006 est de 7,1/10 (6,7/10 en 2005). Les automobilistes interrogés en 2006 octroient une note significativement plus élevée par rapport à ceux interrogés l'an dernier (7,1/10, par rapport à 6,6/10 en 2005).

Par ailleurs, les répondants qui se sont sentis concernés par l'opération (7,3/10) et ceux qui croient que l'opération est efficace pour réduire le nombre d'accidents impliquant des piétons (7,6/10) ont accordé une note significativement plus élevée à l'opération par rapport aux autres sous-groupes à l'étude.

-RÉPONDANTS QUI ONT ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION-

QG3. Sur une échelle de 0 à 10, quelle note donneriez-vous à l'ensemble de cette opération, où 0 signifie "extrêmement mauvaise" et 10 "excellente" ?

Évaluation de l'opération	TOTAL		PIÉTONS		AUTOMOBILISTES	
	2005 n=218	2006 n=210	2005 n=197	2006 n=182	2005 n=193	2006 n=174
0-6	38%	35%	37%	35%	39%	33%
7-8	41%	45%	42%	44%	43%	48%
9-10	17%	18%	17%	19%	15%	17%
<b>7-10</b>	<b>58%</b>	<b>63%</b>	<b>59%</b>	<b>63%</b>	<b>58%</b>	<b>65%</b>
Nsp	4%	2%	3%	2%	3%	2%
Moyenne	6,7/10	7,1/10	6,8/10	7,1/10	6,6/10	<b>7,1/10</b>

## Annexe 1 : Questionnaire 2006

**1:** **VILLE**  
VILLE. Ville  
( 1/ 56)  
«VILLE »

---

**2:** **CODEP**  
CODEP. Code postal  
( 1/ 86)  
«CODEP »

---

**3:** **TEL01**  
TEL01. Téléphone  
( 1/ 92)  
«TEL01 »

---

**4:** **INTRO**  
  
( 1/ 102)  
«INTRO »

---

Bonjour(bonsoir) monsieur, madame. Je m'appelle \$I  
Je vous appelle de la maison de sondages LÉGER MARKETING. Nous effectuons  
présentement une importante étude sur la sécurité routière et j'aurais besoin  
de la collaboration d'un membre de votre ménage pour quelques minutes.  
Tout d'abord, êtes-vous bien âgé de 15 ans ou plus ?  
(SI NON: Demandez à parler à quelqu'un de 15 ans ou plus)

\*\*\* FAIRE F1 POUR VOIR CODES: @INT03

-----  
ARGUMENTS DE RELANCE:

- p Votre opinion est très importante pour nous.
- p Léger Marketing est une compagnie reconnue partout au Canada.
- p Notre étude d'aujourd'hui, porte sur la sécurité routière chez les piétons  
et automobilistes. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.
- p A quel moment dois-je vous recontacter ? Quel moment vous convient le mieux  
?
- p A qui dois-je demander de parler lors du rappel ?

**5:****INT03***Date : \$D Heure : \$H*

Bonjour(bonsoir) monsieur, madame. Je m'appelle \$I Je vous appelle de la maison de sondages LÉGER MARKETING. Nous effectuons présentement une importante étude sur la sécurité routière et j'aurais besoin de la collaboration d'un membre de votre ménage pour quelques minutes. Etes-vous bien âgé de 15 ans ou plus ? (SI NON: Demandez à parler à quelqu'un de 15 ans ou + et faire la sélection)

\*\*\* Grand public, bilingue \*\*\*

( 1 / 103)

OUI, poursuivre l'entrevue .....	01	=> +1
Rendez-vous fixe (Date et heure précisées).....	FX O	=> /RV
A rappeler (Jour ou heure non-précisé) .....	AR O	=> /RV
Refus.....	RE	=> /FIN
Refus définitif.....	RD	=> /FIN
Répondeur .....	RP	=> /FIN
Intervieweur NON-BILINGUE.....	NB	=> /FIN
Ligne occupée.....	OC	=> /FIN
Pas de service .....	PS	=> /FIN
Pas de réponse .....	PR	=> /FIN
Fax/modem/Cellulaire/Pagette .....	FM	=> /FIN
Erreur du Predictive.....	EP	=> /FIN
Répondant de langue anglaise .....	AN	=> /FIN
Langue étrangère (Ne comprend ni le français, ni l'anglais) .....	LE	=> /FIN
Non-résidentiel .....	NR	=> /FIN
Non-qualifié pour cause de : maladie, malentendant, problème d'élocution, trop âgé, personne de 18ans ou plus dans le ménage.....	NQ	=> /FIN
Hors-secteur.....	HS	=> /FIN
Numéro en double (doublon).....	ER	=> /FIN

«INT03 »  
«O\_INT03 »

**6:****FOYER**

FOYER. Tout d'abord, je dois sélectionner un répondant dans votre foyer. Pouvez-vous me dire combien de personnes de 15 ans ou plus habitent chez-vous, en vous incluant ?

( 1 / 105)

Une - Demandez à lui parler.....	1	=> INT04
Deux .....	2	
Trois .....	3	
Quatre .....	4	
Cinq .....	5	
Six et plus .....	6	
Refus.....	X	=> INT
Ne sait pas .....	Y	=> INT

«FOYER »

**7:****NBHOM**

NBHOM. Parmi ces <FOYER > personnes, combien sont des hommes? ou (combien sont de sexe masculin)?

( 1/ 106)

Aucun .....	0	
Un .....	1	
Deux .....	2	
Trois .....	3	
Quatre .....	4	
Cinq .....	5	
Six et plus .....	6	
Refus.....	X	=> INT
Ne sait pas .....	Y	=> INT

«NBHOM »

**8:****SEL**

SEL. Dans ce cas, pourrais-je parler à <>

( 1/ 107)

Oui.....	1
Absent, Refus, autre : CODEZ A LA PAGE SUIVANTE.....	2

«SEL »

**9:****INT04***Date : \$D Heure : \$H*

Bonjour(bonsoir) monsieur, madame. Je m'appelle \$I Je vous appelle de la maison de sondages LÉGER MARKETING. Nous effectuons présentement une importante étude sur la sécurité routière et j'aurais besoin de la collaboration d'un membre de votre ménage pour quelques minutes. Vous êtes bien âgé de 15 ans ou plus ?

\*\*\* Grand public, bilingue \*\*\*

( 1/ 108)

OUI, poursuivre l'entrevue .....	01	
Rendez-vous fixe (Date et heure précisées).....	FX	O => /RV
A rappeler (Jour ou heure non-précisé) .....	AR	O => /RV
Refus.....	RE	=> /FIN
Refus définitif.....	RD	=> /FIN
Répondeur .....	RP	=> /FIN
Intervieweur NON-BILINGUE.....	NB	=> /FIN
Ligne occupée.....	OC	=> /FIN
Pas de service .....	PS	=> /FIN
Pas de réponse .....	PR	=> /FIN
Fax/modem/Cellulaire/Pagette .....	FM	=> /FIN
Erreur du Predictive.....	EP	=> /FIN
Répondant de langue anglaise .....	AN	=> /FIN
Langue étrangère (Ne comprend ni le français, ni l'anglais) .....	LE	=> /FIN
Non-résidentiel .....	NR	=> /FIN
Non-qualifié pour cause de : maladie, malentendant, problème d'élocution, trop âgé, personne de 18ans ou plus dans le ménage.....	NQ	=> /FIN
Hors-secteur.....	HS	=> /FIN
Numéro en double (doublon).....	ER	=> /FIN

«INT04 »

«O\_INT04 »

---

<b>10:</b>	<b>SEXE</b>
NOTER LE SEXE	
	( 1/ 110)
Homme .....	1
Femme .....	2
«SEXE »	

---

<b>11:</b>	<b>AGE</b>
AGE. Étant donné que nous devons parler à des personnes de différentes catégories d'âge, pouvez-vous me dire dans lequel des groupes d'âge suivants vous situez-vous ? Est-ce... ?	
LIRE	
	( 1/ 111)
...15-19 ans .....	1
...20-24 ans .....	2
...25-34 ans .....	3
...35-44 ans .....	4
...45-54 ans .....	5
...55-64 ans .....	6
...65 ans et plus .....	7
NSP/NRP .....	9
«AGE »	

---

<b>12:</b>	<b>LANGU</b>
LANGU. Et quelle est votre langue maternelle, c'est-à-dire la première langue que vous avez apprise dans votre enfance et que vous comprenez encore?	
	( 1/ 112)
Anglais .....	1
Français .....	2
Autre .....	3
NSP/NRP .....	9
«LANGU »	

---

<b>13:</b>	<b>QSEL2</b>
<i>Identification des piétons et des automobilistes</i>	
QSEL2. Vous arrive-t-il AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE de marcher sur les trottoirs ou dans les rues par exemple pour vous rendre à un arrêt d'autobus, pour vous rendre de votre travail à un restaurant ou ailleurs ou simplement pour prendre une marche ?	
	( 1/ 113)
Oui .....	1
Non .....	2
NSP/NRP .....	9
«QSEL2 »	

---

**14:**

**QSEL3**

*Identification des piétons et des automobilistes*

QSEL3. Avez-vous un permis de conduire valide au Québec? NOTE: (Inclure moto, probatoire, apprenti, etc.)

( 1/ 114)

Oui.....1  
Non.....2 => +2  
NSP/NRP.....9 => +2  
«QSEL3 »

**15:**

**QSEL4**

QSEL4. Et à quelle fréquence conduisez-vous ? Diriez-vous...?

LIRE

( 1/ 115)

...A tous les jours .....1  
...Au moins une fois par semaine.....2  
...Au moins une fois par mois.....3  
...Moins d'une fois par mois.....4  
...Jamais .....7  
NSP/NRP.....9  
«QSEL4 »

**16:**

**INT05**

=> +1 si QSEL2=#1 OU QSEL4=#1-#4,#6

INT05. Ce sont toutes les questions que j'avais à vous poser. Merci beaucoup de votre collaboration. Bonne soirée !

( 1/ 116)

Non-éligible: Ni piéton, ni automobiliste .....N1 => /FIN  
«INT05 »

**17:**

**QA1**

=> QC1 si NON QSEL2=#1

*Section A - Perceptions et comportements des piétons*

QA1. Les questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines. ... Considérez-vous que vous avez été un piéton... prudent ?

LIRE

( 1/ 118)

...Très.....1  
...Assez .....2  
...Peu.....3  
...Pas du tout .....4  
NSP/NRP.....9  
«QA1 »

**18:****QA2**

QA2. Mes questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines. ... Diriez-vous que les piétons ont été... respectueux des règles de circulation ?

( 1/ 119)

...Très .....1  
 ...Assez .....2  
 ...Peu .....3  
 ...Pas du tout .....4  
 NSP/NRP .....9

«QA2 »

**19:****QA3**

QA3. Mes questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines. ... Diriez-vous que les automobilistes ont été... respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons ?

( 1/ 120)

...Très .....1  
 ...Assez .....2  
 ...Peu .....3  
 ...Pas du tout .....4  
 NSP/NRP .....9

«QA3 »

**20:****SERI1**

Nouvelle série de questions

( 1/ 121)

Poursuivre.....1 D

«SERI1 »

**21:****QA4**

Rotation => QA7

**COMPORTEMENTS EN TANT QUE PIÉTON**

QA4. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant que piéton. Au cours des dernières semaines, lorsque vous marchiez sur les trottoirs ou dans les rues, vous est-il arrivé ... ? ...de ne pas respecter les feux pour piétons lorsqu'il y en avait (main, bonhomme, chronomètre) ?

( 1/ 122)

...Très souvent .....1  
 ...Assez souvent .....2  
 ...Rarement .....3  
 ...Jamais .....7  
 NSP/NRP .....9

«QA4 »

**22:**

**QA5**

**COMPORTEMENTS EN TANT QUE PIÉTON**

QA5. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant que piéton. Au cours des dernières semaines, lorsque vous marchiez sur les trottoirs ou dans les rues, vous est-il arrivé ... ? ...de traverser la rue ailleurs qu'aux intersections, alors qu'il y avait une intersection à proximité ?

( 1/ 123)

...Très souvent .....1  
...Assez souvent .....2  
...Rarement .....3  
...Jamais .....7  
NSP/NRP .....9

«QA5 »

**23:**

**QA6**

**COMPORTEMENTS EN TANT QUE PIÉTON**

QA6. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant que piéton. Au cours des dernières semaines, lorsque vous marchiez sur les trottoirs ou dans les rues, vous est-il arrivé ... ? ...de traverser entre des véhicules stationnés ?

( 1/ 124)

...Très souvent .....1  
...Assez souvent .....2  
...Rarement .....3  
...Jamais .....7  
NSP/NRP .....9

«QA6 »

**24:**

**QA7**

**COMPORTEMENTS EN TANT QUE PIÉTON**

QA7. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant que piéton. Au cours des dernières semaines, lorsque vous marchiez sur les trottoirs ou dans les rues, vous est-il arrivé ... ? ... de devoir presser le pas en traversant parce que des véhicules s'en venaient et auraient pu vous frapper ?

( 1/ 125)

...Très souvent .....1  
...Assez souvent .....2  
...Rarement .....3  
...Jamais .....7  
NSP/NRP .....9

«QA7 »

**25:**

**SERI2**

Nouvelle série de questions

( 1/ 126)

Poursuivre.....1 D

«SERI2 »

**26:**

**QB1**

Rotation => QB3

*Section B : Connaissances des piétons sur la sécurité des piétons*

QB1. Je vais lire une série d'énoncés. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si l'énoncé est vrai ou faux. ... La loi oblige les piétons à traverser aux intersections.

( 1/ 127)

Vrai.....1

Faux.....2

NSP/NRP.....9

«QB1 »

**27:**

**QB2**

*Section B : Connaissances des piétons sur la sécurité des piétons*

QB2. Je vais lire une série d'énoncés. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si l'énoncé est vrai ou faux. ... La loi oblige les piétons à respecter les feux de circulation (attendre la lumière verte ou le signal pour piétons).

( 1/ 128)

Vrai.....1

Faux.....2

NSP/NRP.....9

«QB2 »

**28:**

**QB3**

*Section B : Connaissances des piétons sur la sécurité des piétons*

QB3. Je vais lire une série d'énoncés. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si l'énoncé est vrai ou faux. ... Les piétons peuvent recevoir des amendes s'ils ne respectent pas la signalisation routière.

( 1/ 129)

Vrai.....1

Faux.....2

NSP/NRP.....9

«QB3 »

**29:**

**SERI3**

Nouvelle série de questions

( 1/ 130)

Poursuivre.....1 D

«SERI3 »

**30:**

**QC1**

=> QE1 si QSEL4=#5 OU QSEL4=SR

*Section C : Perceptions et comportements des automobilistes à l'égard*

QC1. Mes questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines. ... Considérez-vous que vous avez été un automobiliste... courtois à l'égard des piétons ?

LIRE

( 1/ 131)

...Très.....1  
...Assez .....2  
...Peu .....3  
...Pas du tout .....4  
NSP/NRP .....9  
«QC1 »

**31:**

**QC2**

QC2. Mes questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines. ... Diriez-vous que les automobilistes ont été... respectueux des règles de circulation par rapport aux piétons ?

( 1/ 132)

...Très.....1  
...Assez .....2  
...Peu .....3  
...Pas du tout .....4  
NSP/NRP .....9  
«QC2 »

**32:**

**QC3**

QC3. Mes questions suivantes portent sur la situation vécue dans votre région au cours des dernières semaines. ... Diriez-vous que les piétons ont été... respectueux des règles de circulation ?

( 1/ 133)

...Très.....1  
...Assez .....2  
...Peu .....3  
...Pas du tout .....4  
NSP/NRP .....9  
«QC3 »

**33:**

**SERI4**

Nouvelle série de questions

( 1/ 134)

Poursuivre.....1 D  
«SERI4 »

**34:**

**QC4**

Rotation => QC8

**COMPORTEMENTS EN TANT QU'AUTOMOBILISTE**

QC4. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant qu'automobiliste. Au cours des dernières semaines, vous est-il arrivé ...? ...de ne pas arrêter à un passage piétonnier alors qu'un piéton s'y était engagé ?

( 1/ 135)

- ...Très souvent .....1
  - ...Assez souvent .....2
  - ...Rarement .....3
  - ...Jamais .....7
  - NSP/NRP .....9
- «QC4 »

**35:**

**QC5**

**COMPORTEMENTS EN TANT QU'AUTOMOBILISTE**

QC5. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant qu'automobiliste. Au cours des dernières semaines, vous est-il arrivé ...? ...de dépasser la ligne d'arrêt ou de vous arrêter sur la traverse piétonnière lorsque vous faisiez un arrêt à une intersection ?

( 1/ 136)

- ...Très souvent .....1
  - ...Assez souvent .....2
  - ...Rarement .....3
  - ...Jamais .....7
  - NSP/NRP .....9
- «QC5 »

**36:**

**QC6**

**COMPORTEMENTS EN TANT QU'AUTOMOBILISTE**

QC6. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant qu'automobiliste. Au cours des dernières semaines, vous est-il arrivé ...? ...de faire des manoeuvres pour éviter des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité ?

( 1/ 137)

- ...Très souvent .....1
  - ...Assez souvent .....2
  - ...Rarement .....3
  - ...Jamais .....7
  - NSP/NRP .....9
- «QC6 »

**37:**

**QC7**

**COMPOTEMENTS EN TANT QU'AUTOMOBILISTE**

QC7. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant qu'automobiliste. Au cours des dernières semaines, vous est-il arrivé ...? ...de devoir vous arrêter pour laisser passer des piétons qui traversaient ailleurs qu'aux intersections ou sans avoir la priorité ?

( 1/ 138)

...Très souvent .....1  
...Assez souvent .....2  
...Rarement .....3  
...Jamais .....7  
NSP/NRP .....9

«QC7 »

**38:**

**QC8**

**COMPOTEMENTS EN TANT QU'AUTOMOBILISTE**

QC8. Mes questions suivantes portent sur vos comportements en tant qu'automobiliste. Au cours des dernières semaines, vous est-il arrivé ...? ...de klaxonner des piétons qui traversaient la rue ?

( 1/ 139)

...Très souvent .....1  
...Assez souvent .....2  
...Rarement .....3  
...Jamais .....7  
NSP/NRP .....9

«QC8 »

**39:**

**SERI5**

Nouvelle série de questions

( 1/ 140)

Poursuivre.....1 D

«SERI5 »

**40:**

**QD1**

**Section D : Connaissances des automobilistes sur sécurité des piétons**

QD1. Selon vous, les affirmations suivantes sont-elles vraies ou fausses ? - Les automobilistes sont obligés de s'immobiliser et de céder le passage aux piétons engagés dans les passages piétonniers (qui marchent là où il y a une série de barres horizontales jaunes ou blanches sur la chaussée) ?

( 1/ 141)

Vrai.....1  
Faux .....2  
NSP/NRP .....9

«QD1 »

**41:** **QD2**  
 QD2. Selon vous, les affirmations suivantes sont-elles vraies ou fausses ? -  
 Lorsqu'un feu de circulation passe au vert pour un automobiliste, celui-ci a alors  
 priorité sur les piétons en train de traverser ?  
( 1/ 142)

Vrai.....1  
 Faux.....2  
 NSP/NRP.....9  
 «QD2 »

---

**42:** **SERI6**  
 Nouvelle série de questions  
( 1/ 143)

Poursuivre.....1 D  
 «SERI6 »

---

**43:** **QE1**  
*Section E : Attitudes à l'endroit de la sécurité des piétons (TOUS)*  
 QE1. A votre avis, les policiers devraient-ils être plus sévères à l'endroit.. ...des  
 piétons qui ne respectent pas la signalisation routière?  
( 1/ 144)

Oui.....1  
 Non.....2  
 NSP/NRP.....9  
 «QE1 »

---

**44:** **QE2**  
 QE2. A votre avis, les policiers devraient-ils être plus sévères à l'endroit.. ...des  
 automobilistes qui ne respectent pas les droits des piétons ?  
( 1/ 145)

Oui.....1  
 Non.....2  
 NSP/NRP.....9  
 «QE2 »

---

**45:** **QE3**  
 QE3. A votre avis, la sécurité des piétons est-elle un problème TRES, ASSEZ,  
 PEU ou TRES PEU important dans votre région ?  
( 1/ 146)

Très.....1  
 Assez .....2  
 Peu.....3  
 Très peu .....4  
 NSP/NRP.....9  
 «QE3 »

---

**46:**

**QE4**

QE4. Selon vous, combien de piétons se font frapper par un véhicule automobile, au cours d'une année, sur le territoire de la nouvelle ville de Sherbrooke ?

LIRE

( 1/ 147)

...Moins de 20 .....1  
...Entre 20 et 50 .....2  
...Entre 50 et 100 .....3  
...Plus de 100 .....4  
NSP/NRP .....9

«QE4 »

---

**47:**

**QF1**

*Section F : Notoriété de l'opération (post-opération)*

QF1. Au cours des dernières semaines, avez-vous entendu parler d'opérations spéciales menées par les policiers pour promouvoir la sécurité des piétons dans votre région ?

( 1/ 148)

Oui .....1  
Non/NRP .....2      => QSD1

«QF1 »

---

**48:**

**QF2**

QF2. Quelle était le nom de cette opération ?

NE PAS LIRE !

( 1/ 149)

Bon pied, bon oeil .....1  
Au passage, on se fait de l'oeil.....2  
Autre.....3  
NSP/NRP.....9

«QF2 »

---

**49:**

**QF2B**

QF2B. Quel était le slogan de cette opération?

NE PAS LIRE

( 1/ 150)

Au passage, on se fait de l'oeil.....1  
Bon pied, bon oeil .....2  
Autre.....3  
NSP/NRP.....9

«QF2B »

**50:**

**QF3**

QF3. Par quel moyen (ou média) avez-vous entendu parler de cette opération?

SONDER : Quoi d'autres?

SONDEZ POUR OBTENIR 3 MENTIONS

( 1/ 151 - 153 - 155)

TV.....	01	
Radio .....	02	
Journaux .....	03	
Aimants de frigo (magnétique).....	04	
Affiches sur les AUTOBUS .....	05	
Autres affiches ou panneaux publicitaires .....	06	
Feuillet reçu par le COURRIER.....	07	
Feuillet ou dépliant reçu autrement que par courrier.....	08	
Policiers.....	09	
J'ai été témoin de l'opération.....	10	
Quelqu'un m'en a parlé .....	11	
Autre (Précisez).....	96	O
NSP/NRP.....	99	X
«QF3_01 »		
«QF3_02 »		
«QF3_03 »		
«O_QF3 »		

---

**51:**

**QG1**

*Section G : Évaluation de l'impact de l'opération (post-opération)*

QG1. Vous êtes-vous senti(e) personnellement concerné(e) par l'opération "Bon pied, bon oeil" sur la sécurité des piétons?

( 1/ 157)

Oui.....	1	
Non.....	2	
NSP/NRP.....	9	
«QG1 »		

---

**52:**

**QG2**

QG2. Selon vous, est-ce que cette opération est efficace pour contribuer à réduire le nombre d'accidents impliquant les piétons ?

LIRE

( 1/ 158)

...Extrêmement .....	1	
...Très.....	2	
...Assez .....	3	
...Peu .....	4	
...Pas du tout .....	5	
NSP/NRP.....	9	
«QG2 »		

---

**53:**

**QG3**

QG3. Sur une échelle de 0 à 10, quelle note donneriez-vous à l'ensemble de cette opération, où 0 signifie "extrêmement mauvaise" et 10 "excellente" ?

( 1/ 159)

\$E 0 10

00 - Extrêmement mauvaise .....	00
01 .....	01
02 .....	02
03 .....	03
04 .....	04
05 .....	05
06 .....	06
07 .....	07
08 .....	08
09 .....	09
10 - Excellente .....	10
NSP/NRP .....	99

«QG3 »

**54:**

**QG4**

Rotation => QG5

=> +1 si NON QSEL2=#1

QG4. Maintenant, je vais vous lire quelques énoncés. Pour chacun d'eux, veuillez me dire si vous êtes TOUT A FAIT D'ACCORD, PLUTOT D'ACCORD, PLUTOT EN DÉSACCORD ou TOUT A FAIT EN DESACCORD. ...Suite à cette opération, vous êtes plus prudent(e) comme piéton ?

( 1/ 161)

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

«QG4 »

**55:**

**QG5**

=> +1 si

NON QSEL2=#1

QG5. Maintenant, je vais vous lire quelques énoncés. Pour chacun d'eux, veuillez me dire si vous êtes TOUT A FAIT D'ACCORD, PLUTOT D'ACCORD, PLUTOT EN DÉSACCORD ou TOUT A FAIT EN DESACCORD. ...Ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les piétons à être plus prudents ?

( 1/ 162)

Tout à fait d'accord .....	1
Plutôt d'accord .....	2
Plutôt en désaccord .....	3
Tout à fait en désaccord .....	4
NSP/NRP .....	9

«QG5 »

**56:**

**QG6**

Rotation => QG7

=> +1 si QSEL4=#5 OU QSEL4=SR

QG6. Je vais vous lire quelques énoncés. Pour chacun, veuillez me dire si vous êtes TOUT A FAIT D'ACCORD, PLUTOT D'ACCORD, PLUTOT EN DÉSACCORD ou TOUT A FAIT EN DESACCORD. ...Suite à cette opération, comme automobiliste, vous êtes plus attentif à la présence des piétons sur le réseau routier ?

( 1/ 163)

Tout à fait d'accord.....1  
Plutôt d'accord.....2  
Plutôt en désaccord.....3  
Tout à fait en désaccord.....4  
NSP/NRP.....9

«QG6 »

**57:**

**QG7**

=> +1 si

QSEL4=#5 OU QSEL4=SR

QG7. Je vais vous lire quelques énoncés. Pour chacun, veuillez me dire si vous êtes TOUT A FAIT D'ACCORD, PLUTOT D'ACCORD, PLUTOT EN DÉSACCORD ou TOUT A FAIT EN DESACCORD. ...Ce type d'opération est une façon intéressante d'inciter les automobilistes à mieux se comporter envers les piétons ?

( 1/ 164)

Tout à fait d'accord.....1  
Plutôt d'accord.....2  
Plutôt en désaccord.....3  
Tout à fait en désaccord.....4  
NSP/NRP.....9

«QG7 »

**58:**

**QSD1**

*Section SD - Questions sociodémographiques*

QSD1. J'ai presque terminé. Je tiens à vous remercier du temps que vous m'avez consacré jusqu'à maintenant, votre collaboration est grandement appréciée. Personnellement, 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...?

LIRE LES CHOIX. REPONSE APPROXIMATIVE.

( 1/ 165)

...Moins de 15 minutes .....1  
...15 - 30 minutes .....2  
...31 - 60 minutes .....3  
...Plus de 60 minutes.....4  
Trop peu fréquent pour valoir la peine .....7  
NSP/NRP.....9

«QSD1 »

**59:****QSD2**

QSD2. Quel moyen de transport utilisez-vous le plus souvent, que ce soit pour aller travailler, vous rendre à vos études, aller magasiner, pour vos loisirs ou autre ?

( 1/ 166)

...Automobile ou autre véhicule motorisé (moto).....	1
...Autobus, métro (transport en commun).....	2
...Vélo (bicyclette).....	3
...A pied.....	4
Autre.....	6
NSP/NRP.....	9
«QSD2 »	

**60:****SCOL**

SCOL. A quel niveau se situe la dernière année d'études que vous avez complétée ? Est-ce...

LIRE

( 1/ 167)

...Primaire (7 ans ou moins).....	1
...Secondaire (8 à 12 ans).....	2
...Collégial/CEGEP (13 à 15 ans).....	3
...Universitaire (16 ans ou plus).....	4
NSP/NRP.....	9
«SCOL »	

**61:****REVEN**

REVEN. Dans quelle catégorie se situe votre revenu familial total annuel avant impôts? Est-ce...?

LIRE - (Toujours mettre la borne dans la catégorie inférieure)

( 1/ 168)

...Moins de 20 000 \$.....	1
...Entre 20 000 \$ et 40 000 \$.....	2
...Entre 40 000 \$ et 60 000 \$.....	3
...Entre 60 000 \$ et 80 000 \$.....	4
...80 000 \$ ou plus.....	5
NSP/NRP.....	9
«REVEN »	

62:

INT

*Fin de l'entrevue: Durée \$T \$D \$H \$Q*

Léger Marketing vous remercie (madame/monsieur) de votre collaboration -----  
-----En complétant l'entrevue ("CO") l'intervieweur atteste: "Je déclare que cette entrevue a été menée auprès de la personne mentionnée conformément à l'échantillon généré et que toutes les questions nécessitant une réponse ont été dûment fournies par le répondant."

( 1/ 169)

Entrevue complétée .....	CO	C	=> /FIN		
Incomplet AVEC rendez-vous fixe .....	IR	O	=> /RV		
Rendez-vous fixe (Date et heure précisées).....	FX	N			
A rappeler (Jour ou heure non-précisé) .....	AR	N			
Incomplet SANS possibilité de rappel.....	IN	O	=> /FIN		
Incomplet définitif .....	ID	O	=> /FIN		
Message laissé .....	ML	N			
Refus.....	RE	N			
Refus définitif.....	RD	N			
Répondeur .....	RP	N			
Répondeur - Predictive .....	P5	N			
Intervieweur NON-BILINGUE.....	NB	N			
Ligne occupée.....	OC	N			
Occupé - Predictive .....	P2	N			
Pas de service .....	PS	N			
Téléphoniste - Predictive .....	P3	N			
Pas de réponse .....	PR	N			
Pas de réponse - Predictive .....	P1	N			
Fax/modem.....	FM	N			
Cellulaire/Pagette .....	CE	N			
Fax / modem - Predictive .....	P6	N			
Mauvais contact (la personne à qui l'on demande de parler n'est pas à ce numéro)				MC	N
Erreur du Predictive.....	EP	N			
Répondant de langue anglaise .....	AN	N			
Langue étrangère (Ne comprend ni le français, ni l'anglais) .....	LE	O	=> /FIN		
Non éligible .....	NE	N			
Non-éligible: Ni piéton, ni automobiliste .....	N1	N			
Non résidentiel .....	NR	N			
Non-qualifié pour cause de: maladie, malentendant, problème d'élocution, trop âgé...				NQ	O => /FIN
Hors-secteur.....	HS	N			
Quota atteint .....	QU		=> /FIN		
Code du superviseur .....	SU	O	=> /FIN		
Abandon .....	P4	N			
Pas de signal (erreur sur la ligne) .....	P7	N			
Numéro en double (doublon).....	ER	N			
Numéros manquants mis par le logiciel.....	MN	N			

«INT »

«O\_INT »