



MONTRÉAL

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

QUÉBEC

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

SONDAGE POST-CAMPAGNE PAR INTERNET CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA SÉCURITÉ DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS 2014

RAPPORT FINAL
PRÉSENTÉ À LA DIRECTION DES COMMUNICATIONS,
MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

OCTOBRE 2014

RÉF. : R14384v2p1MTQ (Chantiers routiers).pptx

03	/CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
04	/FAITS SAILLANTS
07	/CHAPITRE 1 : PROFIL DES RÉPONDANTS ET HABITUDES DE CONDUITE
10	/CHAPITRE 2 : COMPORTEMENTS À L'ÉGARD DES LIMITES DE VITESSE PERMISES DANS LES ZONES DE TRAVAUX ET DE CHANTIERS ROUTIERS, PERCEPTION ET ATTITUDES
21	/CHAPITRE 3 : NOTORIÉTÉ, COMPRÉHENSION ET APPRÉCIATION DES COMPOSANTES DE LA CAMPAGNE
35	/CHAPITRE 4 : IMPACT ET APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE EN GÉNÉRAL
39	/CHAPITRE 5 : UTILISATION DE QUÉBEC 511
41	/CONCLUSIONS

ANNEXES

- /1. MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /2. QUESTIONNAIRE
- /3. TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS (SOUS PLI SÉPARÉ)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE

CONTEXTE	<p>La campagne de sensibilisation diffusée au cours de l'été 2014 par le ministère des Transports du Québec (MTQ) visait à conscientiser les conducteurs au fait que l'inattention et la distraction sont les premières causes d'accidents avec victimes survenus à l'approche des chantiers et dans les zones de travaux routiers.</p> <p>La campagne de cette année s'échelonnait du 16 juin au 12 octobre 2014 et s'articulait autour d'une publicité télévisée (« Volant »), d'affiches sur panneaux routiers, de messages sur des panneaux électroniques (PMV), de deux publicités radiophoniques en anglais, de deux capsules « signaleur - signaleuse » sur Radio Circulation 730 AM et d'une journée de surveillance de la vitesse tenue le 9 juillet 2014 appelée <i>Opération orange</i>.</p>
OBJECTIFS	<p>L'objectif général de l'étude est d'évaluer la notoriété et l'impact de certains éléments de cette campagne publicitaire et plus spécifiquement :</p> <ul style="list-style-type: none">• d'évaluer les perceptions et les comportements des automobilistes en matière de conduite et de sécurité dans les zones de chantiers routiers relativement à la vitesse et aux comportements délinquants;• de mesurer la notoriété, la compréhension, l'appréciation et les motifs d'appréciation ou non des messages publicitaires (télé et radio) de la campagne;• de mesurer la pertinence perçue de la campagne et son impact sur les comportements des conducteurs;• et de mesurer le taux d'utilisation de Québec 511 Info Transports pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers.
POPULATION CIBLE	<p>Les internautes québécois âgés de 18 ans ou plus détenant un permis de conduire valide, ayant traversé à titre de conducteur une ou plusieurs zones de chantiers routiers depuis le mois de juin 2014 et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.</p>
ÉCHANTILLONNAGE	<p>1031 répondants tirés du panel Or de SOM.</p>
COLLECTE	<p>Entrevues Web réalisées du 19 au 24 septembre 2014. Taux de réponse : 30,3 %</p>
PONDÉRATION	<p>Pondération pour s'assurer d'une bonne représentativité des internautes québécois en fonction de la strate (territoire de résidence), de l'âge, du sexe, de la langue maternelle, de la scolarité et du statut de propriété.</p>
MARGE D'ERREUR	<p>La marge d'erreur d'échantillonnage maximale pour les résultats d'ensemble est de 3,5 % au niveau de confiance de 95 %.</p>
NOTE AUX LECTEURS	<p>Les résultats spécifiques pour les répondants ayant été joints ou non par la campagne (exposés et non exposés aux éléments de la campagne) seront présentés distinctement s'ils sont significativement différents d'un point de vue statistique.</p>



FAITS SAILLANTS

EXPÉRIENCE DE CONDUITE

- 80 % des répondants ont leur permis de conduire depuis au moins 10 ans.
- 65 % parcourent plus de 10 000 km par année sur les routes du Québec.
- 62 % ont traversé des zones de chantiers routiers à plus de 10 reprises depuis le mois de juin 2014 (significativement moins qu'en 2013 avec 71 %).

PERCEPTION, ATTITUDES ET COMPORTEMENTS À L'ÉGARD DES LIMITES DE VITESSE PERMISES DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS

- Le comportement à risque le plus souvent observé par les répondants cette année est toujours l'excès de vitesse (75 % contre significativement moins en 2013 avec 60 %). Suivent, loin derrière, les dépassements (8 % contre 14 % l'an passé), les manœuvres brusques (8 % contre 7 % en 2013) et le fait de suivre de trop près (6 %, moins qu'en 2013 avec 10 %).
- 86 % (significativement moins qu'en 2013 avec 90 %) des répondants jugent que les limites de vitesse dans les zones de chantiers routiers sont adéquates.
- 84 % (78 % en 2013) des répondants affirment que les risques pour leur sécurité, celle des autres conducteurs et celle des travailleurs sont élevés (26 % très et 58 % assez élevés) en cas de dépassement des limites de vitesse.
- Les risques sont perçus comme **élevés**, principalement à cause de la diminution du temps de réaction (26 %), de la réduction de la marge de manœuvre (20 %), de l'augmentation des risques d'accident (20 %) et de la proximité des travailleurs (17 %).
- Inversement, les risques sont perçus comme étant **faibles** surtout parce qu'aux yeux de certains, bien souvent, il n'y a pas de travailleurs sur les chantiers (37 %) et que ces lieux sont sécurisés (28 %). C'était également les deux premiers motifs mentionnés en 2013.
- Selon les répondants, un conducteur sur dix (12 % contre 11 % en 2013) ne réduit pas sa vitesse dans les zones de chantiers, alors que 79 % (82 % l'an passé) le font, mais excèdent toujours la limite permise affichée. On attribue généralement ces comportements au fait que les conducteurs sont pressés (26 %, plus qu'en 2013 avec 21 %).
- D'autre part, si 52 % (56 % un an auparavant) des conducteurs avouent toujours dépasser les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers, un sur dix (10 %, comme en 2013) dit les dépasser par 10 à 20 km/h.
- Enfin, augmenter les mesures de surveillance (48 % vs 47 % en 2013) et ajouter des pénalités plus importantes (18 %, plus qu'en 2013 avec 14 %) sont toujours les deux moyens les plus souvent suggérés par les conducteurs pour inciter les gens à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers. Ces suggestions sont faites même si 76 % (75 % en 2013) des répondants savent que les amendes ont doublé depuis mars 2011.

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE EN GÉNÉRAL

- Au total, 94 % (significativement plus qu'en 2013 avec 91 %) des répondants ont été joints par au moins un des éléments publicitaires de la campagne actuelle. Plus particulièrement :
 - 72 % disent avoir vu la publicité diffusée à la télévision ou sur Internet (note moyenne d'appréciation de 7,7 sur 10). Cette dernière plaît à certains répondants concernés surtout pour son réalisme (26 % au total des mentions), mais déplaît également à certains justement pour son manque de réalisme ou de crédibilité (18 % au total des mentions);
 - 45 % disent avoir vu l'une ou l'autre des deux affiches (signaleur/signaleuse);
 - 53 % disent avoir vu l'affiche portant sur les amendes doublées;
 - 50 % disent avoir remarqué les panneaux à affichage numérique avec des conseils de sécurité;
 - 26 % des **résidents de la région de Montréal** disent avoir entendu les messages radiophoniques (capsules signaleur ou signaleuse pour les francophones ou publicités BBQ ou Golf pour les anglophones) diffusés sur les ondes de Radio Circulation 730 AM (capsules francophones) ou sur certaines stations anglophones (publicités BBQ ou Golf);
 - 27 % (26 % en 2013) de tous les répondants ont entendu parler de l'Opération orange du 9 juillet 2014.
- 77 % (tout comme en 2013) s'entendent pour dire que la campagne les a amenés à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers (25 % tout à fait et 52 % plutôt d'accord).
- 79 % (76 % en 2013) affirment que la campagne les a amenés à respecter les consignes des signaleurs routiers (37 % tout à fait d'accord et 42 % plutôt d'accord).
- 73 % (74 % en 2013) indiquent que la campagne réussit à mettre en évidence (faire valoir) l'importance de respecter les limites de vitesse (22 % tout à fait et 51 % plutôt d'accord).
- 93 % (92 % en 2013) jugent important de diffuser une telle campagne publicitaire pour rappeler aux usagers les comportements sécuritaires dans les zones de chantiers routiers.

UTILISATION DU SERVICE QUÉBEC 511 INFO TRANSPORTS

- Au total, 19 % (significativement moins qu'en 2013 avec 26 %) de l'ensemble des répondants ont utilisé le service Québec 511 Info Transports dans les mois ayant précédé l'étude.
- Parmi ces répondants, 15 % (moins qu'en 2013 avec 20 %) l'ont fait à partir du site Internet, 2 % à partir du service téléphonique (contre significativement moins également qu'en 2013 avec 6 %) et 4 % (6 % en 2013) à partir de l'application pour téléphone intelligent (TI).

FAITS SAILLANTS - SUITE

TABLEAU SYNTHÈSE : NOTORIÉTÉ, COMPRÉHENSION ET APPRÉCIATION DES COMPOSANTES DE LA CAMPAGNE 2014

	Notoriété	Compréhension	Appréciation
Publicité télévisée	72 % des répondants (au total) ont vu la publicité télévisuelle	On comprend principalement qu'il faut rester concentré (42 %) et être attentif (36 %) lorsqu'on traverse des zones de chantiers routiers	Note moyenne de 7,7 sur 10 • 35 % de 9 et 10 • 43 % de 7 et 8
Affiches (signaleur et signaleuse)	45 % des répondants ont vu l'une ou l'autre des 2 affiches	--	--
Affiche (amendes doublées)	53 % des répondants ont vu cette affiche	--	--
Panneaux d'affichage numérique	50 % des répondants ont vu ces panneaux d'affichage numérique	--	--
Capsules radiophoniques (signaleur et signaleuse) sur Radio Circulation 730 AM	26 % des répondants francophones de la RMR de Montréal ont entendu l'une ou l'autre des capsules radio en français (« signaleur » ou « signaleuse »)	La compréhension des publicités radiophoniques en anglais est la même que celle du message télévisuel : concentration, vigilance et prudence lorsqu'on traverse des zones de chantiers routiers	Publicités en anglais (« BBQ » et « Golf ») seulement Note moyenne de 8,2 sur 10
Publicités radiophoniques en anglais (BBQ et Golf)	27 % des répondants anglophones de la RMR de Montréal ont entendu l'une ou l'autre des publicités radiophoniques en anglais (« BBQ » ou « Golf »)		
Opération Orange (9 juillet 2014)	27 % des répondants ont entendu parler de cette opération	--	--



CHAPITRE 1 : PROFIL DES RÉPONDANTS ET HABITUDES DE CONDUITE

1.1 PROFIL DES RÉPONDANTS

	2014 (SOM) (n : 1031) %	2013 (SOM) (n : 1033) %	2012 (SOM) (n : 1018) %
Sexe			
Homme	52	53	54
Femme	48	47	46
Âge			
18-24 ans	32	32	33
25-34 ans	14 18	13 19	12 21
35-44 ans	20	20	21
45-54 ans	23	23	22
55-64 ans	14	15	15
65 ans ou plus	10	10	9

	2014 (SOM) (n : 1031) %	2013 (SOM) (n : 1033) %	2012 (SOM) (n : 1018) %
Scolarité			
Primaire/secondaire	43	48	47
Collégial	24	23	23
Universitaire	33	29	30
Région			
Montréal RMR	48	49	49
Québec RMR	10	11	10
Autre région du Québec	42	40	41
Langue maternelle			
Français	78	77	78
Anglais ou autre langue	22	23	22

LE PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS NE CHANGE PAS

Le profil sociodémographique des répondants de cette année est quasi identique à ceux obtenus lors des études de 2013 et 2012. En fait, des différences notables auraient été peu probables dans le contexte actuel.

1.2 HABITUDES DE CONDUITE

	2014 (SOM) (n : 1031) %	2013 (SOM) (n : 1033) %	2012 (SOM) (n : 1018) %
QB1. « DEPUIS COMBIEN D'ANNÉES DÉTENEZ-VOUS UN PERMIS DE CONDUIRE? »			
3 ans ou moins	7	8	9
4 à 9 ans	13	11	13
10 à 19 ans	20	21	21
20 à 30 ans	80	81	78
Plus de 30 ans	38	38	35
QB2. « EN TANT QUE CONDUCTEUR, ENVIRON QUELLE DISTANCE PARCOUREZ-VOUS ANNUELLEMENT SUR LES ROUTES DU QUÉBEC? »			
Moins de 5 000 km	14	11	13
5 000 à 10 000 km	21	20	18
10 000 à 20 000 km	35	36	33
20 000 à 25 000 km	65	69	69
25 000 à 30 000 km	16	14	18
30 000 km ou plus	8	10	10
	6	9	8
QB3. « DEPUIS LE MOIS DE JUIN DERNIER, COMBIEN DE FOIS, APPROXIMATIVEMENT, AVEZ-VOUS TRAVERSÉ UNE ZONE DE CHANTIERS ROUTIERS LE LONG DES ROUTES OU DES AXES ROUTIERS MAJEURS (ROUTES NUMÉROTÉES) DU QUÉBEC? »			
Moins de 5 fois	13	10	10
De 5 à 10 fois	25	19	25
De 11 à 20 fois	20	20	18
De 21 à 50 fois	62	71	65
Plus de 50 fois	22	32	27

DES RÉPONDANTS EXPÉRIMENTÉS...

La forte majorité des répondants (80 %) sont titulaires d'un permis de conduire depuis au moins 10 ans. Près de deux sur cinq (38 %) l'ont depuis plus de 30 ans.

LA PLUPART PARCOURT PLUS DE 10 000 KILOMÈTRES PAR ANNÉE SUR LES ROUTES DU QUÉBEC À TITRE DE CONDUCTEUR...

Les deux tiers (65 %) des répondants parcourent 10 000 km ou plus par année sur les routes du Québec en tant que conducteur. Peu (6 %) affirment rouler 30 000 kilomètres ou plus par année.

... ET ONT L'HABITUDE DE TRAVERSER DES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS SUR LES ROUTES DU QUÉBEC

Depuis le mois de juin dernier, trois répondants sur cinq (62 %) disent avoir traversé à plus de dix reprises une zone de chantiers routiers le long des routes ou des axes routiers majeurs du Québec. C'est significativement moins qu'un an auparavant (71 % en 2013). En fait, ce sont les plus grands voyageurs qui font chuter cette proportion, alors qu'environ le quart (22 %) dit l'avoir fait à plus de 50 reprises contre le tiers (32 %) en 2013.

Bref, le profil des habitudes de conduite des répondants interrogés cette année est assez semblable à celui observé lors des mesures précédentes, sauf en ce qui concerne la fréquence où ces derniers ont traversé une zone de chantiers routiers.

↗ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).



CHAPITRE 2 : COMPORTEMENTS À L'ÉGARD DES LIMITES DE VITESSE PERMISES DANS LES ZONES DE TRAVAUX ET DE CHANTIERS ROUTIERS, PERCEPTION ET ATTITUDES

2.1 LA PERCEPTION DES COMPORTEMENTS À RISQUE

QB8. « SELON CE QUE VOUS AVEZ PU VOIR AU COURS DES DERNIERS MOIS, QUELS SONT LES COMPORTEMENTS DE CONDUITE À RISQUE QUE VOUS OBSERVEZ LE PLUS SOUVENT DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS? »

(Base : tous les répondants, plusieurs mentions possibles)¹

	2014 (n : 1031) %	2013 (n : 1033) %	2012 (n : 1018) %
Les excès de vitesse	75↗	60	63
Les dépassements	8↘	14	15
Les manœuvres brusques (freinage, accélération)	8	7	7
Le fait de suivre de trop près un autre véhicule	6↘	10	8
Le non-respect de la signalisation (cônes, signaleur)	5	7	10
L'impatience des conducteurs	5	6	10
L'organisation des chantiers (signalisation, largeur des voies)	5	4	3
Le manque d'attention des automobilistes	4↘	8	6
Les changements de voie	4↘	7	5
L'imprudence (manœuvres risquées, irréfléchies)	3↘	6↗	2
Le manque de civisme (refus de céder, impolitesse)	2	2↘	5
L'intolérance (intimidation, rage au volant, agressivité)	2	1	1
Les manœuvres des travailleurs de chantier	1↘	2	1
Autre	1↘	3↗	1
Rien/Ne sait pas	10↘	17↗	12

Il n'y a aucune différence significative selon qu'on ait été exposé ou pas à la campagne publicitaire.

L'EXCÈS DE VITESSE EST TOUJOURS, ET DE LOIN, LE COMPORTEMENT DE CONDUITE À RISQUE LE PLUS FRÉQUEMMENT OBSERVÉ DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS

À nouveau, et dans une proportion significativement plus élevée que lors de la dernière étude, les excès de vitesse constituent toujours le comportement de conduite à risque le plus fréquemment observé par les répondants dans les zones de chantiers routiers (75 % vs 60 % en 2013). Ce comportement est rapporté par près de dix fois plus de répondants cette année par rapport à la deuxième réponse la plus populaire, soit les dépassements (8 % contre 14 % en 2013).

En fait, l'augmentation perçue des excès de vitesse a comme conséquence de réduire la fréquence de plusieurs autres comportements dangereux.

Par ailleurs, plusieurs des autres comportements délinquants observés par les répondants semblent liés au fait que les conducteurs sont pressés, notamment : les dépassements (8 %), les manœuvres brusques comme le freinage ou l'accélération (8 %) et le fait de suivre de trop près un autre véhicule (6 %) : tous des comportements d'ailleurs liés de près ou de loin à la vitesse.

Certains répondants perçoivent également un manque de respect, tant envers les travailleurs des chantiers qu'envers les autres automobilistes. Cela se manifeste particulièrement par le non-respect de la signalisation (5 %), un manque de civisme de la part de certains conducteurs (2 %) ou l'intolérance (2 %). À nouveau, ces comportements s'expliquent vraisemblablement par le fait que les gens soient pressés.

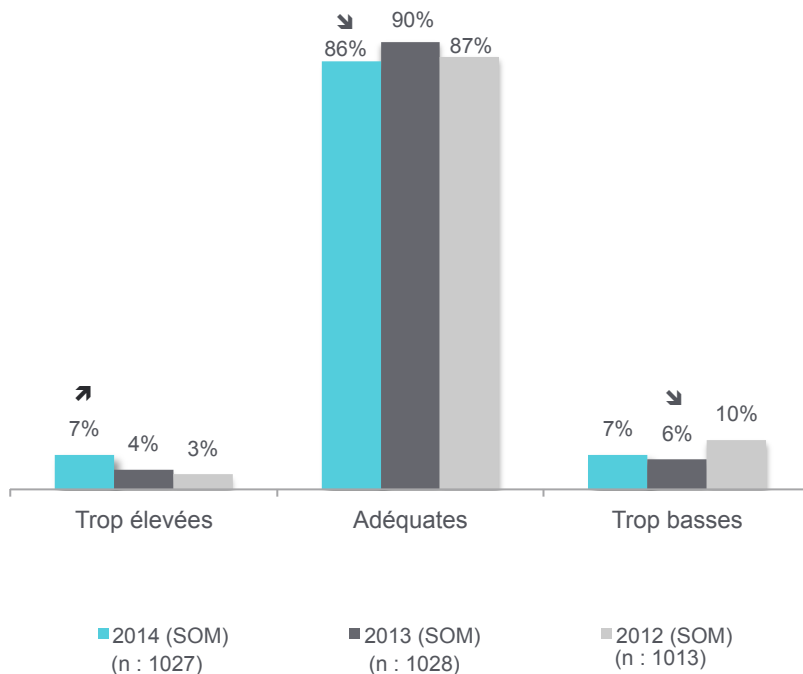
1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

↗↘ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

2.2 LA PERCEPTION DES LIMITES DE VITESSE PERMISES DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS

QB4. « CONSIDÉREZ-VOUS QUE LES LIMITES DE VITESSE AFFICHÉES DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS SONT...? »

(Base : tous les répondants, sans la non-réponse)



↗↘ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

DES LIMITES DE VITESSE ADÉQUATES

Comme pour les années précédentes, la plupart des répondants interrogés considèrent les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers comme adéquates. Cette année ne fait pas exception, même si la proportion est significativement plus faible qu'en 2013 (86 % contre 90 %). Notons qu'un peu plus de répondants aujourd'hui considèrent ces limites comme trop élevées (7 %, significativement plus qu'en 2013 avec 4 %) ou trop basses (7 %).

CERTAINS SEGMENTS SE DISTINGUENT

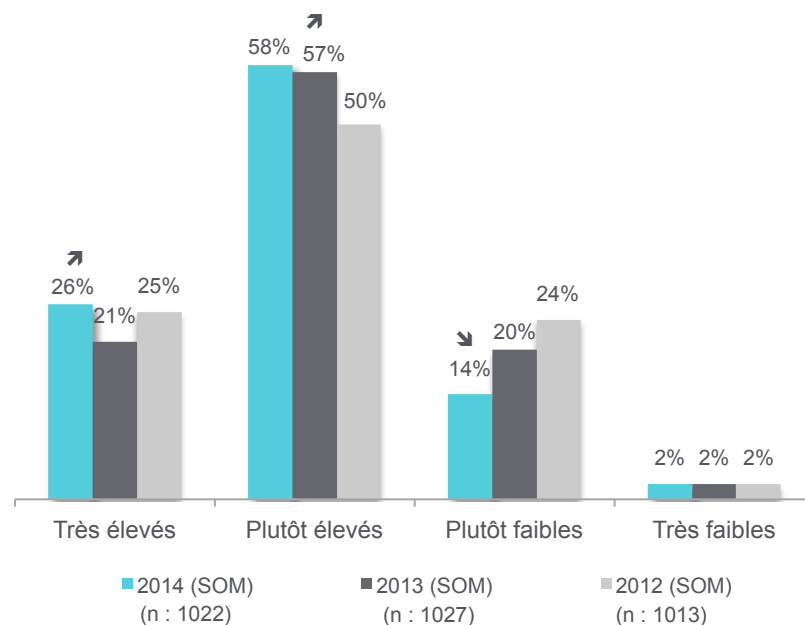
Ceux qui estiment les limites TROP BASSES (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %)	%
• ceux qui ont traversé une zone de chantiers routiers au Québec à plus de 50 reprises depuis juin dernier	14 >>
• les allophones	14 >
• ceux dont le revenu personnel brut annuel est de 55 000 \$ et plus	12 >>
• ceux qui résident dans la grande région de Montréal contre significativement moins ailleurs en région (4 %, autre que RMR de Québec)	10 >>
• et les hommes, deux fois plus que les femmes (5 %)	9 >>

Enfin, il n'y a aucune différence significative selon que le répondant ait été ou non exposé aux éléments de la campagne.

2.3 LA PERCEPTION DES RISQUES EN SITUATION D'EXCÈS DE VITESSE

QB5. « SUPPOSONS QUE VOUS DÉPASSIEZ LA LIMITE DE VITESSE DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS, DIRIEZ-VOUS QUE LES RISQUES POUR VOTRE SÉCURITÉ, CELLE DES AUTRES CONDUCTEURS ET DES TRAVAILLEURS DE CHANTIERS ROUTIERS SONT...? »

(Base : tous les répondants, sans la non-réponse)



↗ ↘ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

LES RISQUES SONT PERÇUS PLUS ÉLEVÉS QUE LORS DE LA MESURE PRÉCÉDENTE

Tout comme en 2013, la forte majorité des répondants admettent qu'en cas de dépassement des limites de vitesse dans les zones de chantiers routiers, les risques pour leur sécurité, celle des autres conducteurs et celles des travailleurs de ces chantiers peuvent être élevés (84 % au cumul des « très et plutôt élevés », contre 78 % en 2013). Un gain est donc à nouveau observé cette année, au cumul des réponses positives, et cette augmentation est significativement plus élevée auprès de ceux qui estiment les risques comme « très élevés » (26 % contre 21 % en 2013). On peut croire ici que les différentes campagnes de sensibilisation sur le sujet contribuent probablement à renforcer ces perceptions.

LES SEGMENTS QUI SE DISTINGUENT SONT LES SUIVANTS :

Ceux qui estiment les risques comme TRÈS OU PLUTÔT FAIBLES (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %)	%
• ceux qui jugent les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers comme trop basses	74 >>
• les hommes, contre significativement moins chez les femmes (10 %)	22 >>
Ceux qui estiment les risques comme TRÈS OU PLUTÔT ÉLEVÉS (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %)	%
• les femmes, contre significativement moins chez les hommes (78 %)	90 >>
• les moins scolarisés	88 >>
• et ceux qui jugent les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers comme adéquates	88 >>

Il n'y a aucune différence significative selon que le répondant ait été exposé ou pas aux messages de la campagne.

2.3 LA PERCEPTION DES RISQUES EN SITUATION D'EXCÈS DE VITESSE - SUITE

QB6. « POURQUOI PENSEZ-VOUS QUE CES RISQUES SONT TRÈS OU PLUTÔT ÉLEVÉS? »

(Base : répondants qui perçoivent les risques comme élevés, plusieurs mentions possibles)¹

	2014 (n : 857) %	2013 (n : 791) %	2012 (n : 777) %
Réflexes/temps de réaction diminué	26↗	15	20
Moins de marge de manœuvre	20↘	28	25
Risque d'accident élevé	20↗	13	12
La proximité des travailleurs	17↘	22	23
Plusieurs imprévus possibles	13↘	21	19
Configuration des chantiers	5	7	7
Les comportements dangereux de certains automobilistes	4	6	7
Plusieurs distractions	4	6	4
L'état des routes	3	3	7
La présence de beaucoup de véhicules	3	2	1
La mauvaise visibilité	1↘	5	3
Le manque de protection des travailleurs	1	2	2
Autre	1	1	2
Ne sait pas	15	18↗	13

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

↗↘ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

PRINCIPALEMENT À CAUSE D'UNE DIMINUTION DU TEMPS DE RÉACTION, DE LA RÉDUCTION DE LA MARGE DE MANŒUVRE POUR LES CONDUCTEURS, DU RISQUE D'ACCIDENT ACCRU ET DE LA PROXIMITÉ OU DE LA PRÉSENCE DE TRAVAILLEURS SUR LES CHANTIERS

Les motifs mentionnés par les répondants qui estiment les risques pour leur sécurité et celle des autres conducteurs et travailleurs de chantiers comme « très ou plutôt élevés » s'ils excèdent la vitesse permise en traversant une zone de chantiers routiers sont les mêmes d'une année à l'autre. En effet, seul l'ordre de ces motifs varie selon l'importance qu'ils prennent aux yeux des répondants concernés ou encore selon qu'on ait été joint ou non par la campagne de publicité. Par exemple, la diminution du temps de réaction est soulevée par 26 % des répondants exposés à la campagne, mais par 22 % de ceux qui ne l'ont pas été. Plus probant encore, le risque d'accident élevé est soulevé par 21 % de ceux qui ont été exposés à la campagne, contre deux fois moins (11 %) pour ceux qui ne l'ont pas été.

Cette année, la diminution du temps de réaction vient au premier rang (26 %), significativement plus qu'en 2013 (15 %). Ex æquo au 2^e rang suivent la réduction de la marge de manœuvre pour les conducteurs et le risque accru d'accident (20 % chacun, significativement moins ou plus, selon le cas, par rapport à la mesure de 2013).

D'autres perçoivent les risques plus élevés à cause de la proximité ou de la présence de travailleurs sur ces chantiers (17 %, contre 22 % en 2013) et des imprévus susceptibles de se produire au moment de traverser les chantiers (13 %, contre 21 % l'an passé). Dans ces deux derniers cas, les proportions sont significativement moins élevées ou plus élevées, selon le cas, par rapport à 2013.

Plusieurs autres raisons expliquant les risques élevés associés à un tel comportement sont nommées chacune par 5 % ou moins des répondants.

2.3 LA PERCEPTION DES RISQUES EN SITUATION D'EXCÈS DE VITESSE - SUITE

QB7. « POURQUOI PENSEZ-VOUS QUE CES RISQUES SONT FAIBLES? »

(Base : répondants qui perçoivent les risques comme faibles, plusieurs mentions possibles)¹

	2014 (n : 165) %	2013 (n : 236) %	2012 (n : 237) %
Souvent, il n'y a pas de travailleurs	37	26	30
Chantier sécurisé	28	24	28
Ne dépasse pas de beaucoup la limite permise	13	12	10
Limite de vitesse trop basse	10	12	6
A un comportement prudent (prudence)	8↘	21↗	8
Conditions de la circulation	6	6	7
Signalisation adéquate	2	7	4
Autre	1	1	2
Ne sait pas	17	18	22

À CAUSE DE L'ABSENCE FRÉQUENTE DE TRAVAILLEURS SUR LES CHANTIERS, DES AIRES DE TRAVAUX SÉCURISÉES ET DU FAIT QU'ON NE DÉPASSE PAS DE BEAUCOUP LA LIMITE DE VITESSE AUTORISÉE

Inversement, les répondants qui jugent les risques pour leur sécurité et celle d'autrui (autres conducteurs et travailleurs de chantiers) comme « plutôt ou très faibles » s'ils dépassent la vitesse permise au moment de traverser une zone de chantiers routiers, appuient leurs perceptions sur l'absence fréquente de travailleurs sur ces chantiers (37 % contre 26 % en 2013) ou, parce qu'à leurs yeux, les chantiers sont sécurisés (28 %, contre 24 % l'an passé).

D'autres motivent leur opinion par le fait qu'ils ne dépassent pas de beaucoup la limite permise (13 %), par le fait que la limite de vitesse sur les chantiers est trop basse (10 %) ou parce qu'ils font preuve de prudence au moment de traverser ces chantiers (8 %), significativement moins qu'en 2013 (21 % au cumul des mentions).

Les répondants concernés donnent aussi quelques autres motifs, chacun nommé par 6 % ou moins des répondants.

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

↗↘ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

2.4 LA PERCEPTION À L'ÉGARD DU RESPECT DES LIMITES DE VITESSE



QB9. « SELON CE QUE VOUS AVEZ PU VOIR AU COURS DES DERNIERS MOIS SUR LES CHANTIERS ROUTIERS, LES CONDUCTEURS...? »

(Base : tous les répondants, sans la non-réponse)

	2014 (SOM) (n : 1029) %	2013 (SOM) (n : 1029) %	2012 (SOM) (n : 1018) %
... réduisent leur vitesse à la limite de vitesse affichée	9	7	7
... réduisent leur vitesse, mais excèdent la limite affichée	79	82	78
... ne réduisent pas leur vitesse	12	11 ↘	15

DES PERCEPTIONS PLUTÔT STABLES DEPUIS LES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

Identifié précédemment comme le comportement délinquant le plus fréquemment observé chez les conducteurs traversant une zone de chantiers routiers, il n'est pas étonnant d'observer que la forte majorité des répondants (79 %, contre 82 % en 2013) estiment que si les conducteurs concernés réduisent leur vitesse sur les chantiers routiers, la limite affichée n'est pas toujours respectée. En fait, très peu de répondants (9 %) croient que les conducteurs concernés respectent cette limite de vitesse.

La proportion des répondants considérant que les conducteurs ne réduisent pas leur vitesse sur les chantiers est à peu près la même que celle observée lors de la dernière mesure (12 % aujourd'hui, contre 11 % en 2013).

QUELQUES SEGMENTS SE DISTINGUENT SIGNIFICATIVEMENT...

On observe des proportions significativement plus élevées de répondants qui croient que les conducteurs réduisent leur vitesse à la limite affichée parmi ceux qui habitent en région (13 %, contre significativement moins chez ceux qui résident dans la RMR de Montréal avec 5 %) et parmi les répondants ayant traversé une zone de chantiers routiers au Québec à moins de cinq reprises depuis juin dernier (17 %).

Dans le même ordre d'idées, ceux qui disent que les conducteurs réduisent leur vitesse tout en excédant la limite permise sont plus nombreux (proportionnellement) parmi les résidents de la RMR de Québec (85 %). Enfin, la proportion de ceux qui croient que les conducteurs ne réduisent pas leur vitesse est significativement plus élevée parmi ceux qui habitent dans la grande région de Montréal (15 %).

↘ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

2.4 LA PERCEPTION À L'ÉGARD DU RESPECT DES LIMITES DE VITESSE - SUITE

QB10. « POUR QUELLE(S) RAISON(S) SELON VOUS LES CONDUCTEURS NE RALENTISSENT-ILS PAS JUSQU'À LA LIMITE AFFICHÉE? »

(Base : répondants affirmant que la vitesse est peu ou pas réduite, plusieurs mentions possibles)¹

	2014 (n : 945) %	2013 (n : 954) %	2012 (n : 940) %
Trop pressés	26 ↗	21	26
Inconscients du danger	14	16	16
Ne voient pas les travailleurs/pas de travailleurs	12	14	13
Limite de vitesse trop basse	10	11	11
Manque de surveillance policière	7	5	7
Suivent le rythme du trafic	6	7	6
Manquent de civisme	6	7	5
Impatience	6	5	5
Mauvaises habitudes de conduite	5	7	4
Ne respectent pas les règles	4	--	--
Règle implicite	4	--	2
Ne s'applique pas à eux	--	4	5
Les conditions sont sécuritaires	--	4	--
Trop de travaux routiers	--	--	4
Surestiment leurs capacités de conduite	--	--	3
Jugent les réparations non nécessaires ou mal organisées	--	--	2
Inattentifs	--	--	1
Autre	15	14 ↗	5
Ne sait pas	17	18	15

SI PLUSIEURS CONDUCTEURS DÉLINQUANTS SONT TROP PRESSÉS...

Un répondant sur quatre (26 %, contre 21 % en 2013) qui dit avoir observé une réduction de vitesse insuffisante, ou aucune réduction de vitesse dans les zones de chantiers routiers, mentionne que ce comportement est dû au fait que les conducteurs concernés sont trop pressés.

... D'AUTRES SONT VRAISEMBLABLEMENT PEU CONSCIENTS DES DANGERS...

Parmi les autres raisons les plus fréquemment mentionnées par les répondants concernés, on retrouve notamment le fait de ne pas être conscient des dangers (14 %), de ne pas voir les travailleurs des chantiers routiers à l'œuvre (12 %) et que la limite de vitesse affichée jugée comme trop basse (10 %). Dans l'ordre, ces mêmes motifs avaient également été relevés lors des mesures précédentes.

... VOIRE IRRESPONSABLES POUR QUELQUES-UNS

Pour d'autres, le manque de surveillance policière (7 %), l'impatience des conducteurs (6 %), suivre la vitesse du trafic (6 %) et les mauvaises habitudes de conduite (5 %) sont autant de raisons qui expliquent le fait que certains conducteurs ne ralentissent pas jusqu'à la limite affichée dans les zones de chantiers routiers.

Enfin, notons que les répondants qui ont été exposés à la campagne sont deux fois plus nombreux que ceux n'ayant pas été joints par cette dernière (26 %, contre 12 %) à soulever le fait que les conducteurs sont trop pressés.

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

↗ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

2.5 LES MOYENS À PRIVILÉGIER POUR SENSIBILISER LES CONDUCTEURS

QB11. « SELON VOUS, QU'EST-CE QUI INCITERAIT LES CONDUCTEURS À RESPECTER LA LIMITE DE VITESSE AFFICHÉE DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS? »

(Base : tous les répondants, plusieurs mentions possibles)¹

	2014 (n : 1031) %	2013 (n : 1033) %	2012 (n : 1018) %
Augmenter les mesures de surveillance	48	47	50
Ajouter des pénalités plus importantes	18↗	14	18
Ajouter des mesures pour ralentir la circulation	7	7	8
Créer une campagne de sensibilisation/ conscientisation	5	6	6
Affichage/signalisation plus adéquate	5	4	4
Démontrer la dangerosité sur les chantiers	4↗	2	2
Assurer une meilleure gestion des chantiers	3	5↗	2
Augmenter la limite de vitesse	2	3	3
Adapter les limites de vitesse en fonction de l'état du chantier	2	2	2
Autre	1	2	3
Aucun	1	2	1
Ne sait pas	21	23↗	16

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

↗ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

AUGMENTER LA SURVEILLANCE AUX ABORDS ET SUR LES CHANTIERS ROUTIERS

Tout comme les deux mesures précédentes, près de la moitié des répondants soutiennent qu'une augmentation de la surveillance policière inciterait un plus grand nombre de conducteurs à respecter la limite de vitesse affichée sur les chantiers routiers (48 % au total des mentions). Cette suggestion a toujours été celle qui se démarquait le plus des autres.

Il est intéressant de mentionner ici que les répondants ayant été exposés à la campagne sont nettement plus nombreux que ceux n'ayant pas été exposés à la campagne (49 %, contre 23 %) à croire qu'une augmentation des mesures de surveillance inciterait les conducteurs à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers.

D'autre part, et dans une proportion significativement plus élevée que lors de la dernière mesure, on suggère également d'augmenter les pénalités (18 %, contre 14 % l'an passé). Puisqu'il s'agit de la deuxième mention la plus importante avec au moins dix points de pourcentage devant toutes les autres suggestions, des pénalités plus importantes apparaissent vraisemblablement comme une option susceptible de dissuader certains conducteurs.

Les répondants donnent quelques autres idées (entre 1 % et 7 %), alors que 21 % ne se sont pas prononcés sur la question.

2.6 LE COMPORTEMENT DU RÉPONDANT

QB13. « LEQUEL DES COMPORTEMENTS SUIVANTS RESSEMBLE LE PLUS À VOTRE COMPORTEMENT LE PLUS FRÉQUENT DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS? »

(Base : tous les répondants, sans la non-réponse)

	2014 (n : 1029) %	2013 (n : 1031) %	2012 (n : 1017) %
Vous réduisez votre vitesse à la limite indiquée ou même moins vite	48	44	44
Vous dépassez les limites de vitesse affichées (par exemple 70 km/h) par moins de 10 km/h	42	45	41
Vous dépassez les limites de vitesse affichées par 10 à 20 km/h	10	10 ¹	15
Vous dépassez les limites de vitesse affichées par plus de 20 km/h	0	1	0

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

PRÈS DE LA MOITIÉ DES CONDUCTEURS AFFIRMENT RÉDUIRE LEUR VITESSE À LA LIMITE INDIQUÉE DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS

À nouveau cette année, près de la moitié des répondants affirment réduire leur vitesse à la limite indiquée, voire moins vite, dans les zones de chantiers routiers (48 %, contre 44 % en 2013 et 2012). En contrepartie, les autres (52 %) ne respectent pas la limite affichée.

LES PLUS DÉLINQUANTS SONT...

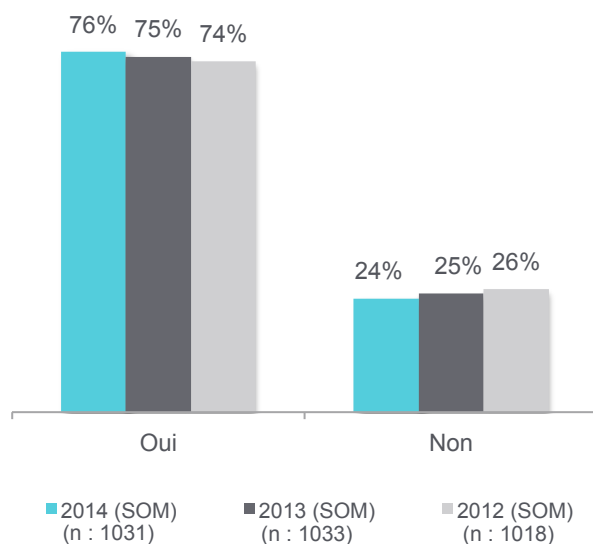
Ceux qui disent dépasser la limite de vitesse par 10 à 20 km/h sont proportionnellement plus nombreux parmi les segments suivants :

Ceux qui dépassent les limites de vitesse affichées par 10 à 20 km/h (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %)	%
• ceux qui jugent les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers comme trop basses	37 >>
• les jeunes de 18 à 24 ans	25 >>
• ceux qui détiennent leur permis de conduire depuis moins de 10 ans	24 >>
• ceux qui ont traversé une zone de chantiers routiers au Québec à plus de 50 reprises depuis juin dernier	16 >>
• ceux dont le revenu familial brut annuel est de 100 000 \$ et plus	15 >
• et les hommes (deux fois plus que les femmes avec 6 %)	14 >>

2.7 LA NOTORIÉTÉ DE L'AUGMENTATION DES AMENDES

QB12. « SAVIEZ-VOUS QUE DEPUIS LE 10 MARS 2011, LES AMENDES SONT DOUBLÉES POUR QUICONQUE DÉPASSE LA LIMITE DE VITESSE AFFICHÉE DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS? »

(Base : tous les répondants)



AUCUNE PROGRESSION DE LA NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DEPUIS L'ANNONCE DE LA LÉGISLATION EN 2011

La proportion des répondants qui sait que les amendes sont doublées depuis mars 2011 pour les conducteurs qui dépassent la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers n'est pas significativement différente d'une mesure à l'autre (76 % cette année contre 75 % et 74 % en 2013 et 2012). La progression de deux (2) points de pourcentage depuis 2012 n'est pas statistiquement significative

ON OBSERVE TOUTEFOIS UNE PLUS GRANDE NOTORIÉTÉ DE CE CHANGEMENT PARMIS LES SEGMENTS SUIVANTS :

Ceux qui savent que les amendes sont doublées depuis mars 2011 (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %) :	%
• ceux qui parcourent 30 000 kilomètres ou plus par année (85 % en moyenne chez ceux qui parcourent entre 10 000 et 30 000 km annuellement)	96 >>
• ceux qui estiment que les limites de vitesse dans les zones de chantiers routiers sont trop basses	92 >
• ceux qui ont traversé une zone de chantiers routiers au Québec à plus de 50 reprises depuis juin dernier (85 % chez ceux qui l'on fait entre 21 et 50 fois)	89 >>
• ceux dont le revenu personnel brut annuel est de 55 000 \$ et plus	87 >>
• les résidents de la RMR de Québec	86 >>
• ceux qui ont utilisé Québec 511 Info Transports au cours des mois ayant précédé l'étude de cette année	84 >
• ceux qui détiennent leur permis depuis plus de 30 ans (contre significativement moins chez ceux qui le possèdent depuis 3 ans ou moins, 57 %)	80 >
• et ceux ayant été joints par la campagne actuelle (contre 59 % pour ceux qui n'ont pas été joints par la campagne)	78 >>



**CHAPITRE 3 : NOTORIÉTÉ, COMPRÉHENSION ET APPRÉCIATION DES
COMPOSANTES DE LA CAMPAGNE**

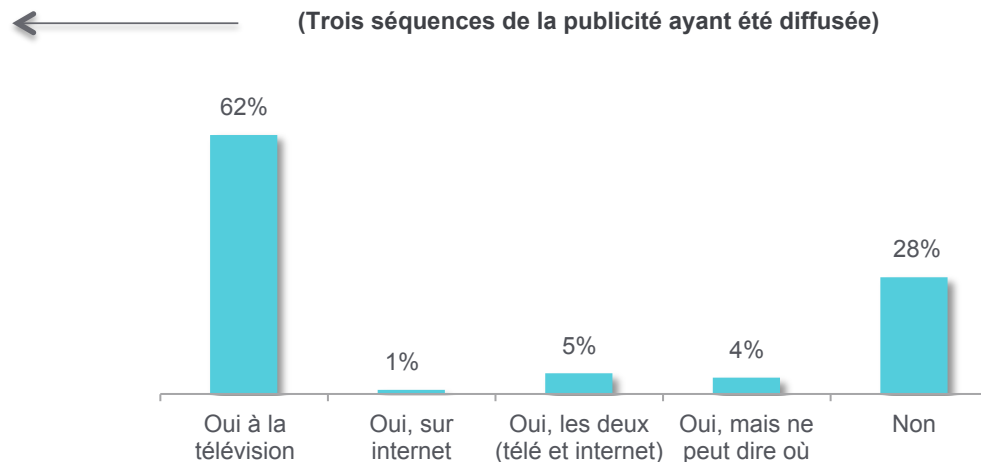
3.1 NOTORIÉTÉ DE LA PUBLICITÉ TÉLÉ



QC1. « AVIEZ-VOUS DÉJÀ VU CETTE PUBLICITÉ AUPARAVANT? »

(Base : tous les répondants, sans la non-réponse, n : 989)

(Trois séquences de la publicité ayant été diffusée)



TRÈS BONNE NOTORIÉTÉ DE LA PUBLICITÉ...

Près des trois quarts des répondants (72 %) affirment avoir vu la publicité télévisuelle de la campagne actuelle. La télévision en aura été le principal vecteur.

... SAUF POUR CERTAINS SEGMENTS

Les résidents de la grande région de Montréal (34 %), les allophones (47 %) et les femmes (33 %) comptent parmi les sous-groupes dans lesquels on observe les plus fortes proportions d'individus n'ayant pas remarqué cette publicité. C'est également le cas des anglophones (67 %), mais une publicité radiophonique leur était spécifiquement dédiée. Nous pourrions évaluer sa notoriété dans les prochaines pages.

À titre de rappel, la publicité télévisuelle de la campagne de 2013 avait obtenu une notoriété globale de 80 %.

3.2 COMPRÉHENSION DE LA PUBLICITÉ TÉLÉ

QC2. « EN QUELQUES MOTS, QU'EST-CE QU'ON CHERCHE À VOUS DIRE DANS CETTE PUBLICITÉ? »

(Base : ceux qui l'avaient déjà vu, plusieurs mentions possibles, n : 735)¹

	%
Se concentrer sur la conduite (ne pas penser à autre chose)	42
Être attentif (ne pas être distrait, sans autre précision)	36
Ne pas faire autre chose en conduisant (texter, cellulaire, etc.)	9
Être prudent dans les zones de chantiers routiers	6
Ralentir dans les zones de chantiers	5
Respecter la signalisation dans les zones de chantiers	3
Faire comprendre qu'il y a du danger	1
Autre	2
NSP/NRP	5

LE MESSAGE EST SANS ÉQUIVOQUE

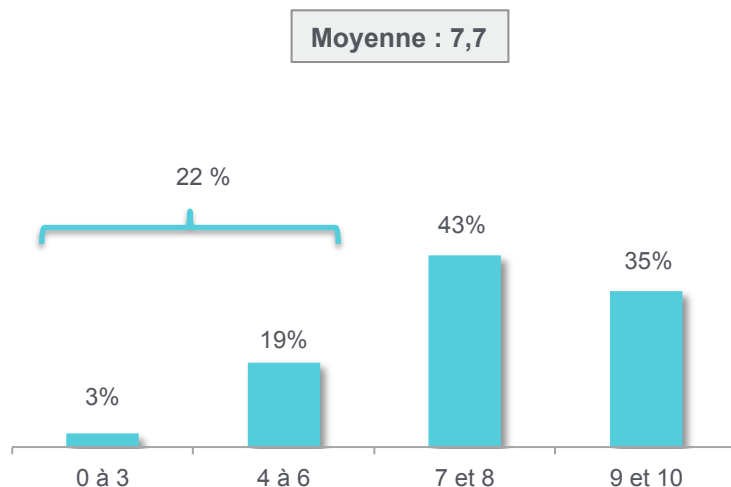
Les répondants ayant vu la publicité télévisuelle diront qu'elle cherchait principalement à leur faire comprendre l'importance de rester concentré (42 % au total des mentions) et de ne pas se laisser distraire au moment de traverser une zone de chantiers routiers (36 % au total). Toutes les autres mentions sont, pour ainsi dire, complémentaires et rejoignent l'essence même du message que l'on souhaite transmettre (être attentif et prudent, ralentir, respecter la signalisation, prendre conscience du danger).

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

3.3 APPRÉCIATION DE LA PUBLICITÉ TÉLÉ

QC3. « SUR UNE ÉCHELLE DE 0 À 10, OÙ 0 VEUT DIRE QUE VOUS NE L'AIMEZ PAS DU TOUT ET 10 QUE VOUS L'AIMEZ ÉNORMÉMENT, QUELLE NOTE DONNERIEZ-VOUS À CETTE PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE? »

(Base : tous les répondants qui se prononcent, n : 733)



LA PUBLICITÉ EST APPRÉCIÉE PAR LA PLUPART DES RÉPONDANTS

Avec une note moyenne d'appréciation de 7,7 sur 10, on peut dire que la publicité télévisée a été relativement bien appréciée des répondants ciblés. En fait, un peu plus du tiers (35 %) lui donnent une excellente note de 9 ou 10, alors que 43 % lui donnent une assez bonne note de 7 ou 8 sur 10.

En contrepartie, elle ne plaît guère à environ un répondant concerné sur cinq (22 %), lequel lui donne une note de 6 ou moins sur l'échelle d'évaluation.

... LES MOINS ENTHOUSIASTES SONT :

Note moyenne d'appréciation est significativement PLUS FAIBLE (<< et < : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %) parmi :	Moyenne /10
• les hommes (contre 7,9 chez les femmes)	7,5 <<
• ceux qui sont titulaires d'un diplôme d'études universitaires	7,4 <
• ceux ayant traversé une zone de chantiers routiers au Québec à plus de 50 reprises depuis juin dernier (2014)	7,4 <
• ceux qui sont titulaires d'un permis de conduire depuis 10 à 19 ans	7,3 <
• les 25 à 34 ans	7,2 <
• ceux qui parcourent entre 25 000 et 30 000 km annuellement sur les routes du Québec	7,1 <
• les hommes de 25 à 34 ans	6,9 <
• et ceux qui estiment les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers comme trop basses	6,6 <<

3.3 APPRÉCIATION DE LA PUBLICITÉ TÉLÉ - SUITE

QC4B. « QU'EST-CE QUI VOUS PLAÎT DANS CETTE PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE? »

(Base : répondants qui ont donné une note de 6 ou plus, plusieurs mentions possibles, n : 635)¹

	%
Elle est réaliste, véridique	26
Elle met en scène un comportement risqué, un danger	13
Elle est percutante (images)	12
Elle est claire, explicite	12
Elle est bien conçue (efficace, complète)	12
Elle montre les effets néfastes d'une conduite risquée	6
Elle prescrit la prudence dans les chantiers routiers	6
Elle fait réfléchir (sensibiliser)	6
Elle traite sobrement d'un sujet dramatique	3
Le message qu'elle véhicule (sans autre précision)	3
Elle est directe	2
Elle est touchante (sentiment)	1
Autre	2
NSP/NRP	16

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

RÉALISTE, PERCUTANT ET EXPLICITE

Nous avons demandé aux répondants ayant donné une note de 6 ou plus sur 10 (soit 86 %) de nous dire ce qu'ils aimaient dans cette publicité télévisuelle. Le quart de ces répondants (26 % au total des mentions) ont alors fait référence au réalisme de la publicité. À cela, d'autres ajoutent qu'elle montre les effets négatifs d'une conduite risquée (6 %) ou qu'elle fait réfléchir (6 %).

Le fait qu'elle démontre le danger d'être distrait au volant (13 %), que ses images soient percutantes (12 %), que son message est clair (12 %) et qu'elle soit bien conçue en général (12 %) sont également des éléments qui plaisent à certains répondants.

3.3 APPRÉCIATION DE LA PUBLICITÉ TÉLÉ - SUITE

QC4A. « QU'EST-CE QUI VOUS DÉPLAÎT DANS CETTE PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE? »

(Base : répondants qui ont donné une note de 5 ou moins, plusieurs mentions possibles, n : 98)¹

	%
Elle n'est pas crédible, pas réaliste	18
Elle ne joint pas le téléspectateur (peu d'impact)	11
Elle n'est pas assez percutante	11
Le message passé n'est pas le bon	9
Le message n'est pas clair	8
Le ton moralisateur	5
L'ensemble de la publicité	5
Le manque d'émotion	4
Elle est trop longue	2
Elle est ridicule	2
Elle est inutile	1
Elle ne montre pas d'images de chantiers	1
Elle est provocante	1
Elle est exagérée	<1
Rien	6
Rien/NSP/NRP	20

1. Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse. Pour cette raison, la somme des proportions peut dépasser 100 %.

CE QUI A PLU À CERTAINS, DÉPLAÎT À D'AUTRES

Rappelons tout d'abord que 14 % des répondants concernés ont accordé une note de 5 ou moins sur 10 à la publicité télévisuelle et, à ces derniers, nous avons demandé ce qu'ils n'avaient pas apprécié de la publicité.

Pour certains, cette publicité n'est pas crédible, pas réaliste (18 % au total des mentions). Pour d'autres, elle n'a pas ou peu d'impact auprès de ceux qui l'ont vu (11 %), voire n'est pas suffisamment percutante ou dissuasive (11 %).

Pour quelques-uns, le message que l'on cherche à transmettre n'est pas le bon (9 %) ou pas suffisamment clair (8 %).

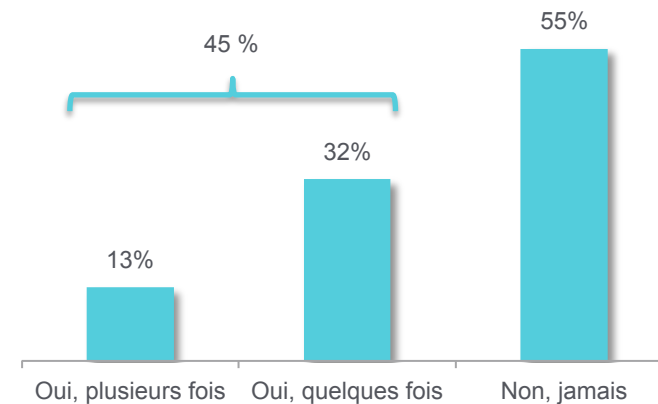
Enfin, tous les autres motifs ont été relevés par 5 % ou moins des répondants concernés, alors que 20 % ne se sont pas prononcés (NSP/ NRP).

3.4 NOTORIÉTÉ DES AFFICHES PUBLICITAIRES



Q5A. « VOICI MAINTENANT DEUX AFFICHES DE CETTE MÊME CAMPAGNE PUBLICITAIRE. VOUS SOUVENEZ-VOUS DE LES AVOIR VUES (L'UNE OU L'AUTRE DE CES DEUX AFFICHES) AUX ABORDS DES CHANTIERS ROUTIERS? »

(Base : tous les répondants qui se prononcent, n : 1021)



PRÈS DE LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS AFFIRMENT AVOIR VU L'UNE OU L'AUTRE DE CES AFFICHES

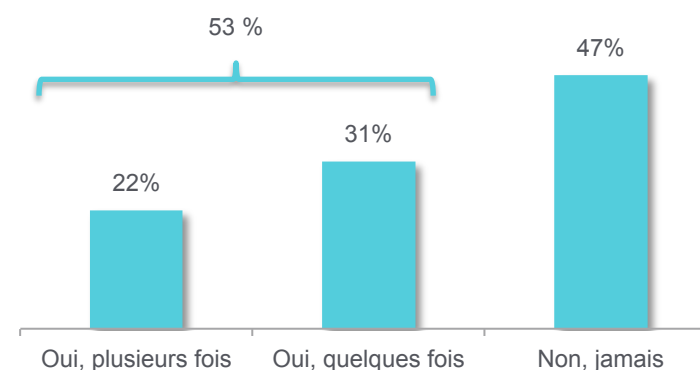
Au total, 45 % des répondants affirment avoir vu l'une ou l'autre de ces deux affiches. Il n'y a aucune différence significative selon les variables de segmentation retenues pour l'analyse des résultats.

3.4 NOTORIÉTÉ DES AFFICHES PUBLICITAIRES - SUITE



Q5b. « VOICI MAINTENANT UNE AUTRE AFFICHE DE CETTE MÊME CAMPAGNE PUBLICITAIRE. VOUS SOUVENEZ-VOUS DE L'AVOIR VUE (AUX ABORDS DES CHANTIERS ROUTIERS)? »

(Base : tous les répondants qui se prononcent, n : 1021)



UN RÉPONDANT SUR DEUX AFFIRME AVOIR DÉJÀ VU L’AFFICHE PORTANT SUR LES AMENDES DOUBLÉES

La notoriété de l’affiche portant sur les amendes doublées est de même ampleur si l’on considère que 53 % des répondants affirment l’avoir déjà remarquée aux abords des chantiers routiers cette année.

CERTAINS SOUS-GROUPES SE DÉMARQUENT...

Ceux qui affirment l’avoir remarquée à plusieurs reprises sont proportionnellement plus nombreux parmi les conducteurs plus expérimentés, c’est-à-dire ceux qui roulent plus de 20 000 kilomètres par année sur les routes du Québec (entre 29 % et 44 % selon le nombre de kilomètres) et ceux ayant traversé à plus de 50 reprises des zones de travaux routiers depuis juin 2014 (38 %). C’est également le cas de ceux qui ont utilisé Québec 511 Info Transports (28 %), qui ont été joints par la campagne actuelle (23 %) et les hommes (25 %).

En contrepartie, les plus nombreux (proportionnellement) à ne pas avoir remarqué cette affiche sont ceux qui parcourent moins de 5 000 kilomètres par année sur les routes du Québec à titre de conducteur (74 %), ceux qui ont traversé une zone de chantiers routiers depuis juin 2014 à moins de 5 reprises (67 %) ou entre 5 et 10 fois depuis (54 %), ceux qui n’ont pas utilisé Québec 511 Info Transports au cours des derniers mois (49 %) et les femmes (51 %).

3.5 NOTORIÉTÉ DES PANNEAUX D’AFFICHAGE NUMÉRIQUE

O	R	A	N	G	E						
R	E	D	O	U	B	L	E	Z		D	E
V	I	G	I	L	A	N	C	E			

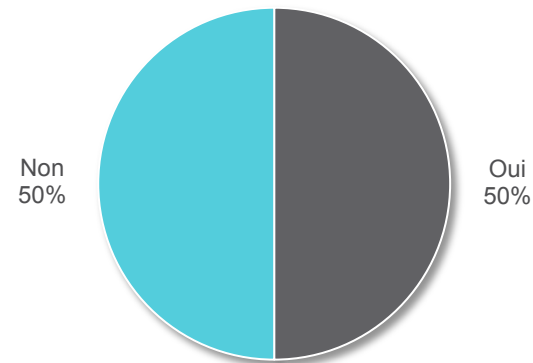
O	R	A	N	G	E						
S	U	R	V	E	I	L	L	A	N	C	E
A	C	C	R	U	E						

S	O	Y	E	Z						
A	T	T	E	N	T	I	F	S		
A	U	X		S	I	G	N	A	U	X

V	I	T	E	S	S	E	=			
A	M	E	N	D	E	S				
D	O	U	B	L	É	E	S			

QC10. « AU COURS DES DERNIERS MOIS, AVEZ-VOUS REMARQUÉ, AUX ABORDS DES CHANTIERS ROUTIERS OU LE LONG DES AUTOROUTES OU DES GRANDS AXES ROUTIERS DU QUÉBEC, DES PANNEAUX À AFFICHAGE NUMÉRIQUE AVEC DES CONSEILS DE SÉCURITÉ TELS QUE CEUX-CI? »

(Base : tous les répondants, n : 1031)



LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS ONT REMARQUÉ LES PANNEAUX À AFFICHAGE NUMÉRIQUE OU À MESSAGE VARIABLE (PMV)

Un répondant sur deux (50 %) affirme avoir remarqué, aux abords des chantiers routiers ou le long des autoroutes ou des grands axes routiers du Québec, les panneaux à affichage numérique avec des consignes de sécurité. Cette proportion est significativement plus élevée parmi les segments suivants :

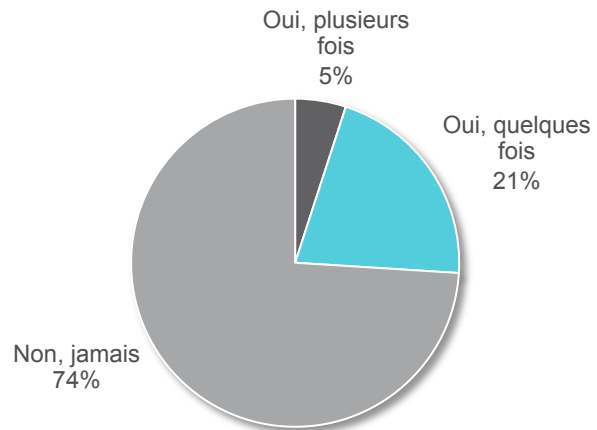
- les résidents de la grande région de Québec (71 %), contre significativement moins chez ceux de la RMR de Montréal (44 %);
- les conducteurs qui parcourent entre 10 000 et 20 000 km par année sur les routes du Québec (56 %) et ceux qui parcourent entre 25 000 et 30 000 km (61 %);
- les répondants ayant utilisé Québec 511 Info Transport au cours des mois ayant précédé l'étude (58 %);
- et ceux qui ont été joints par la campagne actuelle (53 %).

3.6 NOTORIÉTÉ DES CAPSULES DIFFUSÉES À RADIO CIRCULATION 730 AM

QC8. « AVIEZ-VOUS ENTENDU CETTE CAPSULE À LA RADIO AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES? »

Capsule « signaleur-signaleuse »

(Base : répondants francophones de la région de Montréal, n : 380)



ASSEZ BONNE NOTORIÉTÉ DES CAPSULES « SIGNALEUR-SIGNALEUSE »

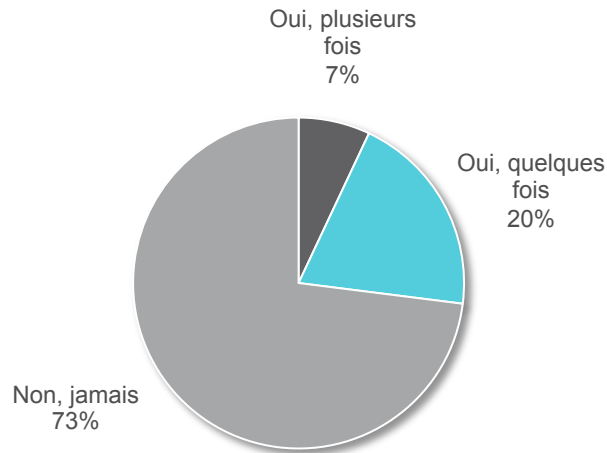
Le quart des répondants francophones de la région de Montréal (26 %, au cumul) disent avoir déjà entendu au moins une des capsules (« signaleur – signaleuse ») diffusées sur Radio Circulation 730 AM au cours des semaines ayant précédé l'étude.

3.7 NOTORIÉTÉ DES PUBLICITÉS ANGLAISES DIFFUSÉES À LA RADIO (« BBQ ET « GOLF »)

QC8. « AVIEZ-VOUS DÉJÀ ENTENDU CETTE PUBLICITÉ À LA RADIO AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES? »

Publicités anglaises « BBQ » et « GOLF »

(Base : répondants anglophones de la région de Montréal, n : 55)



NOTORIÉTÉ SIMILAIRE AUX CAPSULES DIFFUSÉES SUR RADIO CIRCULATION 730 AM

La notoriété des publicités radiophoniques en anglais (« BBQ – Golf » (distraction – inattention) diffusées sur certaines stations de radio anglophones de la région de Montréal) est tout à fait similaire à celles des capsules diffusées pour les francophones sur Radio Circulation 730 AM, alors que 27 % (au cumul) des anglophones interrogés disent avoir entendu l'une ou l'autre de ces publicités.

3.8 COMPRÉHENSION ET APPRÉCIATION DE LA CAPSULE RADIO (ANGLOPHONES)

QC8a. « EN QUELQUES MOTS, QU'EST-CE QU'ON CHERCHE À VOUS DIRE DANS CETTE PUBLICITÉ? »

(Base : répondants anglophones de la région de Montréal ayant entendu l'une ou l'autre des publicités anglaises (« BBQ » ou « Golf »), n : 16)¹

En pourcentage (%) et en nombre de répondants (n)	%	n
Se concentrer sur la conduite (ne pas penser à autre chose)	48	8
Être attentif (ne pas être distrait, sans autre précision)	27	4
Être prudent dans les zones de chantiers routiers	24	4
Ralentir dans les zones de chantiers	21	3
Respecter la signalisation dans les zones de chantiers	10	2

LA COMPRÉHENSION DE LA CAPSULE RADIOPHONIQUE N'EST PAS DIFFÉRENTE DU MESSAGE TÉLÉVISUEL

La compréhension du message radiophonique chez les répondants anglophones est tout à fait semblable à celle du message télévisuel. En effet, les quelques répondants concernés l'ayant entendu (« BBQ » ou « Golf ») comprennent qu'il faut rester concentré, vigilant, attentif et prudent dans les zones de chantiers routiers.

La compréhension du message des capsules francophones n'a pas été mesurée.

QC9a. « SUR UNE ÉCHELLE DE 0 À 10, OÙ 0 VEUT DIRE QUE VOUS NE L'AIMEZ PAS DU TOUT ET 10 QUE VOUS L'AIMEZ ÉNORMÉMENT, QUELLE NOTE DONNERIEZ-VOUS À CETTE PUBLICITÉ RADIO? »

(Base : répondants anglophones de la région de Montréal ayant entendu l'une ou l'autre des publicités anglaises « BBQ » ou « Golf », n : 16)¹

Moyenne : 8,2

Ce qui plaît? (n : 15)¹

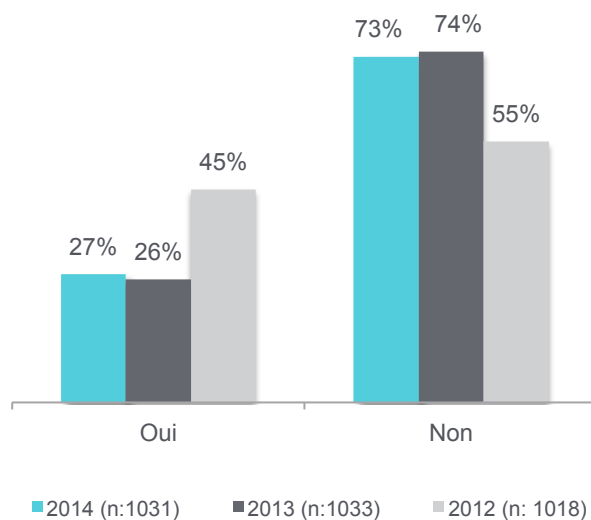
- Elle est claire, explicite (n : 4)
- Elle est réaliste, véridique (n : 4)
- Elle rappelle l'importance d'être prudent (n : 3)
- Elle attire l'attention (captivante, surprenante) (n : 2)
- Elle fait réfléchir (sensibiliser) (n : 1)
- Elle est originale (n : 1)
- NSP/NRP (n : 2)

1. ATTENTION : la taille de l'échantillon est trop faible pour que les résultats soient fiables d'un point de vue statistique (n < 30). Comme les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse, la somme des proportions peut dépasser 100 % ou le nombre de répondants concernés.

3.9 NOTORIÉTÉ DE L'OPÉRATION ORANGE

QC11. « AVEZ-VOUS ENTENDU PARLER DE L'OPÉRATION ORANGE, UNE JOURNÉE DE SURVEILLANCE POLICIÈRE ACCRUE SUR LES CHANTIERS ROUTIERS DU QUÉBEC CET ÉTÉ (9 JUILLET 2014)? »

(Base : tous les répondants)



LA NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE L'OPÉRATION ORANGE EST STABLE CETTE ANNÉE

Le quart des répondants (27 %, contre respectivement 26 % et 45 % en 2013 et 2012) affirment avoir entendu parler de l'Opération orange du 9 juillet 2014.

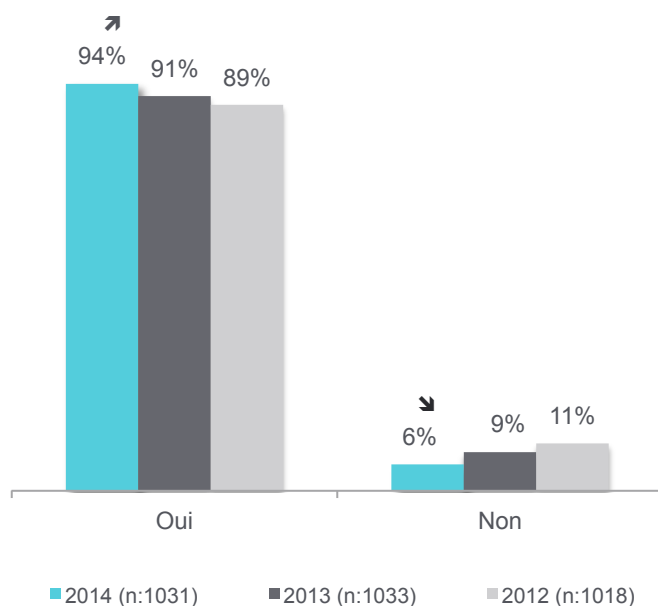
Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir entendu parler de l'Opération orange cette année :

Notoriété significativement plus élevée (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %) auprès des segments suivants :	%
• ceux dont le revenu familial brut se situe entre 55 000 \$ et 74 999 \$ par année	39 >>
• ceux qui ont utilisé Québec 511 Info Transports au cours des mois ayant précédé l'étude de cette année	38 >>
• ceux qui résident dans la grande région de Québec (significativement plus que ceux qui habitent la RMR de Montréal avec 22 %)	37 %
• les 45 ans ou plus (en moyenne selon le groupe d'âge)	35 >
• ceux qui sont titulaires d'un permis de conduire depuis plus de 30 ans	35 >>
• et ceux qui ont été joints par la campagne actuelle	29 >>

3.10 NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE

NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE

(Base : tous les répondants)



LA NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE ACTUELLE EST PLUS ÉLEVÉE QUE CELLE DE 2013

Au total, 94 % des conducteurs qui ont traversé une zone de chantiers routiers (à une ou plusieurs reprises depuis juin 2014) ont été joints par l'une ou l'autre des composantes publicitaires de la campagne de cette année. C'est plus que l'an passé, alors que l'écart de trois points de pourcentage est statistiquement significatif.

Notoriété significativement moins élevée (<< et < : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %) auprès des segments suivants :	%
• ceux ayant traversé un chantier routier au Québec à moins de 5 reprises au cours de la période	83 <<
• ceux qui parcourent annuellement moins de 5 000 kilomètres sur les routes du Québec	83 <<
• et les anglophones (contre 95 % chez les francophones)	83 <<



CHAPITRE 4 : IMPACT ET APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE EN GÉNÉRAL

4.1 IMPACT DE LA CAMPAGNE

QD2, D3 ET QD6. « VOICI QUELQUES ÉNONCÉS À PROPOS DE CETTE CAMPAGNE PUBLICITAIRE. DANS CHAQUE CAS, INDIQUEZ SI VOUS ÊTES TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD. »

(Base : répondants ayant été exposés à la campagne, sans la non-réponse)

	Tout à fait d'accord %	Plutôt d'accord %	Plutôt en désaccord %	Tout à fait en désaccord %	2014 (SOM) (n : 851 à 854) % d'accord	2013 (SOM) (n : 806 à 820) % d'accord	2012 (SOM) (n : 803 à 811) % d'accord
QD6. Cette campagne publicitaire m'a personnellement amené à redoubler de vigilance et de prudence lorsque je circule dans les zones de chantiers routiers (n : 851)	25	52	16	7	77	77 ↘	84
QD3. Cette campagne publicitaire m'a personnellement amené à respecter les consignes des signaleurs routiers (n : 852)	37	42	14	7	79	76	81
QD2. Cette campagne publicitaire m'a personnellement amené à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers (n : 854)	22	51	20	7	73	74	76

L'IMPACT DE LA CAMPAGNE DEMEURE TOUT AUSSI IMPORTANT POUR INCITER LES CONDUCTEURS À FAIRE PREUVE DE VIGILANCE ET À RESPECTER LES CONSIGNES ET LES LIMITES DE VITESSE AFFICHÉES

L'impact de la campagne de cette année est à nouveau largement positif et, aux yeux des répondants, incite toujours à une plus grande prudence dans les zones de chantiers routiers, mais aussi à respecter les consignes des signaleurs, de même que les limites de vitesse affichées. Si les trois quarts (en moyenne) des répondants exposés à la campagne partagent ces opinions, les autres ne les partagent pas et le tableau synthèse de la page suivante présente les segments qui se distinguent significativement chez les répondants en désaccord avec ces énoncés.

↘ : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).

4.1 IMPACT DE LA CAMPAGNE - SUITE

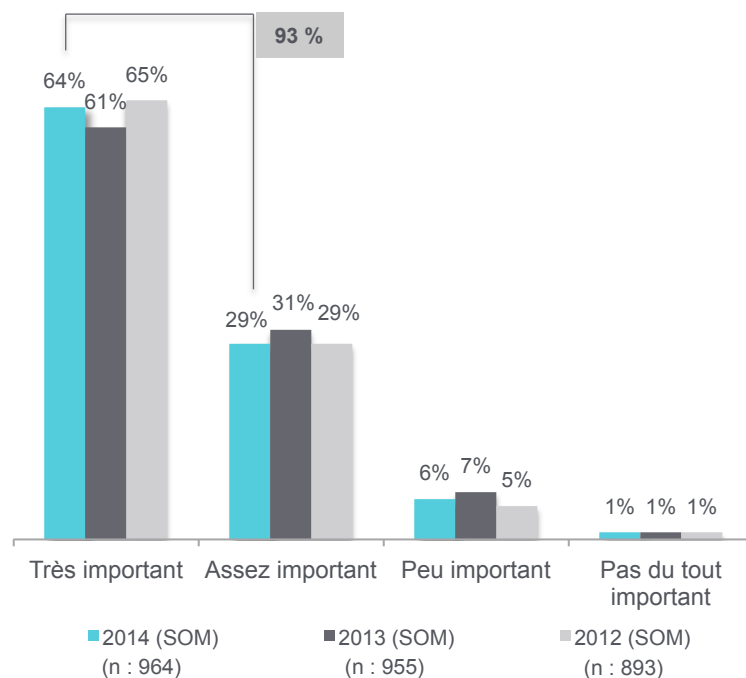
LES SEGMENTS QUI SE DISTINGUENT SIGNIFICATIVEMENT CHEZ LES RÉPONDANTS EN DÉSACCORD (TOUT À FAIT OU PLUTÔT EN DÉSACCORD) AVEC LES TROIS ÉNONCÉS SONT LES SUIVANTS :

QD6, D3 et D2 Cette campagne m'a personnellement amené à...			
	QD6	QD3	QD2
	... redoubler de vigilance et de prudence lorsque je circule dans les zones de chantiers routiers (n : 851)	... respecter les consignes des signaleurs routiers (n : 852)	... respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers (n : 854)
TOTAL CUMULATIF (désaccord)	23 %	25 %	27 %
SEGMENTS QUI SE DISTINGUENT (>>, > et + : niveaux de confiance respectifs de 99 %, 95 % et 90 %)			
Répondants qui jugent les limites de vitesse trop basses	47 >>	38 >>	53 >>
Hommes âgés de 25 à 34 ans	37 >	38 >>	51 >>
Répondants qui sont titulaires d'un permis de conduire depuis 3 ans ou moins	37 +	Non significatif	42 >
Répondants âgés de 18 à 24 ans	Non significatif	Non significatif	41 >
Répondants âgés de 25 à 34 ans	Non significatif	Non significatif	36 >
Répondants qui sont titulaires d'un permis de conduire depuis 10 à 19 ans	30 +	32 >>	Non significatif
Les hommes	27 >>	26 >>	35 >>
Répondants qui sont titulaires d'un permis de conduire depuis 4 à 9 ans	Non significatif	Non significatif	38 +

4.2 IMPORTANCE DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

QD8. « SELON VOUS, EST-CE TRÈS IMPORTANT, ASSEZ, PEU OU PAS DU TOUT IMPORTANT DE DIFFUSER UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE POUR RAPPELER AUX USAGERS DE LA ROUTE LES COMPORTEMENTS SÉCURITAIRES À ADOPTER LORSQU’ILS CIRCULENT DANS LES ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS? »

(Base : tous les répondants, sans la non-réponse)



UNE CAMPAGNE ON NE PEUT PLUS PERTINENTE

Avec plus de neuf répondants sur dix (93 %) qui considèrent comme très ou assez important de diffuser une telle campagne de sensibilisation, dont les deux tiers qui en sont persuadés (64 %), ce rappel des comportements sécuritaires à adopter lorsque les conducteurs circulent dans les zones de chantiers routiers est on ne peut plus pertinent.

LES SEGMENTS QUI SE DISTINGUENT POSITIVEMENT CETTE ANNÉE SONT...

La campagne est jugée comme TRÈS OU ASSEZ IMPORTANTE (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %) surtout pour :

- les femmes 97 >>
- ceux qui estiment les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers comme adéquates 94 >>

... ALORS QUE CEUX QUI SE DISTINGUENT NÉGATIVEMENT SONT...

La campagne est jugée comme PEU OU PAS DU TOUT IMPORTANTE (>> et > : niveaux de confiance respectifs de 99 % et 95 %) surtout pour :

- ceux qui estiment les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers comme trop basses 28 >>
- les anglophones 13 >>
- et les hommes 10 >>



CHAPITRE 5 : UTILISATION DE QUÉBEC 511

5.1 UTILISATION DU SERVICE QUÉBEC 511 INFO TRANSPORTS

QE2A. « AU COURS DES DERNIERS MOIS, AVEZ-VOUS UTILISÉ LE SERVICE QUÉBEC 511 INFO TRANSPORTS POUR VOUS INFORMER SUR LES ENTRAVES CAUSÉES PAR LES TRAVAUX ROUTIERS? »

(Base : tous les répondants)

	2014 (SOM) (n : 1031)	2013 (SOM) (n : 1033)	2012 (SOM) (n : 1018)
A utilisé Québec 511 Info Transports pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers, dont :	19 % [↘]	26 %	22 %
• le site Internet	15 % [↘]	20 % [↗]	15 %
• le service téléphonique	2 % [↘]	6 %	6 %
• l'application sur un téléphone intelligent (TI)	4 %	6 %	3 %

LE SITE INTERNET EST TOUJOURS LE SERVICE LE PLUS UTILISÉ

Un répondant sur cinq (19 %) dit avoir utilisé le service Québec 511 Info Transports au cours des mois ayant précédé cette étude. Cette proportion est significativement moins élevée que celle observée un an plus tôt (26 % en 2013).

Même si c'est dans une proportion significativement plus faible qu'en 2013 (15 % contre 20 % en 2013), le site Internet du service est plus souvent utilisé que son volet téléphonique ou son application pour téléphone intelligent (respectivement 2 % et 4 %).

Globalement, et proportionnellement, l'utilisation du service est plus élevée parmi les sous-groupes suivants :

- ceux qui sont titulaires d'un diplôme d'études universitaires (26 %);
- ceux dont le revenu personnel brut est de 55 000 \$ ou plus par année (26 %);
- les résidents de la grande région de Montréal (24 %);
- et ceux ayant été joints pas la campagne (20 %).

^{↘↗} : différence statistiquement significative par rapport au résultat de la mesure précédente (niveau de confiance de 95 %).



SUR UN CHANTIER
RALENTISSEZ

Québec 



SUR UN CHANTIER
RALENTISSEZ

Québec 



 SUR UN CHANTIER
AMENDES DOUBLÉES

Québec 

CONCLUSIONS

A-T-ON JOINT LES CONDUCTEURS?

Plus de neuf conducteurs sur dix ont été joints par la campagne

- La campagne publicitaire de cette année a joint 94 % des répondants, c'est-à-dire ceux et celles qui ont vu ou entendu au moins une de ses composantes. Cette proportion est significativement plus élevée que celle observée en 2013 (91 %).
- C'est la publicité télévisuelle qui a joint la plus forte proportion de répondants (72 % au total). La notoriété de l'affiche « amendes doublées » (53 %), celle des panneaux d'affichage numérique (50 %), des affiches « travailleurs/travailleuses » (45 %), de l'Opération orange (27 %) et des publicités et des capsules radiophoniques auprès des résidents de la région de Montréal (26 %) suivent respectivement dans l'ordre.

LES MESSAGES ONT-ILS ÉTÉ COMPRIS?

Les messages transmis par les éléments de la campagne sont sans équivoque

- Aux yeux des répondants ayant remarqué la campagne, la compréhension de ces messages est sans équivoque. Ils évoquent d'abord l'importance de rester concentré, mais aussi d'être vigilant et prudent, de modifier sa façon de conduire dans les zones de chantiers routiers, de respecter la signalisation et de ralentir dans les zones de chantiers.

LA CAMPAGNE A-T-ELLE ÉTÉ APPRÉCIÉE?

L'appréciation de la campagne (message télévisuel) est plutôt modérée

- Un peu à l'image de celle de 2013, l'appréciation de la publicité télé de cette année est plutôt modérée (note moyenne de 7,7 sur 10 contre 7,6 en 2013). Si on aime la publicité télévisuelle pour son réalisme, ses images et sa clarté, inversement, elle est également critiquée pour son manque de crédibilité, parce qu'elle n'a que peu d'impact ou n'est pas suffisamment percutante (dissuasive).

QUEL EST L'IMPACT DE LA CAMPAGNE?

Une campagne publicitaire susceptible de modifier certains comportements, mais...

- Tout comme pour les mesures précédentes, la plupart des répondants affirment que la campagne actuelle les a amenés à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers, mais aussi à respecter les consignes des signaleurs et davantage les limites de vitesse affichées. Malgré tout, si ces comportements sont fortement souhaitables pour tous les conducteurs qui traversent un chantier routier, on doit reconnaître que plusieurs (au moins un répondant concerné sur cinq en moyenne depuis 2012) ne se disent guères influencés à ce niveau.
- Enfin, 93 % des répondants (92 % en 2013) reconnaissent toujours aujourd'hui l'importance de diffuser une campagne publicitaire pour rappeler aux usagers de la route les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent dans les zones de chantiers routiers.

QUEL EST L'UTILISATION DU SERVICE QUÉBEC 511 INFO TRANSPORTS?

Le site internet est le service le plus souvent utilisé

- Cette année, l'utilisation du service Québec 511 Info Transports s'est principalement faite à partir du site Internet (15 %, significativement moins que l'an passé avec 20 %) et nettement moins à partir du service téléphonique ou de l'application pour téléphone intelligent (respectivement 2 % et 4 %). Globalement, l'utilisation du service a reculé de sept points de pourcentage par rapport à la mesure de 2013 (19 % cette année contre 26 % en 2013).

COMMENT LES LIMITES DE VITESSE SONT-ELLES PERÇUES ET COMMENT SE COMPORTEMENT LES AUTOMOBILISTES?

Des limites de vitesse jugées adéquates, des risques élevés en cas de dépassement de la limite de vitesse et le comportement de certains est toujours perçu comme délinquant

- À nouveau cette année, la très forte majorité des répondants (86 %) estiment que les limites de vitesse dans les zones de chantiers routiers sont adéquates et tout autant (84 %) reconnaissent que les risques pour leur sécurité, celle des autres conducteurs et celle des travailleurs des chantiers sont élevés en cas de dépassement des limites de vitesse permises. Malgré tout, les trois quarts des répondants (75 % contre significativement moins en 2013 avec 60 %) disent que les excès de vitesse sont les comportements le plus à risque observé dans ces zones.
- Pour plusieurs répondants, les conducteurs sont pressés et diminuent volontairement ou involontairement l'importance des conséquences et des dangers que représente un comportement de conduite inadéquat dans les zones de chantiers routiers. À l'appui, la moitié des répondants (52 %, contre 56 % en 2013) avouent excéder la limite de vitesse permise dans ces zones. Cette situation est d'autant plus évocatrice lorsque les répondants nous rapportent le comportement perçu des autres conducteurs. En effet, du comportement qu'ils ont pu observer aux abords ou sur les chantiers routiers au cours des derniers mois, quatre répondants sur cinq (79 %) estiment que les conducteurs réduisent leur vitesse, certes, mais excèdent toujours la limite affichée. Un répondant sur dix (12 %) mentionne que les conducteurs ne réduisent pas leur vitesse. On explique ces comportements surtout par le fait que les individus sont pressés (26 %) ou inconscients des dangers auxquels ils s'exposent ou exposent les autres conducteurs ou les travailleurs des chantiers (14 %).

Poursuivre la sensibilisation, certes, mais aussi insister sur les conséquences négatives d'un comportement délinquant

- Tout comme pour les campagnes précédentes, la campagne actuelle consolide les perceptions observées au cours des dernières années sur l'importance de poursuivre les efforts de sensibilisation et de communication. Elle confirme également la nécessité d'insister sur les dangers réels que représentent les zones de chantiers routiers et de persuader davantage de conducteurs de réduire leur vitesse dans ces zones. S'il est sans doute difficile d'accroître la visibilité des panneaux, des affiches et de la signalisation routière en général aux abords et sur les chantiers routiers, on doit chercher à conscientiser le plus grand nombre possible de conducteurs à changer leurs habitudes de conduite **avant** qu'ils ne soient rendus sur les chantiers. Les publicités télévisuelles et radiophoniques sont sans doute les médias ayant la meilleure portée et le plus d'impact à cet égard.
- Enfin, comme le quart des conducteurs semblent toujours ignorer que les amendes pour ceux qui dépassent la limite de vitesse permise sur les chantiers routiers ont doublé depuis le printemps 2011, certains messages pourraient insister un peu plus sur une augmentation de la surveillance policière dans ces zones et rappeler le montant des amendes pour les contrevenants. Les répondants eux-mêmes en témoignent et disent qu'on doit augmenter les mesures de surveillance pour inciter les conducteurs à respecter les limites de vitesse affichées.



ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

OBJECTIF L'objectif spécifique de cette annexe est de présenter la méthodologie détaillée utilisée pour cette étude, de façon à bien comprendre la portée des résultats et pour pouvoir reproduire l'étude selon le même protocole au besoin.

PLAN DE SONDAGE **Population cible et sélection du répondant**

Les internautes québécois âgés de 18 ans ou plus titulaires d'un permis de conduire, ayant traversé à titre de conducteur une ou plusieurs zones de chantiers routiers depuis le mois de juin 2014 et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Base de sondage

L'échantillon a été tiré du panel Or de SOM. Le panel Or est un échantillon d'internautes recrutés de façon totalement aléatoire lors des sondages téléphoniques de SOM auprès de la population adulte du Québec. Il n'admet aucune inscription volontaire. C'est donc un panel aléatoire pour lequel il est possible de calculer une marge d'erreur d'échantillonnage.

Plan d'échantillonnage

L'échantillon est tiré proportionnellement à la répartition des internautes selon la région (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec) selon l'âge, le sexe et en fonction du plus haut diplôme obtenu.

Au total, 1031 internautes ont pris part à cette étude.

QUESTIONNAIRE Le questionnaire d'enquête a été conçu conjointement par SOM et les responsables du projet au ministère des Transports du Québec. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2. Les entrevues ont été réalisées en français et en anglais.

COLLECTE

Période de collecte

Du 19 au 24 septembre 2014.

Mode d'entrevue

Entrevues Web auprès du panel Or de SOM, invitations par courriel gérées par SOM.

Collecte sur les serveurs de SOM.

Envoi des invitations : 19 septembre 2014.

Taux de réponse : 30,3 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB

Taille de l'échantillon	3 890
Nombre d'entrevues visées	1 000
INVITATIONS ENVOYÉES	
Invitations envoyées (A)	3 889
Adresse de courriel sur la liste noire	1
Échec lors de l'envoi du courriel	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE	
Questionnaires complétés	1 031
Hors de la population visée	145
Accès lorsqu'un quota est atteint	0
Unité jointe répondante totale (B)	1 176
UNITÉ JOINTE TARDIVE	
Accès lorsque collecte de la strate terminée	99
Accès lorsque collecte terminée	26
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE	
Abandon durant le questionnaire	69
Courriel automatique reçu indiquant absence du répondant	0
Courriel reçu indiquant refus de répondre	0
Désabonnement	9
Entrevue rejetée suite au contrôle qualité	10
UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 389
UNITÉ NON JOINTE	
Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Quota de l'usager dépassé	0
Détection par antipourriels	0
Autres messages de retour non reconnus	14
Unité non jointe totale (D)	14
UNITÉ INEXISTANTE	
Courriel invalide (usager@)	10
Courriel invalide (@domaine)	0
Duplicata	0
Unité inexistante totale (E)	10
TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	35,8 %
TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	84,7 %
TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	30,3 %

PONDÉRATION

- Les données sont pondérées pour être représentatives des répondants en fonction de la strate, de l'âge, du sexe, de la langue maternelle, de la scolarité et du statut de propriété (propriétaire/locataire). La pondération est faite sur l'ensemble des répondants, incluant ceux qui n'ont pas de permis de conduire ou qui n'ont pas traversé de chantier routier depuis le début du mois de juin 2014 (inéligibles).

MARGES D'ERREUR

- Les marges d'erreur présentées à la page suivante tiennent compte de l'effet de plan.
- Comme l'échantillon est recruté aléatoirement, il s'agit d'un échantillon probabiliste auquel on peut attribuer une marge d'erreur.
- L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de pondération.
- L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants.
- La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée. En effet, la marge d'erreur est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %.
- Dans ce cas-ci, la marge d'erreur d'échantillonnage maximale au niveau de confiance de 95 % est de 3,5 %.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Région			
	Ensemble	RMR Québec	RMR Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1031	154	470	407
EFFET DE PLAN	1,343	1,085	1,255	1,438
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	±0,7 %	±1,6 %	±1,0 %	±1,2 %
95 % ou 5 %	±1,5 %	±3,6 %	±2,2 %	±2,5 %
90 % ou 10 %	±2,1 %	±4,9 %	±3,0 %	±3,5 %
80 % ou 20 %	±2,8 %	±6,6 %	±4,1 %	±4,7 %
70 % ou 30 %	±3,2 %	±7,5 %	±4,6 %	±5,3 %
60 % ou 40 %	±3,5 %	±8,1 %	±5,0 %	±5,7 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	±3,5 %	±8,2 %	±5,1 %	±5,8 %



ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE

**SONDAGE SUR LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA SÉCURITÉ DANS LES
ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS 2014**

**QUESTIONNAIRE WEB MTQ
1 000 RÉPONDANTS (ANGLAIS/FRANÇAIS)**

/*

Légende

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

*/

/*Légende

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

Q_BI Bienvenue à ce sondage réalisé par SOM pour le ministère des Transports du Québec. Nous vous souhaitons bonne chance pour le tirage du prix de participation de 500 \$.

->>A1
Q_MP

Mot de passe _____

/*BLOC A : ÉLIGIBILITÉ*/

Q_A1 Avez-vous un permis de conduire valide au Québec?

1=Oui
2=Non->out

Q_A2 Depuis le mois de juin, avez-vous traversé, au volant d'un véhicule routier (automobile, moto, camion, etc.) donc à titre de conducteur, une ou plusieurs zones de chantiers routiers le long des routes ou des axes routiers majeurs (routes numérotées) du Québec?

1=Oui->B1
2=Non/Je ne sais pas->out

/*Message inéligible*/

/*Nous sommes désolés, mais cette étude vise seulement les titulaires de permis de conduire qui ont traversé à titre de conducteur une ou plusieurs zones de chantiers routiers depuis juin. À une prochaine fois! Merci.*/

/*Légende

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

/*BLOC B : HABITUDES DE CONDUITE*/

Q_B1 Depuis combien d'années détenez-vous un permis de conduire?

- 1=3 ans ou moins
- 2=4 à 9 ans
- 3=10 à 19 ans
- 4=20 à 30 ans
- 5=Plus de 30 ans
- 9=*Je ne veux pas répondre

Q_B2 En tant que conducteur, environ quelle distance parcourez-vous annuellement ((G **sur les routes du Québec**))? Est-ce...?

- 1=Moins de 5 000 km (moins de 3 000 milles)
- 2=5 000 à 10 000 km (3 000 à 6 000 milles)
- 3=10 000 à 20 000 km (6 000 à 12 000 milles)
- 4=20 000 à 25 000 km (12 000 à 15 000 milles)
- 5=25 000 à 30 000 km (15 000 à 18 000 milles)
- 6=30 000 km et plus (18 000 milles et plus)
- 9=*Je ne veux pas répondre

Q_B3 Depuis le mois de juin dernier, combien de fois, approximativement, avez-vous traversé une zone de chantiers routiers le long des routes ou des axes routiers majeurs (routes numérotées) du Québec? Diriez-vous...?

- 1=Moins de 5 fois
- 2=De 5 à 10 fois
- 3=De 11 à 20 fois
- 4=De 21 à 50 fois
- 5=Plus de 50 fois
- 9=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre

/*CODI: Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B8 Selon ce que vous avez pu voir au cours des derniers mois, quels sont les comportements de conduite à risque que vous observez le plus souvent dans les zones de chantiers routiers?

*exclusif=(b8,b8au)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

Q_B4 Considérez-vous que les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers sont...

- 1=Trop élevées
- 2=Adéquates
- 3=Trop basses
- 9=*Sans opinion

/*Légende

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

Q_B5 Supposons que vous dépassiez la limite de vitesse dans les zones de chantiers routiers, diriez-vous que les risques pour votre sécurité, celle des autres conducteurs et des travailleurs de chantiers routiers sont...

- 1=Très élevés
- 2=Plutôt élevés
- 3=Plutôt faibles
- 4=Très faibles
- 9=*Je ne veux pas répondre->B9

Q_incalaff6 Q#aff6=1 et lorsque q#b5=2 alors q#aff6=2 et
lorsque q#b5=3 alors q#aff6=3 et
lorsque q#b5=4 alors q#aff6=4

->>calb6
q_aff6

Auto complété poura affichage

- 1=très élevés
- 2=plutôt élevés
- 3=plutôt faibles
- 4=très faibles

Q_sicalb6 si q#b5=1,2->b6
->>b7

/*B6 pour ceux qui pensent que les risques sont élevés*/

/*CODI: Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B6 Pourquoi pensez-vous que ces risques sont <aff6>?

*exclusif=(b6,b6au)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

->>B9

/*B7 pour ceux qui pensent que les risques sont faibles*/

/*CODI: Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B7 Pourquoi pensez-vous que ces risques sont <aff6>?

*exclusif=(b7,b7au)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

Q_B9 Selon ce que vous avez pu voir au cours des derniers mois sur les chantiers routiers, les conducteurs...?

- 1=Réduisent leur vitesse à la limite de vitesse affichée->B11
- 2=Réduisent leur vitesse, mais excèdent la limite affichée
- 3=Ne réduisent pas leur vitesse
- 9=*Je ne veux pas répondre->B11

/*Légende

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

Q_B10 Pour quelle(s) raison(s), selon vous, les conducteurs ne ralentissent-ils pas jusqu'à la limite affichée?

*exclusif=(b10,b10au)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

/*CODI: Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B11 Selon vous, qu'est-ce qui inciterait les conducteurs à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers?

*exclusif=(b11,b11au)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

Q_B12 Saviez-vous que depuis le 10 mars 2011, les amendes sont doublées pour quiconque dépasse la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers?

1=Oui
2=Non
9=*Je ne veux pas répondre

Q_B13 Lequel des comportements suivants ressemble le plus à votre comportement le plus fréquent dans les zones de chantiers routiers?

1=Vous réduisez votre vitesse à la limite indiquée ou même moins vite
2=Vous dépassez les limites de vitesse affichées (par exemple 70 km/h) par moins de 10 km/h
3=Vous dépassez les limites de vitesse affichées par 10 à 20 km/h
4=Vous dépassez les limites de vitesse affichées par plus de 20 km/h
9=*Je ne veux pas répondre à cette question

/*Légende

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

/*BLOC C : ÉVALUATION DU CONTENU PUBLICITAIRE*/

Q_TXTC1 Nous allons maintenant vous demander de visionner une publicité qui a été diffusée au cours des dernières semaines à la télévision et sur internet et de nous indiquer si vous l'aviez déjà vue.

((V https://www.som-ex.com/pw14384/pubtv, 640, 480))

/*Publicité télévisée 30 secondes *Volant**/

2=*Continuer

Q_C1 Avez-vous déjà vu cette publicité auparavant?

1=Oui, à la télévision

2=Oui, sur internet

3=Oui, les deux (télévision et internet)

4=Oui, mais je ne peux dire si c'est à la télévision ou sur internet

5=Non->C5a

8=*Je suis incapable de voir la publicité affichée->C5a

9=*Je ne veux pas répondre à cette question->C5a

/*CODI: Coder jusqu'à 2 mentions*/

Q_C2 En quelques mots, qu'est-ce qu'on cherche à vous dire dans cette publicité?

*exclusif=(c2,c2au)

<< _____ *suf au

99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

Q_C3 Sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous ne l'aimez pas du tout et 10, que vous l'aimez énormément, quelle note donneriez-vous à cette publicité télévisée?

*format lineaire

0=0 N'aime pas du tout ((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=10 Aime énormément ((/))10

99=*Je ne veux pas répondre->C5a

/*Légende

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

/*Pour ceux qui donnent une note de 5 ou moins*/

Q_sicalC4a si q#C3=0,1,2,3,4,5->c4a

->>C4b

Q_C4a Qu'est-ce qui vous déplaît dans cette publicité télévisée?

*exclusif=(c4a,c4aau)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

->>c5a

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

/*Pour ceux qui donnent une note de 6 ou plus*/

Q_C4b Qu'est-ce qui vous plaît dans cette publicité télévisée?

*exclusif=(C4b,C4bau)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

/*Afficher les 2 panneaux « Sur un chantier, ralentissez » avec travailleuse/travailleur*/

Q_C5a Voici maintenant deux affiches de cette même campagne publicitaire.

Cliquez sur l'image pour l'agrandir

((M c5a-1.jpg, 500))

((M c5a-2.jpg, 500))

Vous souvenez-vous de les avoir vues (l'une ou l'autre de ces deux affiches) aux abords des chantiers routiers?

1=Oui, plusieurs fois

2=Oui, quelques fois

3=Non, jamais

9=*Je ne veux pas répondre

/*Légende

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

/*Afficher le panneau « Sur un chantier, amendes doublées »*/

Q_C5b Voici maintenant une autre affiche de cette même campagne publicitaire.

Cliquez sur l'image pour l'agrandir

((M c5b-1.jpg, 500))

Vous souvenez-vous de l'avoir vue aux abords des chantiers routiers?

1=Oui, plusieurs fois

2=Oui, quelques fois

3=Non, jamais

9=**Je ne veux pas répondre*

/*Légende

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

/*Évaluation des messages radio - RMR MTL SEULEMENT*/

/*Instructions de programmation (réf : #12310) : En C8 et C9 on fait entendre 1 des 2 messages radio choisis au hasard parmi les 2 pubs radio en français pour ceux qui répondent en français et parmi les 2 pubs radio en anglais pour ceux qui répondent en anglais*/

Q_sicalfranco si strate=2 et langue=f->calrdmf1
->>calanglo

Q_incalrdmf1 Q#RDMf1=random(2)
->>calpubf

Q_RDMf1 *Complétée aléatoirement pour choix de version de la pub radio en français*

Q_sicalpubf si Q#RDMf1=1->Pubf1 /*Version franco1*/
->>pubf2 /*version franco2*/

Q_PUBF1 Nous allons maintenant vous faire entendre une capsule qui a été diffusée au cours des dernières semaines à Radio Circulation 730 AM.

((A <https://www.som-ex.com/pw14384/signal>))

/*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : signaleur ou signaleuse*/

2=*Continuer

->>calanglo

Q_PUBF2 Nous allons maintenant vous faire entendre une capsule qui a été diffusée au cours des dernières semaines à Radio Circulation 730 AM.

((A <https://www.som-ex.com/pw14384/signale>))

/*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : signaleur ou signaleuse*/

2=*Continuer

/*Légende

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

Q_sicalanglo si strate=2 et langue=a->calrdma1
->>calstr

Q_incalrdma1 Q#RDMa1=random(2)
->>calpuba

Q_RDMa1 *Complétée aléatoirement pour choix de version de la pub radio en français*
—

Q_sicalpuba si Q#RDMa1=1->Puba1 /*Version anglo 1*/
->>puba2 /*version anglo 2*/

Q_pubA1 Nous allons maintenant vous faire entendre une publicité qui a été diffusée
au cours des dernières semaines à la radio.

 ((A <https://www.som-ex.com/pw14384/golf>))

 /*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : Golf ou BBQ*/

 2=*Continuer

->>calstr

Q_pubA2 Nous allons maintenant vous faire entendre une publicité qui a été diffusée
au cours des dernières semaines à la radio.

 ((A <https://www.som-ex.com/pw14384/bbq>))

 /*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : Golf ou BBQ*/

 2=*Continuer

Q_sicalstr si strate=1,3->c10
->>c8

Q_C8 Aviez-vous entendu cette capsule à la radio au cours des dernières
semaines?

 1=Oui, plusieurs fois
 2=Oui, quelques fois
 3=Non, jamais->C10
 8=Je n'entends pas la publicité->C10
 9=*Je ne veux pas répondre->C10

/*Légende

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

/*CODI: Coder jusqu'à 2 mentions*/

/*RÉPONDANTS ANGLOS SEULEMENT*/

Q_sicalc8a si langue=a->c8a
->>c10

Q_C8a En quelques mots, qu'est-ce qu'on cherche à vous dire dans cette
publicité?

*exclusif=(c8a,c8aau)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

Q_C9 Sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous ne l'aimez pas du tout et
10, que vous l'aimez énormément, quelle note donneriez-vous à cette
publicité radio?

*format lineaire

0=0 N'aime pas du tout ((/))0
1=1
2=2
3=3
4=4
5=5
6=6
7=7
8=8
9=9
10=10 Aime énormément ((/))10
99=*Je ne veux pas répondre->C10

/*Pour ceux qui donnent une note de 5 ou moins*/

Q_sicalC10a si q#C9=0,1,2,3,4,5->c10a
->>C10b

Q_C10a Qu'est-ce qui vous déplaît dans cette publicité radio?

*exclusif=(c10a,c10aau)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

->>c10

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

/*Pour ceux qui donnent une note de 6 ou plus*/

Q_C10b Qu'est-ce qui vous plaît dans cette publicité radio?

*exclusif=(C10b,C10bau)

<< _____ *suf au
99=*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

/*Légende

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

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_C10 Au cours des derniers mois, avez-vous remarqué, aux abords des chantiers routiers ou le long des autoroutes ou des grands axes routiers du Québec, des ((G **panneaux à affichage numérique**)) avec des conseils de sécurité tels que ceux-ci? **/*AFFICHER LES 4 PANNEAUX*/**

Cliquez sur l'image pour l'agrandir

((M c10-1.jpg, 350))

((M c10-2.jpg, 350))

((M c10-3.jpg, 350))

((M c10-4.jpg, 350))

1=Oui

2=Non/Je ne me souviens pas

Q_C11 Avez-vous entendu parler de ((G **L'OPÉRATION ORANGE**)), une journée de surveillance policière accrue sur les chantiers routiers du Québec cet été (journée tenue le 9 juillet)?

1=Oui

2=Non

/*Légende

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

/*Section D : impact et appréciation de la campagne */

/*Les questions suivantes s'adressent seulement à ceux qui ont été rejoints par la campagne (questions C1, C5a, C5b, C8, C10, C11)*/

q_sicald6 si (q#c1=1,2,3,4 ou q#c5a=1,2 ou q#c5b=1,2 ou q#c8=1,2 ou q#c10=1 ou q#c11=1)->D6
->>E2a

Q_D6 Voici quelques énoncés à propos de cette campagne publicitaire. Dans chaque cas, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord.

Cette campagne publicitaire m'a personnellement amené à ((G **redoubler de vigilance et de prudence**)) lorsque je circule dans les zones de chantiers routiers.

*format matriciel

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

Q_D2 Cette campagne publicitaire m'a personnellement amené à ((G **respecter la limite de vitesse affichée**)) dans les zones de chantiers routiers.

*format matriciel

Q_D3 Cette campagne publicitaire m'a personnellement amené à ((G **respecter les consignes des signaleurs**)) routiers.

*format matriciel

Q_D8 Selon vous, est-ce très important, assez, peu ou pas du tout important de diffuser une campagne publicitaire pour rappeler aux usagers de la route les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent dans les zones de chantiers routiers?

1=Très important
2=Assez important
3=Peu important
4=Pas du tout important
9=*Sans opinion

/*Légende

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

/*Section E : utilisation de Québec 511*/

Q_E2a Au cours des derniers mois, avez-vous utilisé le service Québec 511 Info Transports pour vous informer sur les entraves causées par les travaux routiers?

Plusieurs réponses possibles

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*selectif=4

- 1=Oui, j'ai utilisé le service téléphonique
- 2=Oui, j'ai utilisé le service internet
- 3=Oui, j'ai utilisé l'application pour téléphone intelligent (iPhone, iPad, Android ou autre)
- 4=Non, je n'ai pas utilisé Québec 511

/*Sociodémographique

Les descripteurs sociodémographiques suivants seront importés avec l'échantillon sans qu'on ait à poser ces questions :

- Région (Qc, Mtl, autre)
- L'âge
- Le sexe
- Le plus haut diplôme obtenu (scolarité)
- La langue maternelle
- Le revenu familial
- La taille du ménage

***/**

/*Légende

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

/*Question de validation */

Q_VALID Cette question est un test pour s'assurer que c'est bien une personne qui répond à ce sondage.

*format lineaire Choisir simplement le chiffre « 6 » parmi les choix suivants.

- 1=1
- 2=2
- 3=3
- 4=4
- 5=5
- 6=6
- 7=7
- 8=8
- 9=9
- 10=10
- 99=*Je ne sais pas

Q_FIN Voilà, c'est tout. SOM et le ministère des Transports du Québec vous remercient de votre collaboration et vous souhaitent bonne chance pour le prochain tirage.

*****informations**

Projet=MTQCHANT14
Fichier=FMTQCHANT14
Reseau=serveur1:P14384WEB:
Siteext=clients3.som.ca
Pages=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:pw14384web:
MobilePages=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:mpw14384web:
Modeles=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:Modeles-panel-or:
Images=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:IMG:
/*Logodroite=LOGO-DESJARDINS.JPG
Logogauche=LOGOSOM_FR2011.GIF*/
Debut=a1
Effacer=Non
Email=pw14384web@web.som.ca
Espace=5,80
Noquestion=Non
Progression=Oui
TypeSondage=1 /*Mettre 2 si sondage sans mp*/
Motdepasse=mp /*Commenter si sondage type 2*/
Repmult=Non
Interrompre=oui
Duree=10
Precedent=Oui
Seuil=16
inputcle=oui
/*Autres=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:Modeles-client:WEB:style-client.css*/
/*MobileAutres=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:Modeles-client:WEBm:style-client.css*/
/*Demarrage=OUI*/
/*Sections=(U7,U8)*/

/*Légende

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

**SURVEY ON THE AWARENESS CAMPAIGN FOR SAFETY IN ROAD CONSTRUCTION
ZONES 2014**

**MTQ WEB QUESTIONNAIRE
1,000 RESPONDENTS (ENGLISH/FRENCH)**

/*

Legend

*text	The asterisk is used to signal the text of a question indicating a comment or an unread response option seen but not read by the interviewer during the interview.
...	Indicates where in the question text, the response options are to be read to the respondent.
/*text*/	Text placed between “/*...*/” is an explanatory note that is not seen by the interviewer during the interview.
DNK	Response option: Does not know
DNA	Response option: Does not answer (Refusal)
NA	Response option: Not applicable
->, ->>	Means “Go to question number...”
->sortie	Confirms with the interviewer that the respondent is not eligible, ends the interview and places it in “non-eligible”
->end	Ends the interview and places it in “Completed”.
1=, 1=	When <u>all</u> response options are preceded by “1= “, it means that it is a question for which multiple responses can be given (each option being yes or no).
1=, 2=, ...	When response options are preceded by “1=., 2=..., etc.”, only one answer is possible, unless otherwise indicated (for example: “3 mentions”).
Q_Slcal, Q_INcal	Questions beginning with “Q_SI... » or “Q_IN... “ are filter questions or technical instructions that give access to data from the sample file, automatically give the answer to certain questions, or perform a complex skip pattern. An explanatory note placed before the filter question or technical instruction explains the function it performs.

*/

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

Q_BI Welcome to this survey, carried out by SOM on behalf of the ministère des Transports du Québec. We wish you good luck in the drawing for the \$500 participation prize.

->>A1
Q_MP

Password _____

/*BLOCK A: ELIGIBILITY*/

Q_A1 Do you have a driver's licence valid in Quebec?

1=Yes
2=No->out

Q_A2 Since the beginning of June, have you driven through one or more roadwork zones on major Quebec roads or highways (numbered roadways) as a driver of a road vehicle (car, motorcycle, truck, etc.)?

1=Yes->B1
2=No/I don't know->out

/*Message inéligible*/

/* We're sorry, but this study is only for driver's licence holders who have driven through one or more roadwork zones since June. Hopefully next time! Thank you.*/

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/**text**/**: comment not seen by the interviewer*/

/*BLOCK B: DRIVING HABITS*/

Q_B1 For how many years have you had a driver's licence?

- 1=3 years or less
- 2=4 to 9 years
- 3=10 to 19 years
- 4=20 to 30 years
- 5=More than 30 years
- 9=*I prefer not to answer

Q_B2 As a driver, approximately what distance do you drive annually ((G on Quebec roads))? Do you drive...?

- 1=Fewer than 5,000 km (fewer than 3,000 miles)
- 2=5,000 to 10,000 km (3,000 to 6,000 miles)
- 3=10,000 to 20,000 km (6,000 to 12,000 miles)
- 4=20,000 to 25,000 km (12,000 to 15,000 miles)
- 5=25,000 to 30,000 km (15,000 to 18,000 miles)
- 6=30,000 km or more (18,000 miles or more)
- 9=*I prefer not to answer

Q_B3 Since last June, approximately how many times have you driven through a roadwork zone on major Quebec roads or highways (numbered roadways)? Would you say...?

- 1=Fewer than 5 times
- 2=5 to 10 times
- 3=11 to 20 times
- 4=21 to 50 times
- 5=More than 50 times
- 9=*I don't know/I prefer not to answer

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B8 From what you've seen in the past few months, what are the high risk driving behaviours that you have observed the most often in roadwork zones?

*exclusif=(b8,b8au)

<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>

Q_B4 Do you think the posted speed limits in Quebec roadwork zones are...

- 1=Too high
- 2=Appropriate
- 3=Too low
- 9=*No opinion

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

Q_B5 If you exceed the speed limit in roadwork zones, would you say that the risks to your safety, the safety of other drivers and that of roadwork zone workers are...

1=Very high
2=Fairly high
3=Fairly low
4=Very low
9=*I prefer not to answer->B9

Q_incalaff6 Q#aff6=1 et lorsque q#b5=2 alors q#aff6=2 et
lorsque q#b5=3 alors q#aff6=3 et
lorsque q#b5=4 alors q#aff6=4

->>calb6
q_aff6

Auto complété poura affichage

1=very high
2=fairly high
3=fairly low
4=very low

Q_sicalb6 si q#b5=1,2->b6
->>b7

/*B6 for those who think the risk is high*/

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B6 Why do you think that the risks are <aff6>?

*exclusif=(b6,b6au)

<< _____ *suf au

99=*I don't know/I prefer not to answer>>

->>B9

/*B7 for those who think the risks are low*/

Q_B7 Why do you think that the risks are <aff6>?

*exclusif=(b7,b7au)

<< _____ *suf au

99=*I don't know/I prefer not to answer>>

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B9 From what you've seen in the past few months in roadwork zones, would you say that drivers...?

1=Reduce their speed to the posted speed limit->B11
2=Reduce their speed but exceed the posted speed limit
3=Do not reduce their speed
9=*I prefer not to answer->b11

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B10 For what reason(s) would you say that drivers do not slow down to the posted speed limit?

*exclusif=(b10,b10au)

<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_B11 In your opinion, what would encourage drivers to respect the posted speed limit in roadwork zones?

*exclusif=(b11,b11au)

<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>

Q_B12 Did you know that since March 10, 2011, fines are doubled for anyone exceeding the posted speed limit in roadwork zones?

1=Yes
2=No
9=*I prefer not to answer

Q_B13 Which of the following behaviours corresponds best to your most frequent behaviour in roadwork zones?

1=You slow down to the posted speed limit or go even slower
2=You exceed the posted speed limit (e.g. 70 km/h) by fewer than 10 km/h
3=You exceed the posted speed limit by 10 to 20 km/h
4=You exceed the posted speed limit by more than 20 km/h
9=*I prefer not to answer this question

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

/*BLOCK C: EVALUATION OF ADVERTISING CONTENT*/

Q_TXTC1 First, we're going to ask you to watch an ad that was broadcast in recent weeks on TV and on the Web and to indicate if you've seen it before. /*Play the TV ad in French or in English depending on the interview language*/

((V https://www.som-ex.com/pw14384/pubtv, 640, 480))

/*Publicité télévisée 30 secondes *Volant**/

2=*Continue

Q_C1 Had you seen this ad before?

1=Yes, on TV

2=Yes, on the Web

3=Yes, both on TV and on the Web

4=Yes, but I can't say whether it was on TV or on the Web

5=No->C5a

8=*I'm unable to view the ad->C5a

9=*I prefer not to answer this question->C5a

/*Coder jusqu'à 2 mentions*/

Q_C2 In a few words, what is this ad trying to tell you?

*exclusif=(c2,c2au)

<< _____ *suf au

99=*I don't know/I prefer not to answer>>

Q_C3 On a scale of 0 to 10, where 0 means you don't like it at all and 10 means you like it enormously, how would you rate give this TV ad?

*format lineaire

0=0 Don't like it at all ((/))0

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=10 Like it enormously ((/))10

99=*I prefer not to answer->C5a

/*For those who give a rating of 5 or less*/

Q_sicalC4a si q#C3=0,1,2,3,4,5->c4a

->>C4b

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; /**text**/: comment not seen by the interviewer*/

Q_C4a What do you dislike about this TV ad?
*exclusif=(c4a,c4aau)
<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>
->>c5a

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

/*For those who give a score of 6 or more*/

Q_C4b What do you like about this TV ad?
*exclusif=(C4b, C4bau)
<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

/*Afficher les 2 panneaux « Sur un chantier, ralentissez » avec travailleuse/travailleur*/

Q_C5a Now, here are two road signs from the same advertising campaign.

Click on the image to enlarge it

((M c5a-1.jpg, 500))

((M c5a-2.jpg, 500))

Do you remember seeing them (either or both of them) near roadwork zones?

1=Yes, several times
2=Yes, a few times
3=No, never
9=*I prefer not to answer

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

/*Display the sign indicating police surveillance at the approach of a roadwork zone */

Q_C5b

Now, here is one more road sign from the same advertising campaign.

Click on the image to enlarge it

((M c5b-1.jpg, 500))

Do you remember having seen it near roadwork zones?

1=Yes, several times

2=Yes, a few times

3=No, never

9=*I prefer not to answer

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

/*Évaluation des messages radio*/

/*Instructions de programmation (réf : #12310) : En C8 et C9 on fait entendre 1 des 2 messages radio choisis au hasard parmi les 2 pubs radio en français pour ceux qui répondent en français et parmi les 2 pubs radio en anglais pour ceux qui répondent en anglais - Uniquement dans la RMR de MTL*/

Q_sicalfranco si strate=2 et langue=f ->calrdmf1
->>calanglo

Q_incalrdmf1 Q#RDMf1=random(2)
->>calpubf

Q_RDMf1 *Complétée aléatoirement pour choix de version de la pub radio en français*

—

Q_sicalpubf si Q#RDMf1=1->Pubf1 /*Version franco1*/

->>pubf2 /*version franco2*/

Q_PUBF1 Nous allons maintenant vous faire entendre une capsule qui a été diffusée au cours des dernières semaines à Radio Circulation 730 AM.

((A <https://www.som-ex.com/pw14384/signal>))

/*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : signaleur ou signaleuse*/

2=*Continuer

->>calanglo

Q_PUBF2 Nous allons maintenant vous faire entendre une capsule qui a été diffusée au cours des dernières semaines à Radio Circulation 730 AM.

((A <https://www.som-ex.com/pw14384/signale>))

/*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : signaleur ou signaleuse*/

2=*Continuer

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

Q_sicalanglo si strate=2 et langue=a->calrdma1
->>calstr

Q_incalrdma1 Q#RDMa1=random(2)
->>calpuba

Q_RDMa1 *Complétée aléatoirement pour choix de version de la pub radio en français*
—

Q_sicalpuba si Q#RDMa1=1->Puba1 /*Version anglo 1*/
->>puba2 /*version anglo 2*/

Q_pubA1 Please listen to the following ad that has been broadcast over the past few
weeks on the radio.

 ((A <https://www.som-ex.com/pw14384/golf>))

 /*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : Golf ou BBQ*/

 2=*Continue

->>calstr

Q_pubA2 Please listen to the following ad that has been broadcast over the past few
weeks on the radio.

 ((A <https://www.som-ex.com/pw14384/bbq>))

 /*Message radio, faire entendre une des 2 exécutions : Golf ou BBQ*/

 2=*Continue

Q_sicalstr si strate=1,3->c10
->>c8

Q_C8 Had you heard this radio ad in the past few weeks?

 1=Yes, several times
 2=Yes, a few times
 3=No, never->c10
 8=I cannot hear the ad->c10
 9=*I prefer not to answer->c10

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

/*CODI: Coder jusqu'à 2 mentions*/

/*Répondants anglo seulement*/

Q_sicalc8a si langue=a->c8a
->>c10

Q_C8a In a few words, what is this ad trying to tell you?
*exclusif=(c8a,c8aau)
<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>

Q_C9 On a scale of 0 to 10, where 0 means you don't like it at all and 10 means
you like it enormously, how would you rate this radio ad?

*format lineaire
0=0 Don't like it at all ((/))0
1=1
2=2
3=3
4=4
5=5
6=6
7=7
8=8
9=9
10=10 Like it enormously ((/))10
99=*I prefer not to answer->C10

/*Pour ceux qui donnent une note de 5 ou moins*/

Q_sicalC10a si q#C9=0,1,2,3,4,5->c10a
->>C10b

Q_C10a What do you dislike about this radio ad?
*exclusif=(c10a,c10aau)
<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>

->>c10

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

/*Pour ceux qui donnent une note de 6 ou plus*/

Q_C10b What do you like about this radio ad?
*exclusif=(C10b,C10bau)
<< _____ *suf au
99=*I don't know/I prefer not to answer>>

/*Coder jusqu'à 3 mentions*/

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

Q_C10 In the last few months, have you noticed near roadwork zones or alongside Quebec's highways or other major roadways ((G **numeric display panels**)) with safety advice such as the following :

Click on the image to enlarge

((M c10-1.jpg, 350))

((M c10-2.jpg, 350))

((M c10-3.jpg, 350))

((M c10-4.jpg, 350))

1=Yes

2=No/I don't remember

Q_C11 Have you heard about ((G **OPERATION ORANGE**)), a day of increased police surveillance in Quebec roadwork zones this summer (held on July 9th)?

1=Yes

2=No

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

/*SECTION D: CAMPAIGN IMPACT AND APPRECIATION*/

/*Questions D2 to D8 are only for those who were exposed to the campaign (questions C1, C5a, C5b,C8 ou c10, c11)*/

q_sicald6
->>E2a

si (q#c1=1,2,3,4 ou q#c5a=1,2 ou q#c5b=1,2 ou q#c8=1,2 ou q#c10=1 ou q#c11=1)->D6

Q_D6

Here are a few statements about this advertising campaign. For each one, indicate if you totally agree, somewhat agree, somewhat disagree or totally disagree.

Personally, this advertising campaign has led me to ((G **be more careful and prudent**)) when driving through roadwork zones

*format matriciel

1=Totally agree
2=Somewhat agree
3=Somewhat disagree
4=Totally disagree
9=*No opinion/I prefer not to answer

Q_D2

Personally, this advertising campaign has led me to ((G **respect the posted speed limit**)) in roadwork zones.

*format matriciel

Q_D3

Personally, this advertising campaign has led me to ((G **follow the directions of flaggers**)) (workers directing traffic).

*format matriciel

Q_D8

In your opinion, is it very, fairly, not very or not at all important to have an advertising campaign reminding road users about safe driving behaviours to adopt in roadwork zones?

1=Very important
2=Fairly important
3=Not very important
4=Not at all important
9=*No opinion

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: comment not seen by the interviewer*

/*SECTION E: AWARENESS AND USE OF QUÉBEC 511*/

Q_E2a In the past few months, have you used the Québec 511 Info Transports service to find out about traffic hindrances resulting from roadwork?

Click all the services you have used

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*selectif=4

- 1=Yes, I have used the telephone service
- 2=Yes, I have used the Web service
- 3=Yes, I have used the smartphone application (for iPhone, iPad, Android or other)
- 4=No, I have not used the Québec 511 service

/*Sociodemographics

The following sociodemographic descriptors will be imported with the sample so that these questions won't need to be asked:

- Region (Québec City, Montréal, other)
- Age
- Gender
- Highest diploma obtained (education)
- Mother tongue
- Family income
- Household size

*/

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/**text**/**: comment not seen by the interviewer*/

Q_VALID This question is a test to ensure that it is a real person who is responding to this survey.

*format lineaire Simply choose the number "6" from among the following choices.

- 1=1
- 2=2
- 3=3
- 4=4
- 5=5
- 6=6
- 7=7
- 8=8
- 9=9
- 10=10
- 99=*I don't know

Q_FIN That concludes our survey. SOM and the ministère des Transports du Québec thank you for your participation and wish you good luck in the next drawing.

***informations

Projet=MTQCHANT14
Fichier=AMTQCHANT14
Reseau=serveur1:P14384WEB:
Siteext=clients3.som.ca
Pages=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:pw14384web:
MobilePages=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:mpw14384web:
Modeles=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:Modeles-panel-or:
Images=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:IMG:
/*Logodroite=LOGO-DESJARDINS.JPG
Logogauche=LOGOSOM_FR2011.GIF*/
Debut=a1
Effacer=Non
Email=pw14384web@web.som.ca
Espace=5,80
Noquestion=Non
Progression=Oui
TypeSondage=1 /*Mettre 2 si sondage sans mp*/
Motdepasse=mp /*Commenter si sondage type 2*/
Repmult=Non
Interrompre=oui
Duree=10
Precedent=Oui
Seuil=16
inputcle=oui
/*Autres=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:Modeles-client:WEB:style-client.css*/
/*MobileAutres=pmjphilippe:users:jplabrie:documents:P14384WEB:Modeles-client:WEBm:style-client.css*/
/*Demarrage=OUI*/
/*Sections=(U7,U8)*/

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; /*text*/: comment not seen by the interviewer*