



**MONTRÉAL**

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

**QUÉBEC**

3340, rue de La Pérade  
3<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1X 2L7  
T 418 687-8025

# POST-TEST DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE PORTANT SUR LE TRANSPORT DES MATIÈRES DANGEREUSES (TMD)

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DES TRANSPORTS, DE LA MOBILITÉ  
DURABLE ET DE L'ÉLECTRIFICATION DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

<b>03</b>	/CONTEXTE, OBJECTIFS DE L'ÉTUDE ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
<b>04</b>	/FAITS SAILLANTS
<b>06</b>	/PROFIL DES RÉPONDANTS
<b>09</b>	/RÉSULTATS
	➤ Fréquence de TMD d'usage courant dans un véhicule personnel
	➤ Connaissance des restrictions additionnelles relatives au TMD dans les tunnels et ponts-tunnels du Québec
	➤ Attention portée aux règles qui encadrent le TMD lors de l'achat
	➤ Notoriété des capsules vidéo
	➤ Compréhension du message véhiculé par les capsules vidéo
	➤ Impact du message véhiculé par les capsules vidéo
	➤ Notoriété de la publicité radio
	➤ Notoriété totale de la campagne d'information (vidéo et radio)
<b>18</b>	/CONCLUSIONS

## ANNEXES

- /1.** ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LES SEXES
- /2.** MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /3.** QUESTIONNAIRE
- /4.** TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS (SOUS PLI SÉPARÉ)

### CONTEXTE

L'incendie d'un véhicule récréatif dans le pont-tunnel Louis-Hippolyte-La Fontaine à Montréal, le 20 août 2015, a mis en lumière l'importance de mieux informer les usagers du réseau routier des règles entourant le transport des matières dangereuses (TMD). Cela était d'autant plus nécessaire que les communications à ce sujet avaient, jusqu'à maintenant, surtout ciblé l'industrie du transport routier des marchandises, alors que la grande majorité des véhicules récréatifs sont équipés de bouteilles de propane, par exemple. Un sondage précampagne auprès d'internautes adultes titulaires d'un permis de conduire valide au Québec a permis de mettre en lumière que ces derniers avaient un faible réflexe d'information quant au TMD.

### OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'étude vise à mesurer les habitudes de transport et l'intérêt des internautes québécois titulaires d'un permis de conduire valide à chercher de l'information sur le TMD d'usage courant, mais également à dresser un portrait du niveau de connaissances du TMD et de sonder la performance de la campagne de communication (notoriété, compréhension et impact).

### SONDAGE EN LIGNE



**POPULATION CIBLE** ➤ Internaute adultes titulaires d'un permis de conduire valide au Québec pouvant répondre à un questionnaire en français ou en anglais.



**ÉCHANTILLONNAGE** ➤ 1 000 internautes titulaires d'un permis de conduire valide au Québec. Au total, 1 012 répondants ont pris part à l'étude.



**COLLECTE** ➤ Sondage en ligne réalisé les 25 et 26 août 2016.  
Taux de réponse : 36,0 %.



**PONDÉRATION** ➤ Pondération pour s'assurer d'une bonne représentativité des internautes adultes du Québec titulaires d'un permis de conduire en fonction de l'âge, du sexe, de la région (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec), de la scolarité, des personnes qui vivent seules, de la langue maternelle et du statut (propriétaire/locataire).



**MARGE D'ERREUR** ➤ La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,8 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.



**DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES** ➤ Les différences significatives pertinentes entre certains sous-groupes, le cas échéant, sont présentées à l'aide de flèches qui indiquent le sens de la différence (supérieure ↑ ou inférieure ↓ à l'ensemble des autres sous-groupes).

# Faits saillants



### FRÉQUENCE DE TMD D'USAGE COURANT

- Très souvent ou souvent : **11 %**
- Rarement : **48 %**
- Jamais : **41 %**

### NOTORIÉTÉ DES RESTRICTIONS ADDITIONNELLES RELATIVES AU TMD DANS LES TUNNELS ET PONTS-TUNNELS DU QUÉBEC

- Connaît l'existence des restrictions additionnelles s'appliquant lors du TMD dans les tunnels et ponts-tunnels du Québec : **69 %**  
(augmentation statistiquement significative de 13 % par rapport à l'étude de mars 2016)

### ATTENTION PORTÉE AUX RÈGLES QUI ENCADRENT LE TMD AU MOMENT DE L'ACHAT DE CES MATIÈRES

- S'informe sur les règles qui encadrent le TMD et la façon de le faire en toute sécurité au moment de l'achat : **21 %**

### NOTORIÉTÉ DES CAPSULES VIDÉO

- Notoriété de la capsule « chat » : 3 %
- Notoriété de la capsule « cornet » : 4 %
- Notoriété totale des capsules vidéo « chat et cornet » : 4 %

### COMPRÉHENSION DU MESSAGE VIDÉO (PRINCIPALES MENTIONS)

- Transporter des matières dangereuses est risqué/dangereux : 31 %
- Faire attention (prudence) lorsqu'on transporte des matières dangereuses : 17 %
- Il faut s'informer des démarches à suivre (règles) : 8 %

### IMPACT DE LA CAPSULE VIDÉO...

- ... sur les intentions de se renseigner davantage sur le TMD : 53 %

### NOTORIÉTÉ DU MESSAGE RADIO : 8 %

### NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE (VIDÉO ET RADIO) : 9 %

# Profil des répondants



## PROFIL DES RÉPONDANTS

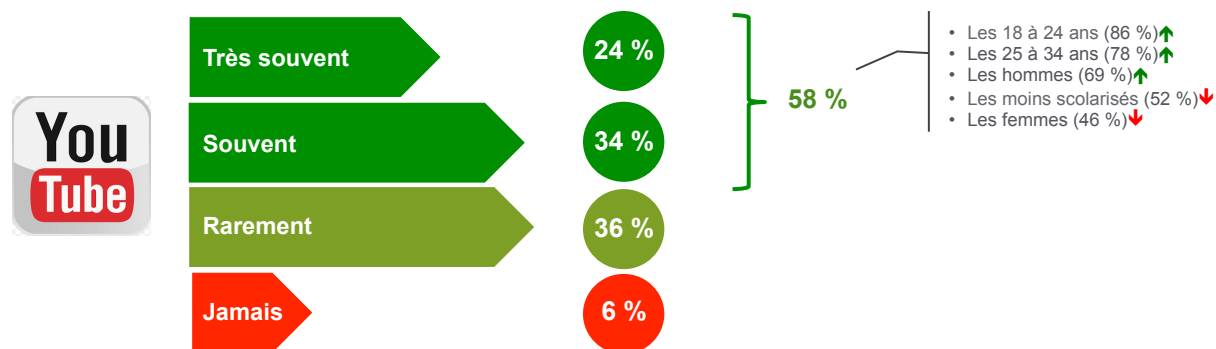


	%
<b>Strates (n : 1012)</b>	
RMR de Québec	11
RMR de Montréal	46
Ailleurs au Québec	43
<b>Sexe (n : 1012)</b>	
Homme	51
Femme	49
<b>Âge (n : 1012)</b>	
18-34 ans	30
35-44 ans	19
45-54 ans	22
55 ou plus	29
<b>Scolarité (n : 991)</b>	
Aucun/secondaire/DEP	46
Collégial	24
Universitaire	30
<b>Langue maternelle (n : 1012)</b>	
Français	79
Autre langue	21

	%
<b>Revenu familial (n : 861)</b>	
Moins de 15 000 \$	3
15 000 \$ à 24 999 \$	4
25 000 \$ à 34 999 \$	9
35 000 \$ à 54 999 \$	18
55 000 \$ à 74 999 \$	19
75 000 \$ à 99 999 \$	16
100 000 \$ ou plus	31
<b>Taille du ménage (n : 1000)</b>	
1 personne	12
2 personnes	35
3 personnes ou plus	53
<b>Statut (n : 1000)</b>	
Propriétaire de son logement	73
Locataire de son logement	26
<b>Propriétaire d'un véhicule récréatif (VR) (n : 1012)</b>	
Oui	11
Non plus maintenant, mais en a déjà eu un	9
Non (jamais eu)	80

## Fréquentation du site YouTube<sup>1</sup>

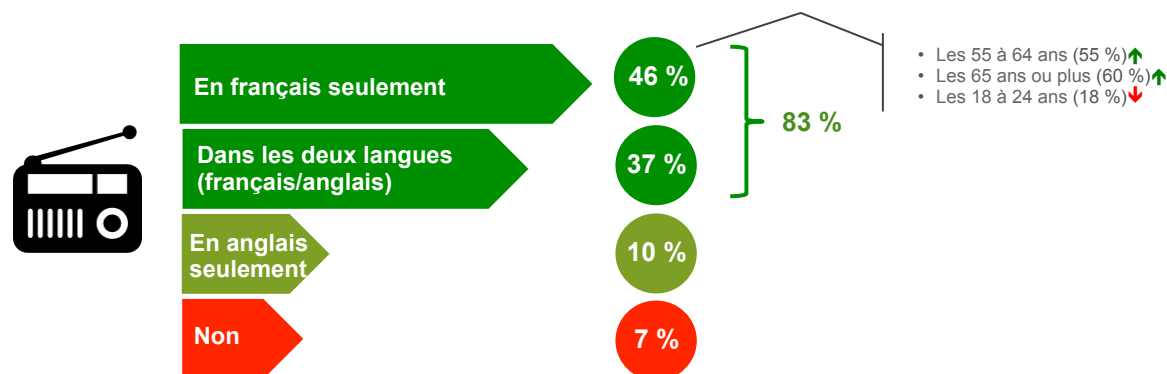
(n : 1011)



Près de trois répondants sur cinq (58 %) fréquentent YouTube sur une base régulière (très souvent ou souvent)...

## Habitudes d'écoute de la radio<sup>2</sup>

(n : 1011)



... et la très forte majorité (83 %) écoute la radio en français.

1. Q7 « Vous arrive-t-il de fréquenter le site YouTube? »  
 2. Q8. « Écoutez-vous la radio, ne serait-ce qu'à l'occasion? »



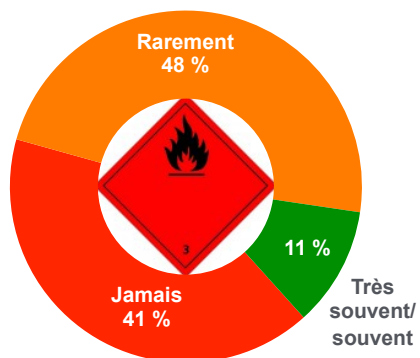
# Résultats



- Fréquence de TMD d'usage courant dans un véhicule personnel
- Connaissance des restrictions additionnelles relatives au TMD dans les tunnels et ponts-tunnels du Québec
- Attention portée aux règles qui encadrent le TMD lors de l'achat
- Notoriété des capsules vidéo
- Compréhension du message véhiculé par les capsules vidéo
- Impact du message véhiculé par les capsules vidéo
- Notoriété de la publicité radio
- Notoriété totale de la campagne d'information (vidéo et radio)

## Fréquence de transport des matières dangereuses d'usage courant dans un véhicule personnel<sup>1</sup>

(Ensemble des répondants, n : 1009, sans la non-réponse)



### La plupart des répondants s'exposent, ne serait-ce que rarement, aux risques inhérents au TMD dans leur véhicule personnel

Trois répondants sur cinq (59 %) affirment transporter, ne serait-ce que rarement, des matières dangereuses (MD) dans leur véhicule personnel. Un sur dix le fait sur une base régulière (très souvent ou souvent).

Les sous-groupes suivants le font **plus fréquemment** (très souvent ou souvent) :

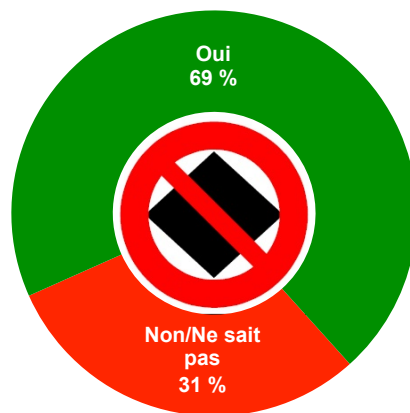
- Les détenteurs d'un VR (43 %)
- Les 35 à 44 ans (21 %)
- Ceux qui s'informent des règles encadrant le transport lors de l'achat de MD (19 %)
- Ceux qui résident ailleurs que dans les RMR de Mtl et Qc (16 %)
- Les 45 à 54 ans (16 %)
- Les hommes (15 %)

À titre d'information, cette proportion était de 7 % en mars 2016 (sans la mention de quelques exemples de MD dans le libellé de la question).

1. Q1. « Vous arrive-t-il très souvent, souvent, rarement ou jamais de transporter des matières dangereuses d'usage courant comme du propane, de l'essence ou du chlore dans votre véhicule de promenade, camion ou véhicule récréatif (VR)? »

## Connaissance des restrictions additionnelles relatives au TMD dans les tunnels et ponts-tunnels du Québec<sup>1</sup>

(Ensemble des répondants, n : 1012)



### Augmentation significative du niveau de connaissance relatif aux restrictions additionnelles

Depuis la première mesure (mars 2016), on observe une augmentation significative du niveau de connaissance des répondants à propos des restrictions additionnelles sur le TMD dans les tunnels et ponts-tunnels du Québec (69 % aujourd'hui contre 56 % en mars). L'installation de panneaux de signalisation et les publicités de la campagne actuelle, en l'occurrence celle diffusée à la radio, ont probablement contribué à faire progresser la situation.

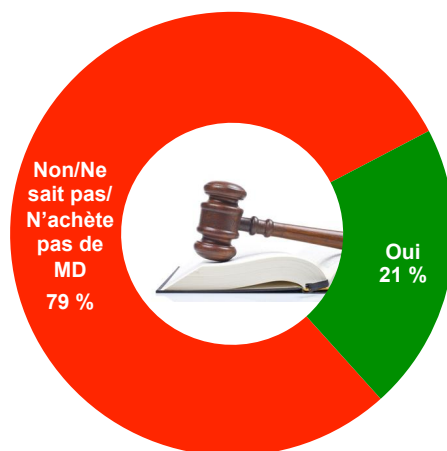
Le **niveau de connaissance est significativement plus élevé** parmi les sous-groupes suivants :

- Ceux qui ont remarqué la campagne d'information (88 %)
- Ceux qui s'informent sur les règles encadrant le transport lors de l'achat de MD (88 %)
- Les 65 ans ou plus (84 %)
- Ceux qui transportent régulièrement des MD dans leur véhicule (80 %)

1. Q2. « Saviez-vous qu'il existe des restrictions additionnelles qui s'appliquent lorsqu'on transporte des matières dangereuses dans l'un ou l'autre des cinq tunnels et ponts-tunnels du Québec? »

## Attention portée aux règles qui encadrent le TMD lors de l'achat de ces matières<sup>1</sup>

(Ensemble des répondants, n : 1009, sans la non-réponse)



### Relativement peu de répondants portent attention aux règles entourant le TMD au moment de l'achat de ces matières

Compte tenu de la dangerosité de ce type de produits, relativement peu des répondants portent attention aux règles de sécurité qui encadrent le TMD au moment de faire l'achat de ces matières.

Ceux qui portent le **plus d'attention** à ces règles sont significativement plus nombreux parmi les groupes suivants :

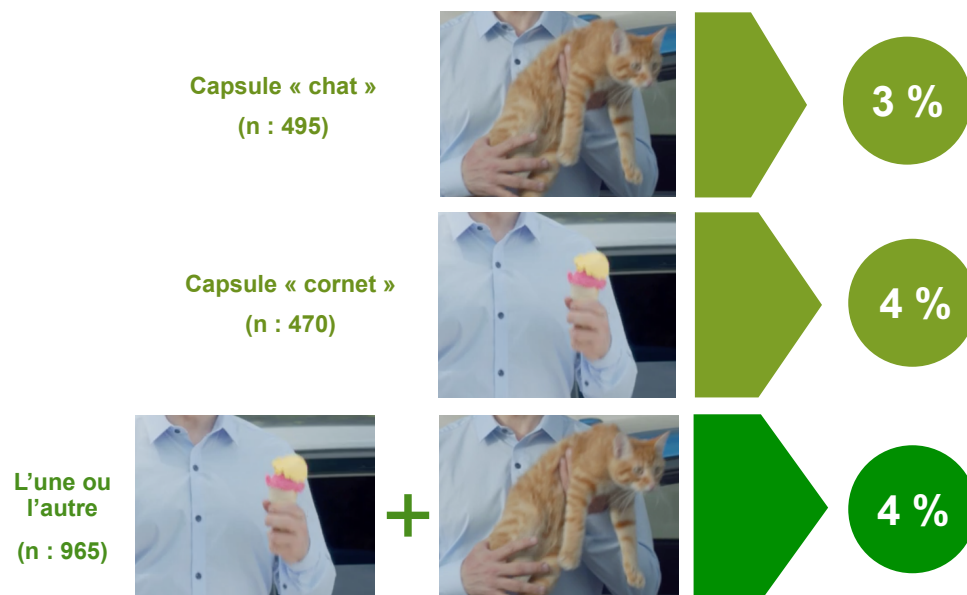
- Ceux qui détiennent un VR (38 %) ou en ont déjà eu un (37 %)
- **Ceux qui transportent des MD sur une base régulière (34 %)**
- Les 65 ans ou plus (31 %)
- Ceux qui connaissaient l'existence des restrictions additionnelles pour les ponts et ponts-tunnels (26 %)

Inversement, ceux qui y portent le **moins d'attention** sont surtout parmi les segments suivants :

- Ceux qui ne connaissaient pas l'existence des restrictions additionnelles pour les ponts et ponts-tunnels (92 %)
- Ceux qui n'ont pas de VR (84 %)
- Ceux qui transportent rarement ou jamais de MD (81 %)

1. Q3. « Quand vous achetez des matières dangereuses, par exemple du propane, vous informez-vous sur les règles qui encadrent leur transport et la façon de le faire en toute sécurité? »  
 2. Le choix « N'achète jamais de MD » parmi les choix de réponse offerts aux répondants à cette question n'était pas présent en mars 2016. Il est possible que cela ait pu influencer les résultats obtenus.

## Notoriété des capsules vidéo<sup>1</sup> (Présentation, en alternance, des 2 capsules)



Globalement, très peu de répondants disent avoir déjà vu l'une ou l'autre des capsules vidéo

Les sous-groupes suivants se distinguent significativement :

- Ceux qui s'informent sur les règles encadrant le transport lors de l'achat de MD (7 %) ↑
- Les hommes (5 %) ↑
- Les femmes (2 %) ↓

1. Q4. « Avant aujourd'hui, avez-vous vu cette capsule vidéo ou une autre capsule semblable? »

## Compréhension du message<sup>1</sup>

(Répondants ayant vu l'une ou l'autre des capsules, n : 973)

Compréhension du message	%
      	
Transporter des MD est risqué/dangereux	31
Il faut faire attention (prudence) lorsqu'on transporte des MD	17
Il faut s'informer des démarches à suivre (règles) avant de transporter ces matières	8
Il faut respecter les règles de sécurité qui concerne le TMD	4
Il faut s'abstenir de transporter des MD (propane, essence)	2
Autre	7
Je ne sais pas/Je préfère de pas répondre	31

### Le message est très bien compris

La plupart des répondants comprennent très bien la signification du message véhiculé par cette campagne de communication, particulièrement en ce qui concerne le caractère dangereux du transport de ces matières.

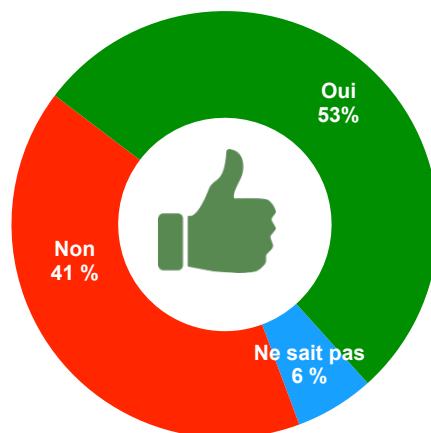
Fait à noter, 30 % des répondants ne se sont pas prononcés sur la question.

2 % des répondants se méprennent sur le message de la campagne.

1. Q5. « Quel message cherche-t-on à vous faire comprendre par cette capsule vidéo? »

## Impact de la capsule vidéo sur les intentions de se renseigner davantage sur le TMD<sup>1</sup>

(Répondants ayant vu l'une ou l'autre des capsules, n : 973)



### Des capsules vidéo qui font réfléchir

Les capsules vidéo portent sans doute à réflexion alors que plus de la moitié des répondants affirment qu'elles les incitent à se renseigner davantage sur le TMD.

**L'impact des capsules est significativement plus grand** auprès des sous-groupes suivants :

- Ceux qui ne connaissaient pas l'existence des restrictions additionnelles pour le TMD dans les ponts et ponts-tunnels (61 %)
- Ceux qui s'informent sur les règles encadrant le transport lors de l'achat de MD (61 %)
- Les femmes (60 %)

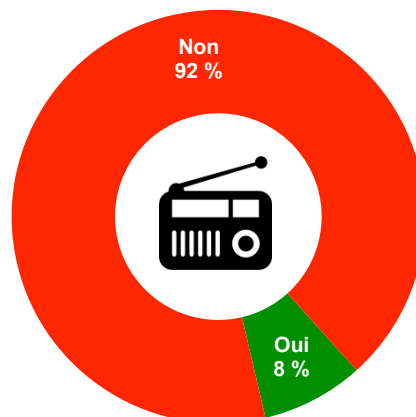
Inversement, **l'impact aura été moins significatif** auprès des sous-groupes suivants :

- Ceux qui connaissaient l'existence des restrictions additionnelles pour le TMD (49 %)
- Les hommes (46 %)

1. Q6. « Cette capsule vous incite-t-elle à vous renseigner davantage sur le transport des matières dangereuses? »

## Notoriété de la publicité radio<sup>1</sup>

(Répondants qui écoutent la radio dans les deux langues (français et anglais), n : 811)



**Un peu moins d'un répondant sur dix qui écoute la radio en français a entendu la publicité radio**

Cette notoriété est fortement corrélée par le fait d'avoir déjà remarqué l'un ou l'autre des éléments de la campagne actuelle, dont les capsules vidéo.

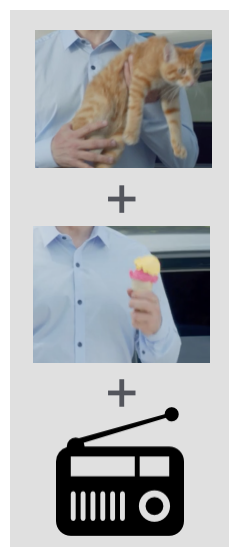
1. Q9 « Vous souvenez-vous d'avoir entendu cette publicité à la radio au cours des dernières semaines? »



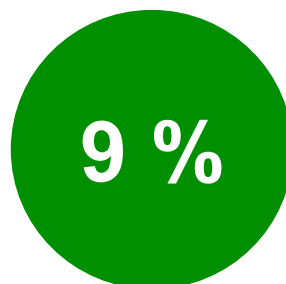
## NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE D'INFORMATION (VIDÉO ET RADIO)

### Notoriété totale de la campagne (vidéo et radio)<sup>1</sup>

(Ensemble des répondants, n : 1012)



=



Un peu moins d'un répondant sur dix affirme avoir remarqué l'une ou l'autre des publicités de la campagne (notoriété totale).

1. Notoriété totale de la campagne : Avait déjà vu capsule vidéo (Q4a ou 4b=oui) ou avait déjà entendu message radio (Q9=oui)

# Conclusions



## CONCLUSIONS – LES GRANDS CONSTATS



### **SUR LA FRÉQUENCE DE TRANSPORT DES MD**

- La fréquence à laquelle les MD sont transportées par les répondants n'a pas changé depuis la mesure de mars 2016. Aujourd'hui encore, trois répondants sur cinq (59 %) disent transporter, ne serait-ce que rarement, ce type de matières. C'est donc dire que l'exposition aux risques inhérents au TMD concerne une majorité de répondants ciblés.

### **CONCERNANT LA CONNAISSANCE DES RESTRICTIONS ADDITIONNELLES (TUNNELS ET PONTS-TUNNELS)**

- Le niveau de connaissance relatif aux restrictions additionnelles concernant le TMD dans les tunnels et ponts-tunnels du Québec s'est accru significativement passant de 56 % en mars 2016 à 69 % aujourd'hui.

### **SUR LA NOTORIÉTÉ, LA COMPRÉHENSION ET L'IMPACT DES CAPSULES VIDÉO**

- Très peu de répondants ont vu les capsules vidéo (4 % de notoriété totale). La compréhension du message qu'elles véhiculaient ne fait toutefois aucun doute puisque la plupart des répondants en retiennent les risques et dangers associés au TMD, mais également l'importance d'être prudent lorsqu'on transporte de telles substances.
- Quant à l'impact avoué des capsules vidéo, il est positif et intéressant. En effet, plus de la moitié des répondants (53 %) affirment que les capsules les incitent à se renseigner davantage sur le TMD.

### **SUR LA NOTORIÉTÉ DE LA PUBLICITÉ RADIO ET LA NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE D'INFORMATION (VIDÉO ET RADIO)**

- Enfin, la notoriété de la publicité radio est deux fois plus élevée que celle des capsules vidéo (8 % auprès des individus qui écoutent la radio en français ou dans les deux langues), permettant du coup à la campagne d'information (vidéo et radio) d'atteindre une notoriété globale de 9 %.

# Annexe 1

**ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LES SEXES**

## ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LES SEXES



	Total	Hommes	Femmes
PROFIL DES RÉPONDANTS	%	%	%
<b>Strates</b>			
• RMR de Québec	11	11	11
• RMR de Montréal	46	48	45
• Ailleurs au Québec	43	41	44
<b>Sexe</b>			
• Homme	51	100	--
• Femme	49	--	100
<b>Groupe d'âge</b>			
• 18 à 24 ans	11	10	12
• 25 à 34 ans	19	21	18
• 35 à 44 ans	19	20	19
• 45 à 54 ans	22	21	22
• 55 à 64 ans	18	17	18
• 65 ans ou plus	11	11	11
<b>Années de scolarité</b>			
• Aucun/secondaire/DEP	46	47	44
• Collégial	24	23	25
• Universitaire	30	30	31
<b>Langue maternelle</b>			
• Français	79	77	81
• Autre langue	21	23	19

## ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LES SEXES (SUITE)

	Total	Hommes	Femmes
PROFIL DES RÉPONDANTS (SUITE)	%	%	%
<b>Revenu familial brut annuel</b>			
• Moins de 15 000 \$	3	3	3
• 15 000 \$ à 24 999 \$	4	3	6
• 25 000 \$ à 34 999 \$	9	8	10
• 35 000 \$ à 54 999 \$	18	18	18
• 55 000 \$ à 74 999 \$	19	17	22
• 75 000 \$ à 99 999 \$	16	16	15
• 100 000 \$ ou plus	31	35	26
<b>Taille du ménage</b>			
• 1 personne	12	12	11
• 2 personnes	35	33	38
• 3 personnes ou plus	53	55	51
<b>Statut de propriété</b>			
• Propriétaire	73	73	74
• Locataire	27	27	26
<b>QVR. Détention d'un VR</b>			
• Oui	11	11	11
• Non plus maintenant, mais en a déjà eu un	9	10	8
• Non (jamais eu)	80	79	81
<b>Q7. Fréquentation du site YouTube?</b>			
• Très souvent/souvent	57	69↑	46↓
• Rarement ou jamais	43	31↓	54↑

## ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LES SEXES (SUITE)

	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS	%	%	%
<b>Q1. Vous arrive-t-il très souvent, souvent, rarement ou jamais de transporter des matières dangereuses d'usage courant comme du propane, de l'essence ou du chlore dans votre véhicule de promenade, camion ou véhicule récréatif (VR)?</b>			
• Très souvent	4	5	3
• Souvent	7	10↑	5↓
• Rarement	48	53↑	42↓
• Jamais	41	32↓	50↑
<b>Q2. Saviez-vous qu'il existe des restrictions additionnelles qui s'appliquent lorsqu'on transporte des matières dangereuses dans l'un ou l'autre des cinq tunnels et ponts-tunnels du Québec?</b>			
• Oui	69	77↑	62↓
• Non/Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	31	23↓	38↑
<b>Q3. Quand vous achetez des matières dangereuses, par exemple du propane, vous informez-vous sur les règles qui encadrent leur transport et la façon de le faire en toute sécurité?</b>			
• Oui	21	20	21
• Non/Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre/Je n'achète pas de MD	79	80	79
<b>Q4. Avant aujourd'hui, aviez-vous vu cette capsule vidéo ou une autre capsule semblable (base des répondants ayant pu visionner l'une ou l'autre des capsules présentées)?</b>			
• Oui	4	5↑	2↓
• Non/Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	96	95↓	98↑

## ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LES SEXES (SUITE)

	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
<b>Q5. Quel message cherche-t-on à vous faire comprendre par cette capsule vidéo? (principales mentions)</b>			
• Transporter des matières dangereuses est risqué/dangereux	31	32	31
• Il faut faire attention (être prudent) lorsqu'on transporte des MD/être sécuritaire	17	13	20
• Il faut s'informer des démarches à suivre (règles) avant de transporter ces matières	8	7	8
• Il faut respecter les règles de sécurité qui concernent le TMD	4	4	6
• Il faut s'abstenir de transporter des MD (propane, essence)	2	2	2
• Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	30	35	24
<b>Q6. Cette capsule vidéo vous incite-t-elle à vous renseigner davantage sur le transport des matières dangereuses?</b>			
• Oui	56	48↓	64↑
• Non/Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	44	52↑	36↓
<b>Q8. Écoutez-vous la radio, ne serait-ce qu'à l'occasion?</b>			
• Oui (en français seulement)	46	44	49
• Oui (en anglais seulement)	10	9	11
• Oui (en français et en anglais)	37	39	33
• Non	7	8	7
<b>Q9. Vous souvenez-vous d'avoir entendu cette publicité (radio) au cours des dernières semaines?</b>			
• Oui	8	10	7
• Non/Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	92	90	93
<b>QNOTO. Notoriété totale de la campagne d'information (vidéo et radio)</b>			
• A remarqué l'une ou l'autre des publicités (vidéo ou radio)	9	11	7
• Non/Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	91	89	93



# Annexe 2

## MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

**OBJECTIFS** 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 à 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 valide et pouvant répondre à un questionnaire 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**

Nous avons utilisé l'ensemble de tous nos panélistes pour la réalisation de cette étude.

Au total, 1 012 répondants ont pris part à l'étude. La répartition de ces derniers est la suivante :

	Ensemble	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
Nombre d'entrevues réalisées	1 012	203	504	305

**QUESTIONNAIRE** Le questionnaire d'enquête a été conçu conjointement par SOM et les responsables du projet au ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports du Québec. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 3. Les entrevues ont été réalisées en français et en anglais.

**COLLECTE** **Période de collecte**

Les 25 et 26 août 2016.

**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 : 25 août 2016.

**Résultats administratifs**

Les résultats administratifs détaillés sont présentés à la page suivante; le taux de réponse est de 36,0 %.

## RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
<b>RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB</b>		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	<b>2 909</b>	Désabonnement	3
Nombre d'entrevues visées	1 000	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	14
<b>INVITATIONS ENVOYÉES</b>		<b>UNITÉ JOINTE TOTALE (C)</b>	<b>1 497</b>
Invitations envoyées (A)	2 842	<b>UNITÉ NON JOINTE</b>	
Adresse de courriel sur la liste noire	1	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
<b>UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE</b>		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	1 012	Autres messages de retour non reconnus	1
Hors de la population visée	9	<b>Unité non jointe totale (D)</b>	<b>1</b>
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	<b>UNITÉ INEXISTANTE</b>	
Unité jointe répondante totale (B)	1 021	Courriel invalide (usager@)	5
<b>UNITÉ JOINTE TARDIVE</b>		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	345	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	65	Unité inexistante totale (E)	5
<b>UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE</b>		<b>TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))</b>	<b>52,8 %</b>
Abandon durant le questionnaire	49	<b>TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)</b>	<b>68,2 %</b>
Courriel automatique (absence du répondant)	0	<b>TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))</b>	<b>36,0 %</b>

## PONDÉRATION ET TRAITEMENT

Les données sont pondérées pour être représentatives de la population adulte internaute du Québec, en fonction de la région (RMR de Québec, RMR de Montréal et ailleurs au Québec), de l'âge, du sexe, des personnes qui vivent seules, de la langue maternelle (français seulement, autres), de la scolarité et du statut de propriétaire ou locataire du logement occupé. La pondération est faite sur l'ensemble des répondants et les non admissibles (non-titulaires d'un permis de conduire).

Une pondération multivariée à 10 itérations par la méthode itérative du quotient est réalisée pour assurer une représentation fidèle à toutes ces distributions.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.

Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les principales variables socioéconomiques des panélistes de SOM, de même que certaines autres variables utiles à l'analyse des résultats.

## MARGES D'ERREUR

Le tableau ci-contre présente les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. Il s'agit du ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur.

Dans le tableau ci-contre par exemple, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 661 ( $1\ 012 \div 1,530$ ).

### MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Ensemble	Régions		
		Québec RMR	Montréal RMR	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1012	203	504	305
EFFET DE PLAN	1,530	2 084	1,351	1,364
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	±0,8 %	±2,0 %	±1,0 %	±1,3 %
95 % ou 5 %	±1,7 %	±4,3 %	±2,2 %	±2,9 %
90 % ou 10 %	±2,3 %	±6,0 %	±3,0 %	±3,9 %
80 % ou 20 %	±3,0 %	±7,9 %	±4,1 %	±5,2 %
70 % ou 30 %	±3,5 %	±9,1 %	±4,6 %	±6,0 %
60 % ou 40 %	±3,7 %	±9,7 %	±5,0 %	±6,4 %
<b>50 % (MARGE MAXIMALE)</b>	<b>±3,8 %</b>	<b>±9,9 %</b>	<b>±5,1 %</b>	<b>±6,6 %</b>

#### À noter :

- La marge d'erreur est plus grande lorsque les résultats concernent un sous-groupe de l'échantillon.
- La marge d'erreur varie selon la proportion estimée : elle est plus grande lorsque le résultat est de 50 % et plus petite à mesure que le résultat s'éloigne de 50 %.

# Annexe 3

QUESTIONNAIRE

## QUESTIONNAIRE FRANÇAIS



Q\_Bi Bienvenue dans ce questionnaire qui porte sur le transport des matières dangereuses (TMD).  
->>calS1

Q\_MP \*Mot de passe\* \_\_\_\_\_

/Q\_SE20 Êtes-vous présentement titulaire d'un permis de conduire valide au Québec (incluant apprenti et probatoire)?

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

Q\_VR Détenez-vous ((**G actuellement un véhicule récréatif (VR[/]&#41;[/])**) comme une autocaravane ou un motorisé, une caravane (roulotte ou tente-roulotte), une caravane portée, une caravane à sellette (fifth wheel) ou tout autre VR du genre?

- 1=Oui
- 2=Non plus maintenant, mais j'en ai déjà eu un
- 3=Non (jamais eu)
- 9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q\_MTQ1 Vous arrive-t-il très souvent, souvent, rarement ou jamais de ((**G transporter des matières dangereuses d'usage courant**)) comme du propane, de l'essence ou du chlore dans votre véhicule de promenade, camion ou véhicule récréatif (VR)?

- 1=Très souvent
- 2=Souvent
- 3=Rarement
- 4=Jamais
- 99=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q\_MTQ2 Saviez-vous qu'il ((**G existe des restrictions additionnelles**)) qui s'appliquent lorsqu'on transporte des matières dangereuses dans l'un ou l'autre des cinq ((**G tunnels et ponts-tunnels**)) du Québec?

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

## QUESTIONNAIRE FRANÇAIS



Q\_MTQ3 Quand vous achetez des matières dangereuses, par exemple du propane, vous informez-vous sur les ((G règles qui encadrent leur transport)) et la façon de le faire en toute sécurité?

- 1=Oui
- 2=Non
- 8=Je n'achète jamais de matières dangereuses
- 9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

### /\*CAPSULES « CHAT » ET « CORNET » EN ALTERNANCE\*/

Q\_incalRDM Q#RDM=random(2)

->>calMT4

Q\_RDMChoix de la publicité \_

Q\_sicalMT4 si Q#RDM=1->MTQ4a

->>MTQ4b

### /\*CHAT\*/

Q\_MTQ4a Avant aujourd'hui, aviez-vous vu cette capsule vidéo ou une autre capsule semblable?

[/]<div style="position:relative;height:0;padding-bottom:56.25%"><iframe class='sproutvideo-player' src='//videos.sproutvideo.com/embed/709bdfb51415e2c2f8/fd4c9800df7fd067?type=hd&playerColor=2f3437' style='position:absolute;width:100%;height:100%;left:0;top:0' frameborder='0' allowfullscreen></iframe></div>[/]

- 1=Oui
- 2=Non
- 3=Je n'ai pas réussi à voir la publicité->MTQ7
- 9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

->>MTQ5a

Q\_MTQ4b Avant aujourd'hui, aviez-vous vu cette capsule vidéo ou une autre capsule semblable?

[/]<div style="position:relative;height:0;padding-bottom:56.25%"><iframe class='sproutvideo-player' src='//videos.sproutvideo.com/embed/a49bdfb51415e2c32c/c89ccceffb3e7be7?type=hd&playerColor=2f3437' style='position:absolute;width:100%;height:100%;left:0;top:0' frameborder='0' allowfullscreen></iframe></div>[/]

- 1=Oui
- 2=Non
- 3=Je n'ai pas réussi à voir la publicité->MTQ7
- 9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

## QUESTIONNAIRE FRANÇAIS



**/\*Codi Coder jusqu'à 3 mentions.\*/**

Q\_MTQ5a Quel message cherche-t-on à vous faire comprendre par cette capsule vidéo?  
\*exclusif=(MTQ5a,MTQ5ansp)

<< \_\_\_\_\_  
99=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre\*suf nsp>>

Q\_MTQ6 Cette capsule vidéo vous incite-t-elle à vous renseigner davantage sur le transport des matières dangereuses?

1=Oui  
2=Non  
9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q\_MTQ7 Vous arrive-t-il... de fréquenter le site YouTube?

1=Très souvent  
2=Souvent  
3=Rarement  
4=Jamais  
9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q\_MTQ8 Écoutez-vous la radio, ne serait-ce qu'à l'occasion? \*Attention, un seul choix, il s'agit des stations de radio québécoises.\*

1=Oui, je l'écoute en français seulement  
2=Oui, je l'écoute en anglais seulement->VALID  
3=Oui, je l'écoute dans les deux langues (français et anglais)  
4=Non->VALID  
9=Je préfère ne pas répondre->VALID



## QUESTIONNAIRE FRANÇAIS



**/\*NOTE Si le répondant écoute la radio en français (MTQ8=1,3), faire entendre la capsule suivante\*/**

Q\_sicalMTQ9 si q#MTQ8=1,3->MTQ9  
->>VALID

Q\_MTQ9 Veuillez prendre un moment pour écouter le message publicitaire suivant.

((A <https://www.som-ex.com/pw16552/radio>))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu cette publicité à la radio au cours des dernières semaines?

1=Oui

2=Non

3=Je n'ai pas réussi à entendre le fichier son/la publicité

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

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

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

\*format linéaire

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

**/\*IMPORTER LES DESCRIPTEURS SOCIODÉMOGRAPHIQUES SUIVANTS :**

La strate (Québec, Montréal et ailleurs au Québec), le sexe, le niveau de scolarité, la langue maternelle, l'âge, le revenu familial, la taille du ménage et le statut (propriétaire/locataire).\*/

## QUESTIONNAIRE ANGLAIS



- /Q\_Bi  
->>SE20  
Q\_MP
- Welcome to this questionnaire which deals with the transportation of dangerous substances.  
Mot de passe \_\_\_\_\_
- Q\_SE20
- Do you currently hold a diver's licence valid in Quebec (including learner's licence and probationary licence)?
- 1=Yes  
2=No->out  
9=\*I prefer not to answer->out
- Q\_VR
- Do you currently own a **((G recreational vehicle (RV)))** such as a motor home, a travel trailer, a fifth-wheel trailer, a tent trailer, a truck camper or any such RV?
- 1=Yes  
2=No, not anymore, but I did in the past  
3=No (never owned one)  
9=\*I don't know/I prefer not to answer
- Q\_MTQ1
- Do you very often, often, rarely or never **((G transport commonly used dangerous substances))** such as propane, gasoline or chlorine in your passenger vehicle, truck or RV?
- 1=Very often  
2=Often  
3=Rarely  
4=Never  
99=\*I don't know/I prefer not to answer
- Q\_MTQ2
- Did you know that there are **((G additional restrictions))** that apply when transporting dangerous substances across any of the five **((G tunnels and bridge-tunnels))** in Quebec?
- 1=Yes  
2=No  
9=\*I prefer not to answer

## QUESTIONNAIRE ANGLAIS



Q\_MTQ3 When you buy dangerous substances, propane for example, do you seek information about the ((G rules that govern their transportation)) and how to transport them safely?

1=Yes  
2=No  
9=\*I don't know/I prefer not to answer

Q\_MTQ4 Before today, had you seen this video clip or another similar clip?

(( CAPSULES « CHAT » ET « CORNET » EN ALTERNANCE ))

1=Yes  
2=No  
9=\*I don't know/I prefer not to answer

**/\*Codi Coder jusqu'à 3 mentions.\*!**

Q\_MTQ5a What message is this video clip attempting to convey?

\*exclusif=MTQ6a,MTQ6ansp  
<< \_\_\_\_\_  
99=\*I don't know/I prefer not to answer\*suf nsp>>

->>MTQ6

Q\_MTQ6 Does this video clip make you want to seek more information about the transportation of dangerous substances?

1=Yes  
2=No  
9=\*I don't know/I prefer not to answer

Q\_MTQ7 How often do you visit the YouTube website?

1=Very often  
2=Often  
3=Rarely  
4=Never  
9=\*I don't know/I prefer not to answer

## QUESTIONNAIRE ANGLAIS



Q\_MTQ8 Do you listen to the radio, even if only occasionally? \*Beware, one answer only; we are referring to Quebec radio stations.\*

- 1=Yes, in French only
- 2=Yes, in English only->VALID
- 3=Yes, in both languages (English and French)
- 4=No->VALID
- 9=\*I prefer not to answer->VALID

**/\*NOTE Si le répondant écoute la radio en français (MTQ8=1,3), faire entendre la capsule suivante\*/**

Q\_sicalMTQ9 si q#MTQ8=1,3->MTQ9  
->>VALID

Q\_MTQ9 Please take a moment to listen to the following ad.

(( Message radio – 30 secondes))

Do you remember hearing this ad on the radio in recent weeks?

- 1=Yes
- 2=No
- 3=\*I was unable to hear the sound file/the ad
- 9=\*I don't know/I prefer not to answer

## QUESTIONNAIRE ANGLAIS



Q\_VALID This question is a test to ensure that this survey is being completed by a real person.

Simply choose the number "6" among the following choices.

\*format linéaire

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

**/\*IMPORTER LES DESCRIPTEURS SOCIODÉMOGRAPHIQUES SUIVANTS :**

La strate (Québec, Montréal et ailleurs au Québec), le sexe, le niveau de scolarité, la langue maternelle, l'âge, le revenu familial, la taille du ménage et le statut (propriétaire / locataire).\*/