



MONTRÉAL

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

QUÉBEC

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

SONDAGE POST-CAMPAGNE PUBLICITAIRE

CAMPAGNE DE PROMOTION 2021 DES VILLAGES-RELAIS DU QUÉBEC

RAPPORT PRÉLIMINAIRE

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

- 03** /RAPPEL DU CONTEXTE, OBJECTIFS DE L'ÉTUDE ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
- 04** /FAITS SAILLANTS
- 06** /PROFIL DES RÉPONDANTS
- 08** /CHAPITRE 1 : NOTORIÉTÉ ET CONNAISSANCE DES VILLAGES-RELAIS
 - Notoriété des villages-relais
 - Signification de l'appellation « village-relais »
 - Connaissance des services offerts dans les villages-relais
 - Connaissance des standards permettant au Ministère de reconnaître un village-relais
 - Connaissance des caractéristiques spécifiques aux village-relais
 - Notoriété des panneaux routiers des villages-relais
 - Arrêt dans un village-relais
- 17** /CHAPITRE 2 : ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DU MINISTÈRE
 - Bruit publicitaire entourant les villages-relais
 - Vecteurs de diffusion remarquables du bruit publicitaire
 - Notoriété assistée des bandeaux publicitaires sur le web
 - Notoriété assistée du volet radio
 - Notoriété assistée du balado
 - Notoriété assistée du volet *Salut, Bonjour!*
 - Notoriété assistée du volet *Bonsoir, bonsoir!*
 - Notoriété assistée du volet *Rendez-vous en région*
 - Notoriété assistée du volet La Presse+
 - Notoriété totale de la campagne
 - Appréciation de la campagne
 - Motifs pour ne pas apprécier la campagne
 - Impact avoué de la campagne
 - Moyens de communication à privilégier pour transmettre de l'information sur les villages-relais
 - Période de planification des vacances et outils de planification utilisés

33 /CONCLUSIONS

ANNEXES

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

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



RAPPEL DU CONTEXTE

Le ministère des Transports du Québec (MTQ) consacre des efforts soutenus afin d'améliorer le bilan routier au Québec, notamment par la mise en place de mesures pour contrer les dangers liés à la fatigue au volant. C'est dans ce contexte qu'a commencé, en 2006, l'implantation du réseau des villages-relais, en partenariat avec plusieurs municipalités du Québec et en collaboration avec la Fédération des Villages-relais du Québec (FVRQ). Aujourd'hui, on retrouve plus de 40 villages-relais situés partout au Québec, le long des routes principales nationales ou des routes touristiques.

Le ministère des Transports du Québec (MTQ) fait, depuis 2011, la promotion de ces lieux afin de les faire connaître aux usagers de la route, mais aussi pour encourager ces derniers à s'y arrêter, spontanément ou de façon planifiée, pour découvrir les attraits et les services qui y sont offerts.

Le plan média à la base de la campagne faisant l'objet de la présente mesure est, en partie, différent de celui de la précédente campagne (mesure de décembre 2020), entre autres en ce qui a trait aux intégrations télévisuelles, au volet radio et au volet web.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'étude vise à évaluer la notoriété, la compréhension et l'impact de la campagne de promotion actuelle des villages-relais et à comparer les résultats obtenus (lorsque possible) avec ceux de la dernière campagne (mesure de décembre 2020).

SONDAGE EN LIGNE



POPULATION CIBLE ➤ Les internautes québécois âgés de 18 ans ou plus ayant effectué, à titre de conducteur ou de passager, au moins un voyage en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), en moto ou en camion sur les routes du Québec au cours de l'été 2021.



ÉCHANTILLONNAGE ➤ Un total de 1 071 répondants répartis selon les 17 régions administratives du Québec ont pris part à l'étude.



COLLECTE ET TAUX DE RÉPONSE ➤ Sondage en ligne réalisé du 8 au 15 décembre 2021.
✓ Taux de réponse du panel de SOM : 34,9 % et 1,3 % respectivement auprès de nos panélistes actifs et inactifs.
✓ Taux de réponse du panel externe : 9,2 %.



PONDÉRATION ➤ Pondération pour s'assurer d'une bonne représentativité des répondants en fonction de la région (regroupées et pour les 17 régions administratives couvrant le territoire du Québec), de l'âge, du sexe, du fait de vivre seul ou non, de la langue maternelle, de la scolarité et du statut de propriétaire ou de locataire du logement habité.



MARGE D'ERREUR ➤ La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants admissibles est de 3,7 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.



INTERPRÉTATION ET ANALYSE DES RÉSULTATS ➤ Les différences statistiquement significatives (à la hausse ou à la baisse) observées par rapport à la mesure précédente (décembre 2020) sont indiquées par les flèches (↑↓) et celles entre les sous-groupes de répondants sont illustrées à l'aide des signes (+) et (-) pour signifier des écarts supérieurs ou inférieurs. Seules les différences pertinentes dont le niveau de confiance est d'au moins 95 % sont présentées, le cas échéant.

A network diagram background consisting of a complex web of thin, light blue lines connecting various nodes. The nodes are represented by small circles in shades of teal, light blue, and grey. Some nodes are larger and more prominent than others, and the overall structure is dense and interconnected.

Faits saillants

FAITS SAILLANTS



NOTORIÉTÉ DES VILLAGES-RELAIS

Base : tous, n : 1 071

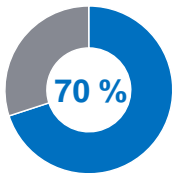
56 %
ont déjà entendu parler des villages-relais



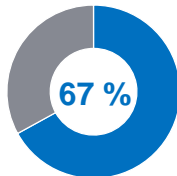
59 %
ont déjà remarqué un panneau routier informant de la présence d'un village-relais (notoriété assistée)

NIVEAU DE CONNAISSANCE DES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES AUX VILLAGES-RELAIS

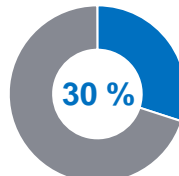
Base : ceux qui ont déjà entendu parler des villages-relais, n : 660



connaissent au moins une caractéristique spécifique aux villages-relais



savent que les villages-relais sont majoritairement situés sur des routes nationales et touristiques reconnues



savent que les villages-relais sont majoritairement situés à intervalles moyens de 80 kilomètres

FRÉQUENTATION DES VILLAGES-RELAIS

Base : ceux qui ont déjà entendu parler des villages-relais, n : 660



2 sur 3
affirment s'y être déjà arrêtés, parmi les répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais

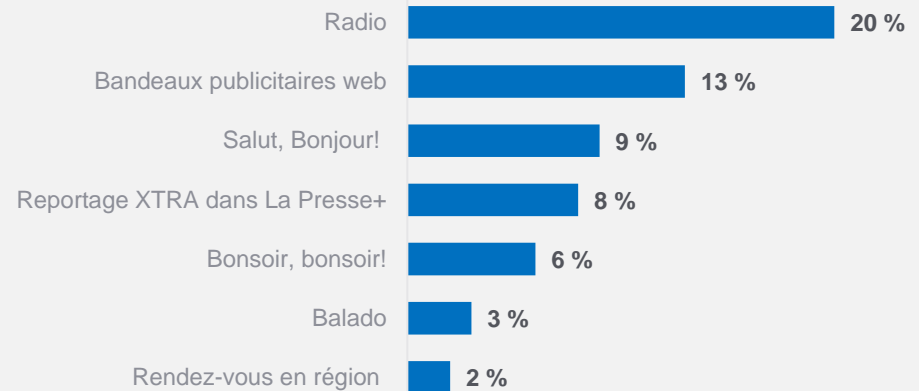
NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE

Base : tous, n : 1 071



32 %
ont vu ou entendu au moins un élément de la campagne publicitaire avant le sondage

Proportion de répondants qui ont vu, lu ou entendu chacun des volets de la campagne (notoriété assistée)



Notes moyennes sur 10 d'appréciation de la campagne



7,0
pour le visuel



7,3
pour le contenu

IMPACT AVOUÉ DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Base : ceux qui ont été exposés à la campagne, excluant la non-réponse, n : 335

66 %

des répondants ayant été exposés à la campagne avant le sondage sont d'avis que celle-ci les a incités à s'arrêter dans un village-relais

A network diagram with various nodes and connecting lines, rendered in shades of teal and light blue, positioned in the upper right corner of the slide.

Profil des répondants

PROFIL DES RÉPONDANTS



Ensemble
%

RÉGION	n : 1 071
RMR de Québec	11
RMR de Montréal	48
Ailleurs au Québec	41
GENRE	n : 1 071
Homme	51
Femme	49
ÂGE	n : 1 071
18 à 34 ans	30
35 à 44 ans	19
45 à 54 ans	19
55 ans ou plus	32
REVENU FAMILIAL BRUT ANNUEL (sans la non-réponse)	n : 987
Moins de 35 000 \$	15
De 35 000 \$ à 54 999 \$	14
De 55 000 \$ à 74 999 \$	14
De 75 000 \$ à 99 999 \$	21
100 000 \$ ou plus	36
NIVEAU DE SCOLARITÉ (sans la non-réponse)	n : 1 057
Aucune/secondaire/DEP	45
Collégiale	22
Universitaire	33

Ensemble
%

TAILLE DU MÉNAGE	n : 1 071
1 personne	11
2 personnes	42
3 personnes	17
4 personnes	20
5 personnes ou plus	10
STATUT DE RÉSIDENCE (sans la non-réponse)	n : 1 061
Propriétaire de son logement	70
Locataire de son logement	30
LANGUE MATERNELLE (plusieurs réponses possibles)	n : 1 071
Français	87
Anglais	13
Autre	11
OCCUPATION (sans la non-réponse)	n : 1 063
Travaille à temps plein	55
Travaille à temps partiel	6
Retraité(e)	20
Étudiant(e)	10
Sans emploi	3
Au foyer	3
Autre	3

Ensemble
%

NOMBRE DE VOYAGES EFFECTUÉS SUR LES ROUTES DU QUÉBEC DANS LA DERNIÈRE ANNÉE (sans la non-réponse)	n : 1 056
1 à 4 voyages	39
5 à 20 voyages	26
Plus de 20 voyages	35
DÉTIENT UN PERMIS DE CONDUIRE VALIDE AU QUÉBEC	n : 1 071
Oui	95
Non	5
POSSÈDE UN VÉHICULE RÉCRÉATIF (VR)	n : 1 071
Oui	22
Non	78
HABITE DANS UN VILLAGE- RELAIS (sans la non-réponse)	n : 1 060
Oui	5
Non	95

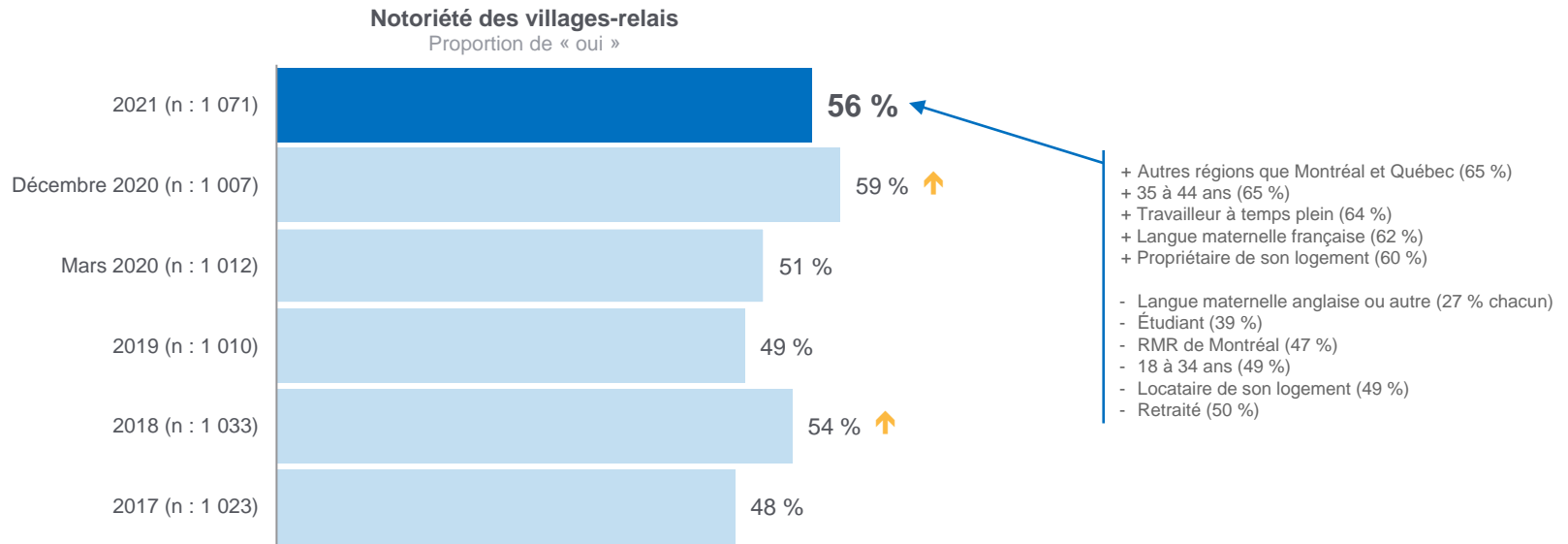
Chapitre 1

NOTORIÉTÉ ET CONNAISSANCE DES VILLAGES-RELAIS

- Notoriété des villages-relais
- Signification de l'appellation « village-relais »
- Connaissance des services offerts dans les villages-relais
- Connaissance des standards permettant au Ministère de reconnaître un village-relais
- Connaissance des caractéristiques spécifiques aux villages-relais
- Notoriété des panneaux routiers des villages-relais
- Arrêt dans un village-relais

QC1. Avez-vous déjà entendu parler des villages-relais?

Base : ensemble des répondants



Un peu plus d'un répondant sur deux a déjà entendu parler des villages-relais

Bien que la notoriété des villages-relais en 2021 affiche un léger recul (-3 pts de pourcentage), celui-ci n'est pas statistiquement significatif et ce résultat demeure l'un des plus hauts enregistrés à ce jour. Il va sans dire que la pandémie mondiale de COVID-19 et ses mesures limitant les déplacements hors Québec ont stimulé le tourisme intraprovincial et, par le fait même, favorisé la notoriété des villages-relais.

SIGNIFICATION DE L'APPELLATION « VILLAGE-RELAIS »



QC1a. Que signifie l'appellation « village-relais » pour vous?

Base : répondants ayant entendu parler des villages-relais
Trois mentions possibles, le total excède 100 %

	2021 n : 660 %	Décembre 2020 n : 641 %
Un lieu où on peut manger (restaurants, etc.)	36	35
Un lieu qui offre des services	31	35
Un lieu où on peut s'arrêter (une halte, etc.)	26	32
Un lieu où on a accès à un dépanneur ou une station-service (essence, etc.)	25	25
Un lieu avec de l'hébergement (hôtel, on peut se coucher, etc.)	20	18
C'est un endroit intéressant (à visiter, etc.)	17 ↑	11
Un village situé entre deux grandes villes (un relais, un lien, etc.)	5	5
Un endroit facile d'accès pour les voyageurs routiers	4	2
Un village éloigné des grands centres (en région, sur une route secondaire, etc.)	3	1
Un lieu qui offre des services accessibles en tout temps (24 heures sur 24)	3	37
Un endroit où faire des activités (parcs, touristiques, etc.)	2 ↓	8
Un endroit où on est bien accueilli (un lieu d'accueil pour les voyageurs)	2	1
Un lieu où on peut obtenir des renseignements touristiques	2	1
Un endroit où se procurer des produits locaux (artisanat, produits du terroir, etc.)	2	1
Un endroit sécuritaire (où s'arrêter en toute sécurité, etc.)	1	2
Un endroit offrant le service de vidange des eaux usées pour les VR	1	1
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	9	8

Un lieu où trouver des services et pour s'arrêter

Les villages-relais sont principalement perçus par ceux qui les connaissent comme un lieu permettant d'accéder à divers services (restauration, dépanneur, essence, hébergement, etc.) ou de faire un arrêt. Certains relèvent que c'est un endroit intéressant, qualificatif cité de façon plus marquée lors de cette mesure que lors de la précédente (17 % en 2021 contre 11 % en décembre 2020).

Bien que les autres mentions soient marginales (5 % ou moins), on constate une baisse significative de celle en lien avec les activités à y faire (2 % par rapport à 8 % en décembre 2020).

QC2. Selon vous, quels sont les principaux services que l'on trouve dans un village-relais?

Base : répondants ayant entendu parler des villages-relais
Cinq mentions possibles, le total excède 100 %

Principales mentions (2 % ou plus)	2021 n : 660 %	Décembre 2020 n : 641 %
Restauration	75	74
Station-service (essence)	52	54
Auberges	25	23
Hôtels/motels	22	23 ↓
Installations sanitaires (toilettes, eau)	22	22 ↑
Épiceries	8	11
Attraits touristiques	8	10
Kiosques d'information	7 ↓	12
Magasins (sans précision)	7	8
Aires de repos	6	8
Divertissements (sans précision)	4	3
Pharmacie	3	1
Garage	3	3
Artisanat	3	2
Parcs	3	2
Stationnements	2	2
Aires de pique-nique	2	4
Borne de recharge électrique (cellulaire, auto électrique, etc.)	2	1
Autre	10	14
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	10	9

Restauration, commodités et hébergement sont surtout ce qu'on retrouve dans les villages-relais

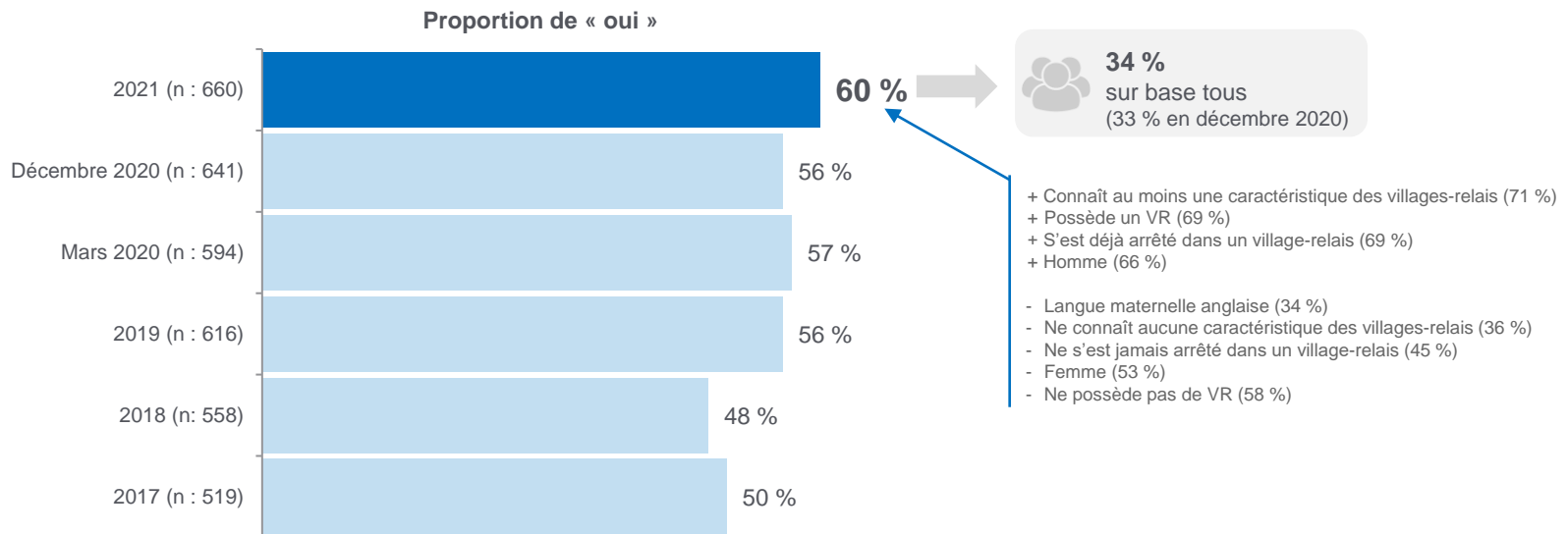
Tout comme lors de la précédente mesure, ce sont la restauration et la distribution d'essence que l'on retrouve au palmarès des services offerts dans les villages-relais et qui sont mentionnées par une majorité de répondants ayant déjà entendu parler de ces endroits. Par la suite, on retrouve principalement, mais dans une moindre mesure, l'hébergement et les installations sanitaires.

Par ailleurs, dans la présente mesure, une proportion inférieure des répondants concernés ont évoqué les kiosques d'information (7 % comparativement à 12 % en décembre 2020) en tant que service que l'on retrouve dans les villages-relais. Enfin, tous les autres services sont mentionnés par une minorité de répondants (8 % ou moins).

CONNAISSANCE DES STANDARDS PERMETTANT AU MINISTÈRE DE RECONNAÎTRE UN VILLAGE-RELAIS

QC3. Saviez-vous que pour être reconnue comme village-relais par le ministère des Transports du Québec, une municipalité doit répondre à des standards de qualité et offrir une gamme de services aux voyageurs (exemple : restauration, distribution d'essence, dépannage automobile, hébergement et information touristique), le tout dans un cadre agréable?*

Base : répondants ayant entendu parler des villages-relais



La présence de standards à respecter pour être reconnue en tant que village-relais est connue par une majorité des répondants concernés

La majorité des répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais est consciente qu'une municipalité doit répondre à des standards de qualité et offrir une gamme de services afin d'être reconnue en tant que village-relais (60 %), un résultat similaire à celui de la mesure précédente d'un point de vue statistique (56 % en décembre 2020).

Bien que le niveau de connaissance de la présence de standards de qualité à respecter soit stable depuis 2019, on note tout de même une progression de l'ordre de dix points de pourcentage en quatre ans (60 % en 2021 par rapport à 50 % en 2017).

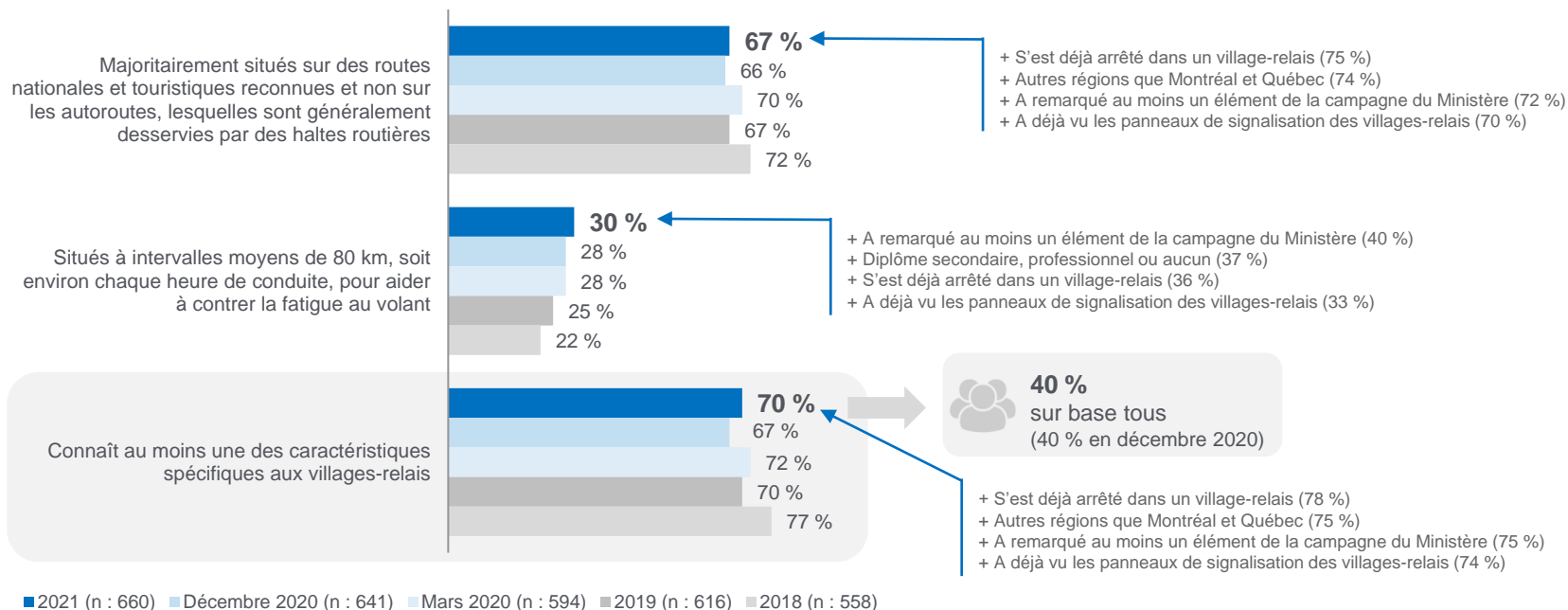
* La question des études de 2018 et de 2017 était légèrement différente et se lisait comme suit « Saviez-vous que pour être reconnue comme village-relais par le ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports, il faut qu'une municipalité réponde à des standards de qualité et offre une gamme de services aux voyageurs? »

CONNAISSANCE DES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES AUX VILLAGES-RELAIS

QC4a et QC4b. Saviez-vous également que les villages-relais sont...?

Base : répondants ayant entendu parler des villages-relais

Proportion de « oui »



Un niveau stable de connaissance des caractéristiques spécifiques aux villages-relais

Globalement, sept répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais sur dix (70 %) connaissent au moins l'une des caractéristiques spécifiques à ces endroits. Plus précisément, les deux tiers savent que ces municipalités sont généralement situées sur des routes nationales et touristiques reconnues (67 %) et près du tiers sait qu'elles sont situées à des intervalles moyens de 80 km (30 %), des résultats très près de ceux de la précédente mesure (respectivement 66 % et 28 % en décembre 2020). Notons que ceux qui ont déjà remarqué les panneaux routiers informant de la présence d'un village-relais, ceux qui s'y sont déjà arrêtés ainsi que ceux qui ont vu un élément de la campagne du Ministère sont plus nombreux, en proportion, à connaître chacune de ces caractéristiques.

Par ailleurs, bien que l'on observe une légère hausse (+3 pts de pourcentage), quoique non significative, de la proportion de répondants au fait d'au moins l'une des caractéristiques spécifiques aux villages-relais, on est encore loin du résultat obtenu en 2018 (77 %).

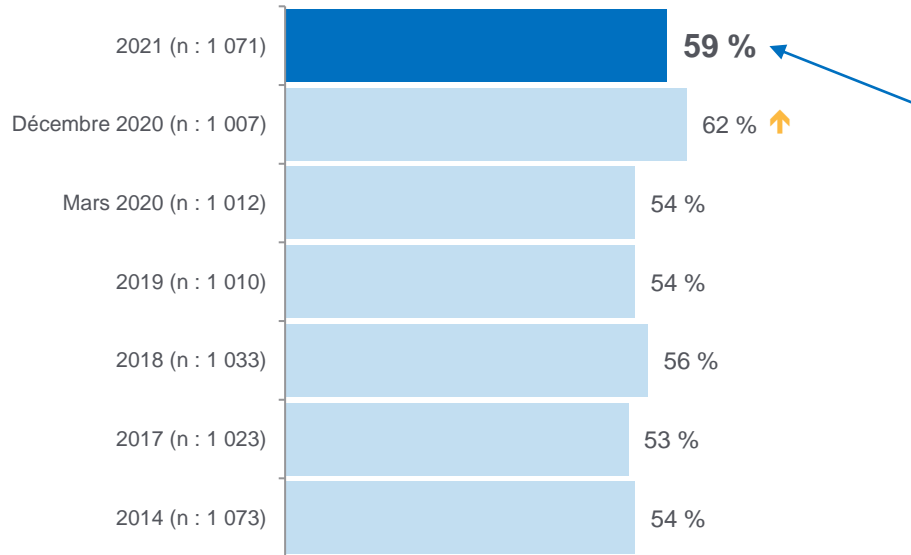
NOTORIÉTÉ DES PANNEAUX ROUTIERS DES VILLAGES-RELAIS

QD1. Voici des panneaux de signalisation qu'on peut voir sur certaines routes du Québec et qui visent à informer les usagers de la route de la présence d'un village-relais. Avant aujourd'hui, aviez-vous vu l'un ou l'autre de ces panneaux routiers le long d'une route du Québec?

Base : ensemble des répondants



Notoriété assistée des panneaux de signalisation « village-relais »
Proportion de « oui »



- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (96 %)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (93 %)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (88 %)
- + Habite dans un village-relais (78 %)
- + Autres régions que Montréal et Québec (68 %)
- + Travailleur à temps plein (66 %)
- + Langue maternelle française (63 %)
- N'a jamais entendu parler des villages-relais (22 %)
- Ne s'est jamais arrêté dans un village-relais (33 %)
- Ne connaît aucune caractéristique des villages-relais (37 %)
- Langue maternelle anglaise (41 %) ou autre (38 %)
- Retraité (47 %)
- RMR de Montréal (51 %)
- N'habite pas dans un village-relais (58 %)

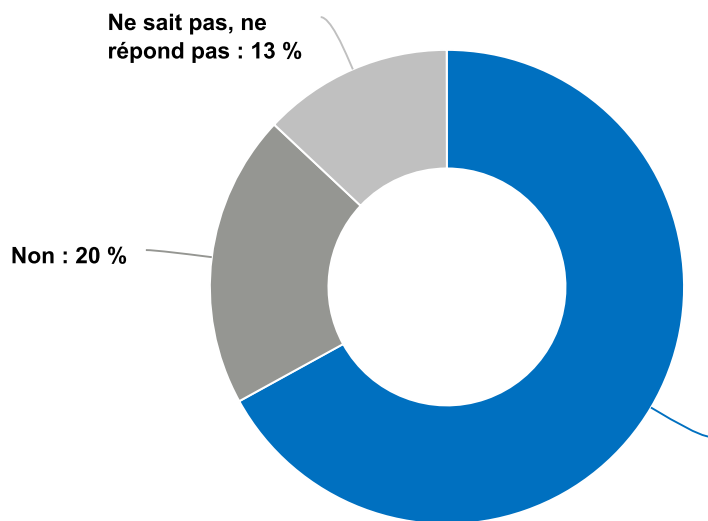
Les panneaux de signalisation informant de la présence des villages-relais sont remarqués par une majorité de répondants

À la suite de la hausse significative enregistrée lors de la dernière mesure, la notoriété assistée des panneaux de signalisation affiche un léger recul (-3 pts de pourcentage), non significatif. Cette fois-ci, c'est 59 % des répondants qui affirment avoir déjà remarqué l'un de ces panneaux le long des routes du Québec.

Notons qu'il s'agit d'un des résultats les plus élevés enregistrés depuis 2014, témoignant une fois de plus de l'effet bénéfique de la pandémie, s'il en est un, sur le tourisme au sein de la province, lequel a possiblement permis de remarquer davantage les panneaux routiers annonçant les villages-relais.

QC5. Avez-vous déjà fait un arrêt dans un village-relais?

Base : répondants ayant entendu parler des villages-relais, n : 660



Deux des répondants concernés sur trois se sont déjà arrêtés dans un village-relais

Les deux tiers des répondants (67 %) ayant déjà entendu parler des villages-relais affirment s'y être déjà arrêtés, un résultat similaire à celui de la précédente mesure (69 % en décembre 2020). Ce résultat se chiffre à 38 % sur l'ensemble des répondants.

Oui : 67 %
(69 % en décembre 2020)

- + Locataire de son logement (80 %)
- + A remarqué au moins un élément de la campagne du Ministère (75 %)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (74 %)
- + A déjà vu les panneaux de signalisation des villages-relais (73 %)

38 %
sur base tous
(41 % en décembre 2020)

ARRÊT DANS UN VILLAGE-RELAIS (SUITE)



QC6a1. Dans quel(s) village(s)-relais vous êtes-vous déjà arrêté?

Base : répondants ayant déjà fait un arrêt dans un village-relais, excluant la non-réponse, n : 444
Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %

	%
Baie-Saint-Paul	47
La Pocatière	28
Berthierville	26
Montebello	25
Coaticook	23
Saint-Siméon	22
Saint-Donat	22
Mont-Joli	21
Acton Vale	20
Nicolet	20
Yamachiche	20
Amqui	17
Les Escoumins-Essipit	16
Deschambault-Grondines	14
Labelle	14
Stanstead	13
L'Anse-Saint-Jean	12
Forestville	12
Danville	12
Cap-Chat	11
Chandler	10

	%
Paspébiac	10
Hébertville	10
Rivière-au-Renard	10
New Richmond	10
Maniwaki	9
Dégelis	8
Saint-Fulgence	8
La Doré	8
Pointe-à-la-Croix	8
Lac-des-Écorces	8
Weedon	8
Lac-Bouchette	8
Sainte-Eulalie	8
Sacré-Cœur-sur-le-Fjord-du-Saguenay	7
Pohénégamook	6
La Guadeloupe	6
Chapais	6
Témiscaming	5
Stornoway	4
Saint-Maxime-du-Mont-Louis	4
La Sarre	4
Rivière-au-Tonnerre	4

Baie-Saint-Paul : toujours au sommet du palmarès

Encore une fois, le village-relais de Baie-Saint-Paul (47 %) a été le plus visité parmi les répondants qui se sont déjà arrêtés dans l'une de ces municipalités. Dix autres villages-relais ont déjà été visités par au moins un répondant sur cinq (entre 20 % et 28 %).



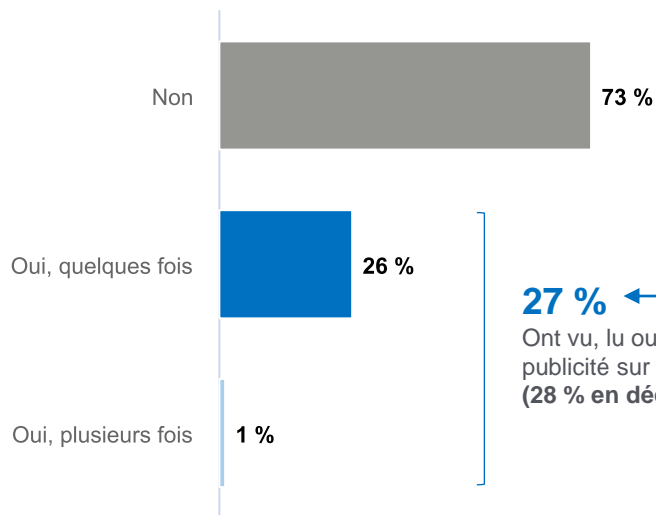
Chapitre 2

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DU MINISTÈRE

- Bruit publicitaire entourant les villages-relais
- Vecteurs de diffusion remarquables du bruit publicitaire
- Notoriété assistée des bandeaux publicitaires sur le web
- Notoriété assistée du volet radio
- Notoriété assistée du balado
- Notoriété assistée du volet *Salut, Bonjour!*
- Notoriété assistée du volet *Bonsoir, bonsoir!*
- Notoriété assistée du volet *Rendez-vous en région*
- Notoriété assistée du volet La Presse+
- Notoriété totale de la campagne
- Appréciation de la campagne
- Motifs pour ne pas apprécier la campagne
- Impact avoué de la campagne
- Moyens de communication à privilégier pour transmettre de l'information sur les villages-relais
- Période de planification des vacances et outils de planification utilisés

QD2. À l'exception des panneaux routiers que nous venons de vous montrer, avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité faisant la promotion des villages-relais?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 1 012



27 % ←
Ont vu, lu ou entendu de la
publicité sur les villages-relais
(28 % en décembre 2020)

Plus du quart des répondants ont déjà été exposés au bruit publicitaire entourant les villages-relais

Un peu plus du quart des répondants (27 %) affirment avoir déjà vu, lu ou entendu une publicité faisant la promotion des villages-relais, un résultat presque équivalent à celui de la précédente mesure (28 % en décembre 2020). Notons que seulement une infime proportion de répondants (1 %) indique avoir remarqué des publicités sur les villages-relais plusieurs fois.

- + Habite dans un village-relais (47 %)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (47 %)
- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (46 %)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (43 %)
- + Autres régions que Montréal et Québec (34 %)
- + Homme (30 %)
- + Langue maternelle française (29 %)

VECTEURS DE DIFFUSION REMARQUÉS DU BRUIT PUBLICITAIRE



QD3a. Où avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité sur les villages-relais?

Base : répondants ayant remarqué des publicités faisant la promotion des villages-relais
Trois mentions possibles, le total excède 100 %

	2021 n : 294 %	Décembre 2020 n : 306 %
Télévision	35	34 ↓
Radio	24	29
Internet	11	17
Panneaux publicitaires	9	8
Journaux	8	7
Médias sociaux	5	4
Dépliant, documentation touristique	4	6
Centre touristique, kiosque	3	1
Dans les villages-relais	2	2
Magazines	2	3
Bouche-à-oreille	2	0
Autre	3	2
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	17	13

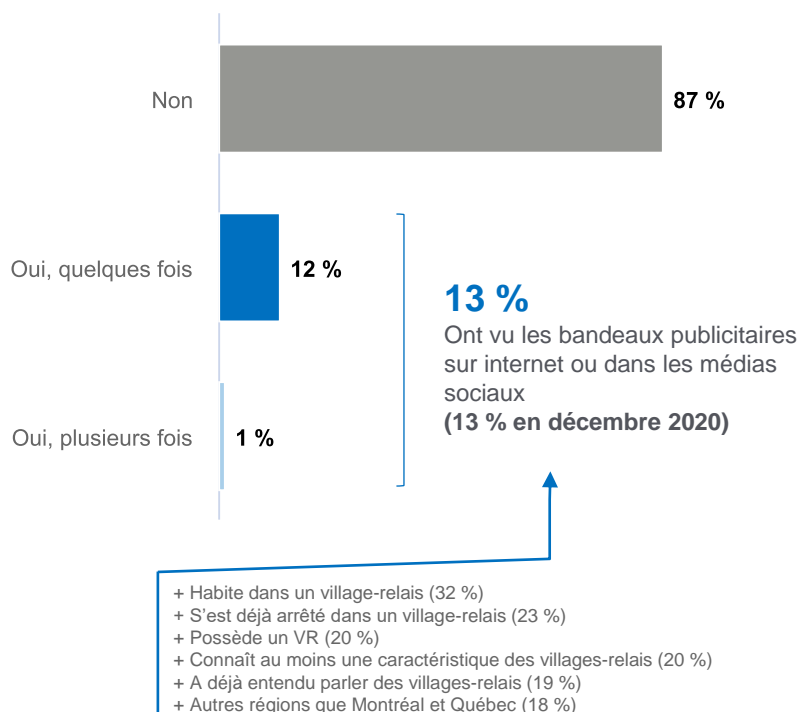
La télévision et la radio sont toujours les principaux vecteurs de diffusion du bruit publicitaire

La télévision (35 %) et la radio (24 %) sont encore une fois les moyens par lesquels les répondants ont remarqué des publicités sur les villages-relais. Internet (11 %) suit au troisième rang, alors que les autres moyens identifiés sont mentionnés par moins d'un répondant sur dix.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DES BANDEAUX PUBLICITAIRES SUR LE WEB

QD4a. Vous rappelez-vous avoir vu récemment ce bandeau publicitaire (ou une publicité similaire) sur internet ou dans les médias sociaux?

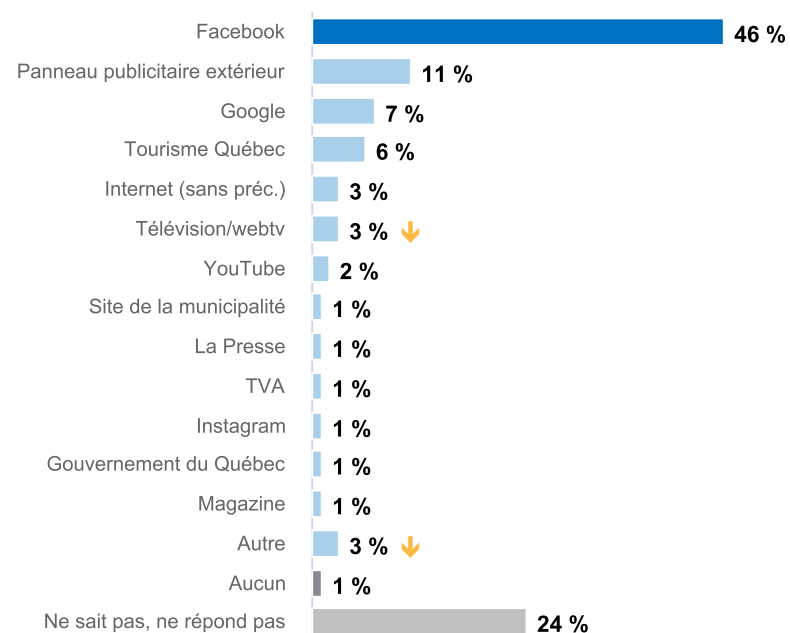
Base : ensemble des répondants, excluant les problèmes techniques, n : 1 045



QD6a. Sur quel(s) site(s) ou dans quels médias sociaux avez-vous vu ou lu l'une au l'autre de ces publicités?

Base : répondants ayant remarqué le bandeau publicitaire, n : 143

Trois mentions possibles, le total excède 100 %



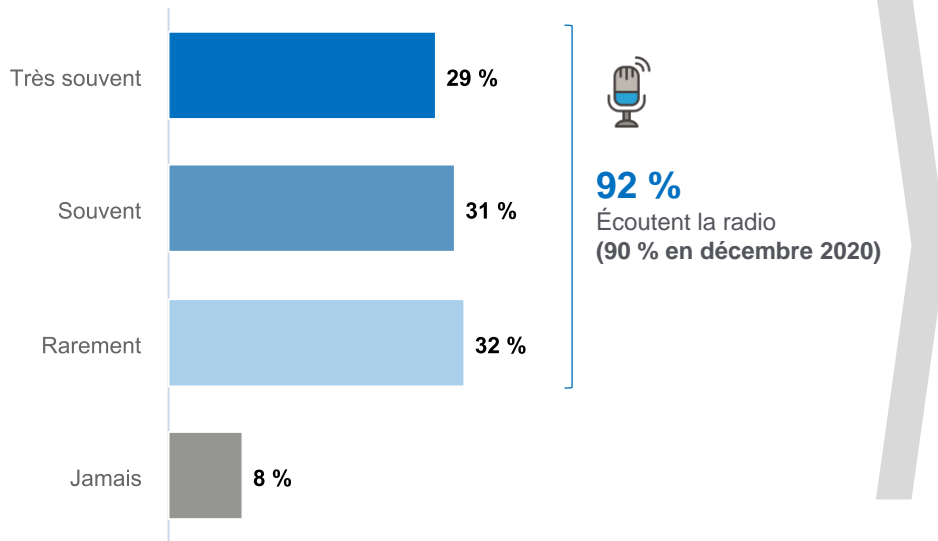
Le bandeau publicitaire a surtout été remarqué sur Facebook

Une minorité de répondants (13 %) se souvient d'avoir vu le bandeau publicitaire du Ministère sur internet ou dans les réseaux sociaux, dont près de la moitié l'ayant vu sur Facebook (46 %). La notoriété assistée du bandeau publicitaire est identique à celle obtenue en décembre 2020.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU VOLET RADIO

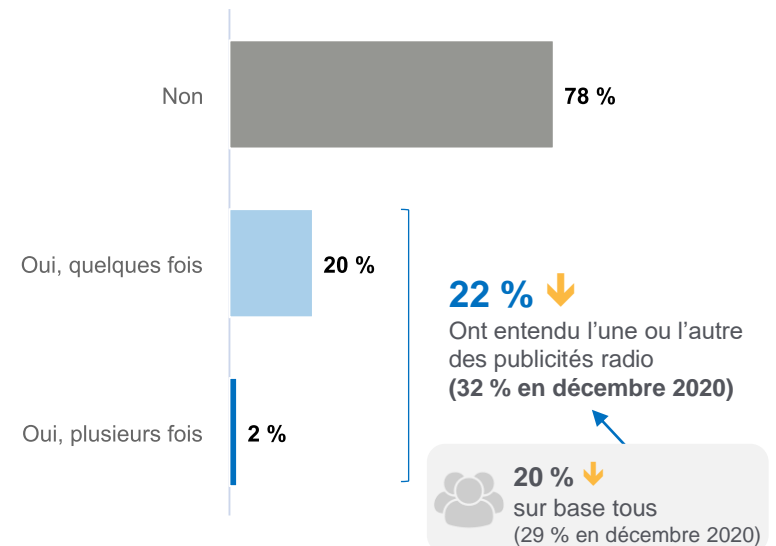
QR1. À quelle fréquence diriez-vous que vous écoutez la radio?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 1 070



QR2. Vous souvenez-vous d'avoir entendu l'une ou l'autre des publicités suivantes à la radio au cours des derniers mois?

Base : répondants qui écoutent la radio, excluant la non-réponse et les problèmes techniques, n : 936



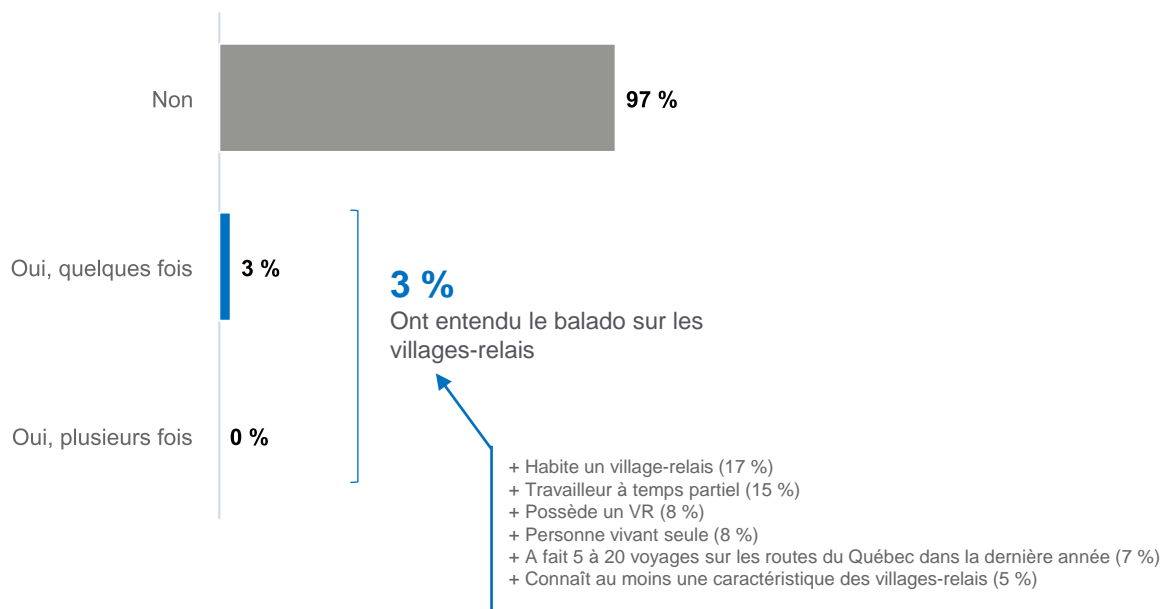
- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (31 %)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (31 %)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (28 %)
- + Langue maternelle française (23 %)

Un répondant sur cinq a entendu le volet radio de la campagne

Un peu plus d'un répondant sur cinq parmi ceux qui écoutent la radio a entendu au moins l'une des publicités du Ministère sur les villages-relais au cours des derniers mois, un résultat significativement inférieur à celui obtenu lors de la précédente mesure (32 % en décembre 2020). Cette baisse de notoriété en 2021 peut être expliquée, en partie, par une diffusion des publicités exclusive aux stations radio de Cogeco, alors qu'auparavant, la diffusion de ces messages était plus large.

QBAL1. Vous souvenez-vous d'avoir entendu cet extrait, ou un extrait similaire, d'un balado sur les villages-relais au cours des derniers mois?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 1 026



Le balado est un des volets de la campagne ayant rejoint le moins de répondants

Seule une infime proportion de répondants (3 %) se souvient d'avoir entendu le balado sur les villages-relais.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU VOILET *SALUT, BONJOUR!*

QSB1. Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission *Salut, Bonjour!* diffusée à TVA de 6 h à 10 h?

Base : ensemble des répondants, n : 1 071

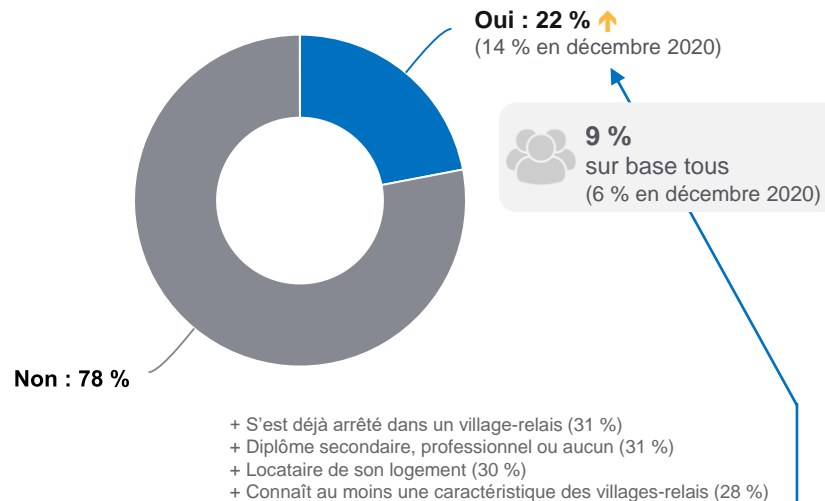


44 %

Ont écouté au moins une fois
l'émission *Salut, Bonjour!*
(47 % en décembre 2020)

QSB2. Vous souvenez-vous d'avoir entendu ces extraits où l'on parle des villages-relais ou un extrait similaire?

Base : répondants qui ont déjà écouté l'émission *Salut, Bonjour!*, excluant la non-réponse et les problèmes techniques, n : 476



Une augmentation de la notoriété assistée du volet *Salut, Bonjour!*

Bien que la proportion de répondants écoutant *Salut, Bonjour!* est similaire à celle observée en décembre 2020 (44 % par rapport à 47 %), on note une hausse significative de la proportion de ceux qui se souviennent d'avoir vu un extrait portant sur les villages-relais (22 % contre 14 % en décembre 2020).

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU VOLET *BONSOIR, BONSOIR!*

QBB1. Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission *Bonsoir, bonsoir!* diffusée à Radio-Canada de 21 h à 22 h durant la période estivale?

Base : ensemble des répondants, n : 1 071

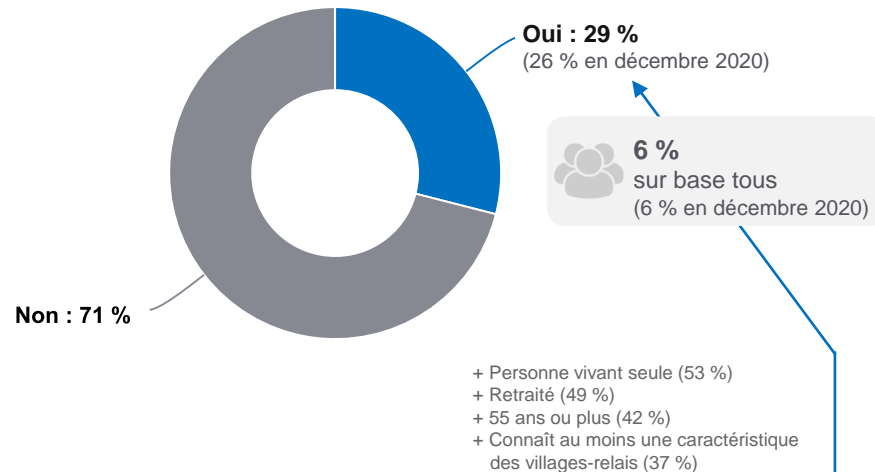


23 %

Ont écouté au moins une fois l'émission *Bonsoir, bonsoir!* (23 % en décembre 2020)

QBB2. Vous souvenez-vous d'avoir entendu cet extrait concernant les villages-relais ou un extrait similaire?

Base : répondants qui ont déjà écouté l'émission *Bonsoir, bonsoir!*, excluant la non-réponse et les problèmes techniques, n : 258



Une stabilité de la notoriété assistée du volet *Bonsoir, bonsoir!*

Un peu moins du quart des répondants affirme avoir écouté, ne serait-ce qu'une fois, l'émission *Bonsoir, bonsoir!* diffusée à Radio-Canada et parmi ceux-ci, 29 % se rappellent avoir vu un extrait sur les villages-relais. Ces résultats sont stables par rapport à ceux enregistrés lors de la dernière mesure (23 % et 26 % respectivement, en décembre 2020).

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU VOLET *RENDEZ-VOUS EN RÉGION*

QMM1. Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, la série *Rendez-vous en région* diffusée à Météomédia?

Base : ensemble des répondants, n : 1 071



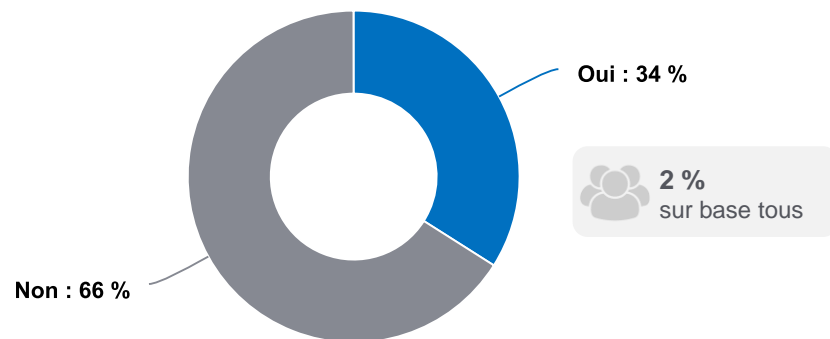
5 %

Ont écouté au moins une fois la série *Rendez-vous en région*



QMM2. Vous souvenez-vous d'avoir entendu cet extrait concernant les villages-relais ou un extrait similaire?

Base : répondants qui ont déjà écouté la série *Rendez-vous en région*, excluant la non-réponse et les problèmes techniques, n : 41



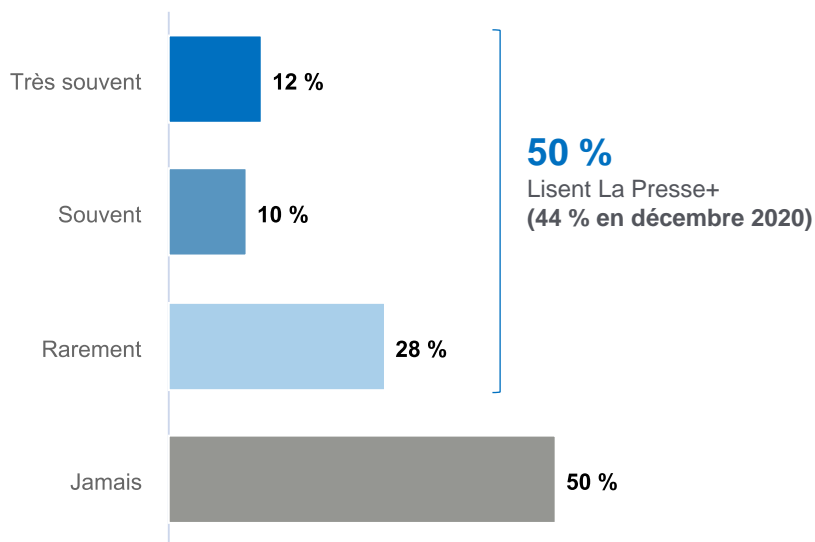
Le volet *Rendez-vous en région* n'a été remarqué que par très peu de répondants

Bien que globalement, l'extrait sur les villages-relais diffusé dans la série *Rendez-vous en région* sur Météomédia n'ait rejoint que 2 % des Québécois ayant voyagé sur les routes du Québec au cours de l'été 2021, c'est le tiers de ceux qui ont indiqué avoir écouté au moins une fois cette série qui se souvient l'avoir vu (34 %). Néanmoins, il s'agit du volet ayant généré la plus faible notoriété auprès de l'ensemble des répondants.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU VOILE LA PRESSE+

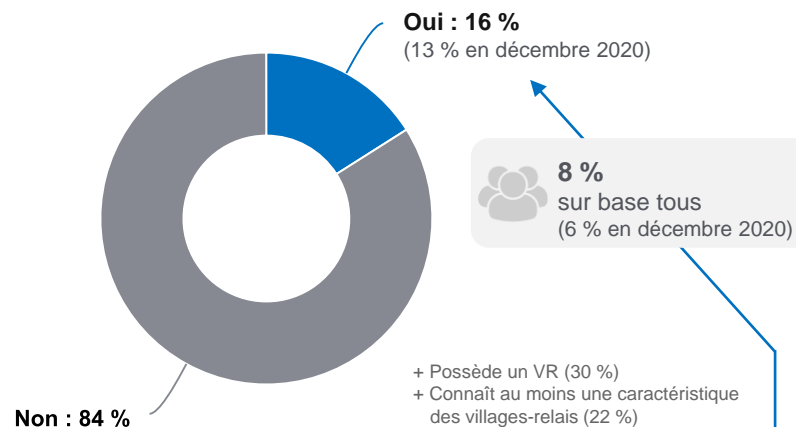
QLAP1. Par ailleurs, vous arrive-t-il de lire La Presse+ sur tablette électronique?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 1 067



QLAP2. Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu un reportage XTRA sur les villages-relais dans La Presse+ et dont voici quelques pages?

Base : répondants qui lisent La Presse+, excluant la non-réponse et les problèmes techniques, n : 553

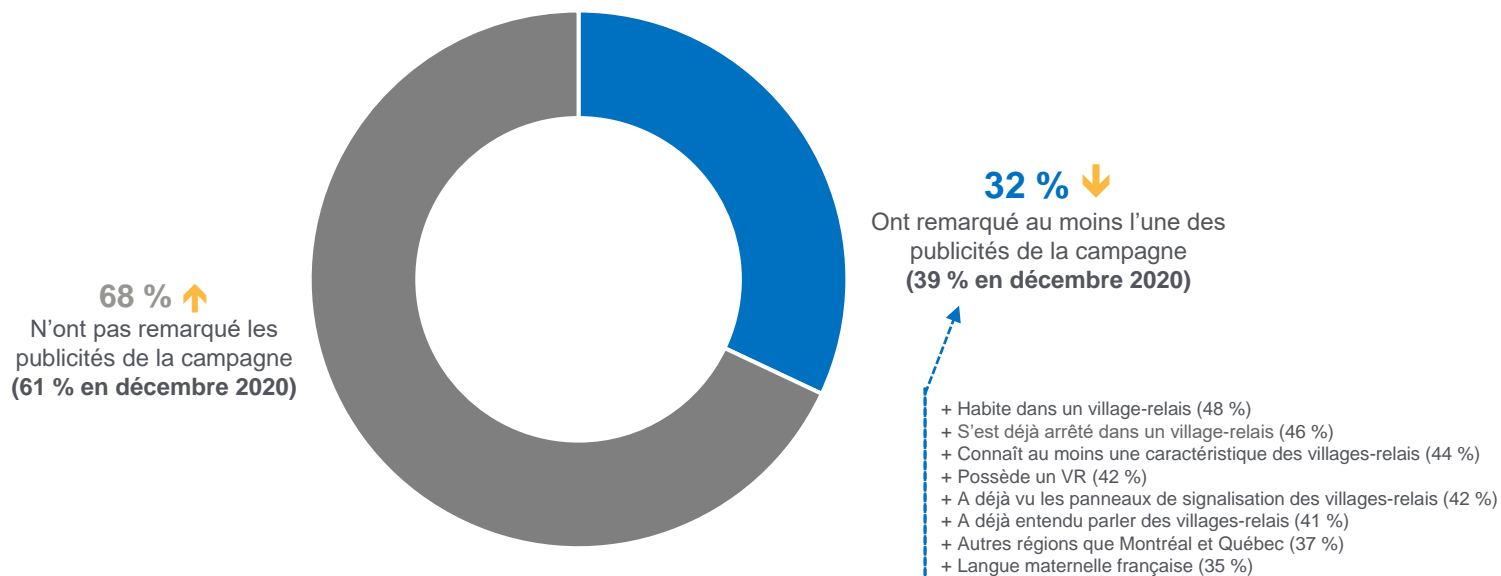


Un lecteur sur six se souvient du reportage XTRA sur les villages-relais

Environ un lecteur de La Presse+ sur six (16 %) se souvient d'avoir vu ou lu un reportage XTRA sur les villages-relais, une proportion de même ampleur que celle observée à la précédente mesure (13 % en décembre 2020). Ce résultat est significativement plus élevé auprès des lecteurs de La Presse+ qui possèdent un véhicule récréatif (30 %).

Notoriété totale de la campagne des villages-relais*

Base : ensemble des répondants, n : 1 071



Un répondant sur trois a remarqué au moins un élément de la campagne du Ministère

Globalement, la campagne publicitaire a rejoint un adulte internaute québécois sur trois parmi ceux qui ont voyagé, en tant que conducteur ou passager, sur les routes du Québec à l'été 2021 (32 %). Bien que de nouveaux volets aient été ajoutés cette fois-ci, la notoriété globale enregistre une baisse significative de l'ordre de sept points de pourcentage par rapport à celle obtenue lors de la précédente mesure (39 % en décembre 2020). Certains changements au niveau du plan média peuvent expliquer en partie cette diminution, dont notamment le changement de stratégie de diffusion à la radio.

* Notoriété calculée sur l'ensemble des répondants, à partir des réponses positives aux questions D4a, SB2, BB2, MM2, LAP2, R2 et BAL1 (excluant les panneaux de signalisation, QD1).

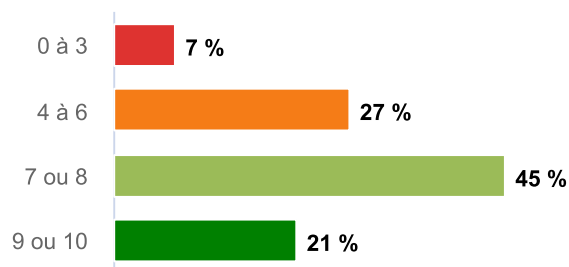
APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

QF1 et F2. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous le trouvez très mauvais et 10 que vous le trouvez excellent, quelle note donneriez-vous au... de cette campagne publicitaire maintenant que vous avez visualisé et entendu les publicités?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse

APPRÉCIATION DU VISUEL

n : 1 004

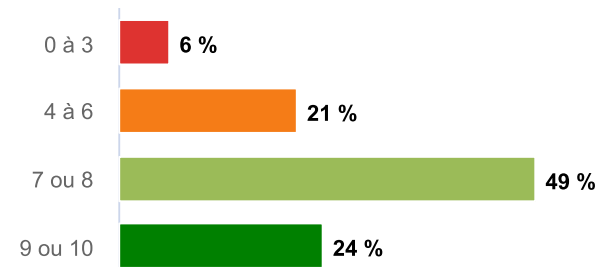


Note moyenne sur 10 : **7,0** ↓
(7,2 en décembre 2020)

- + Retraité (7,7)
- + 55 ans ou plus (7,5)
- + A fait 1 à 4 voyages sur les routes du Québec dans la dernière année (7,4)
- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (7,2)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (7,2)
- + Langue maternelle française (7,1)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (7,1)
- + Femme (7,1)

APPRÉCIATION DU CONTENU

n : 1 009



Note moyenne sur 10 : **7,3** ↓
(7,5 en décembre 2020)

- + Retraité (7,8)
- + 55 ans ou plus (7,7)
- + A fait 1 à 4 voyages sur les routes du Québec dans la dernière année (7,7)
- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (7,6)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (7,6)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (7,5)
- + Femme (7,5)
- + Ne possède pas de VR (7,4)
- + Langue maternelle française (7,4)

Une appréciation globale toujours modérée, quoiqu'en baisse

Autant le visuel de la campagne que son contenu enregistrent une baisse significative de leur niveau d'appréciation par rapport à la précédente mesure (-0,2 pt chacun). Malgré cela, les notes moyennes observées cette fois-ci peuvent encore être qualifiées de modérées (respectivement 7,0 et 7,3 sur 10). Conséquemment, la combinaison des résultats de ces deux questions présente également un recul significatif, passant de 7,4 en décembre 2020 à 7,1 cette année. Notons tout de même que les retraités, lesquels sont plus susceptibles de voyager, ont davantage apprécié le visuel (7,7) ou le contenu (7,8) de cette campagne.

MOTIFS POUR NE PAS APPRÉCIER LA CAMPAGNE



QF4a. Pourquoi n'avez-vous pas apprécié davantage cette campagne publicitaire?

Base : ceux ayant attribué une note de 7 ou moins au visuel ou au contenu de la campagne (QF1 ou QF2)

Trois mentions possibles, le total excède 100 %

	2021 n : 588 %
La campagne n'est pas attrayante (pas accrocheuse, manque de punch, etc.)	23
La campagne est inefficace (passe inaperçue, manque de visibilité, etc.)	12
Les publicités sont mauvaises (mal conçues, etc.)	11 ↑
Le message n'est pas clair (imprécis, difficile à comprendre, etc.)	10
N'est pas concerné (déjà au courant, pas intéressé aux villages-relais, etc.)	9
La campagne est correcte (il y a toujours place à l'amélioration)	6
La campagne est diffusée en français seulement	5
La campagne est inutile (n'améliore pas les services, gaspillage d'argent)	5
La campagne manque d'originalité (banale, ordinaire, anonyme, etc.)	5 ↓
N'aime aucune publicité en général	3
La campagne est trop générale (ne mentionne pas les caractéristiques de chaque village)	1 ↓
La durée inadéquate des publicités (trop longues, trop courtes, etc.)	1
Les publicités donnent trop d'informations (trop chargées, etc.)	1
Les publicités manquent d'humour (sont trop sérieuses)	1
Autre	1
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	18

Un manque de punch est ce qui est le plus reproché à la campagne

Le manque d'attractivité de la campagne (23 %) est la raison de non-appréciation de la campagne la plus fréquemment mentionnée par les répondants ayant octroyé une note de 7 ou moins sur 10 au visuel ou au contenu de la campagne.

L'inefficacité de la campagne, le manque de clarté du message ou le fait de trouver les publicités mauvaises sont également des critiques relevées par au moins un répondant sur dix. D'ailleurs, cette dernière raison a été citée de façon plus marquée cette année (11 % comparativement à 5 % en décembre 2020).

Notons que le manque d'originalité (5 % contre 9 % en décembre 2020) et le caractère trop général de la campagne (1 % contre 8 % en décembre 2020) ont été évoqués dans de moindres proportions cette fois-ci.

IMPACT AVOUÉ DE LA CAMPAGNE



QF5 à QF9. 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 avec l'énoncé.

Base : répondants ayant remarqué au moins un élément de la campagne avant le sondage, excluant la non-réponse

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt en désaccord ● Tout à fait en désaccord

Total en accord

Total en désaccord

2021

Décembre
2020

2021

Décembre
2020

(n de 2021 et n de décembre 2020)

Cette campagne publicitaire m'a amené à penser que les villages-relais constituent un réseau de services contribuant à la sécurité des usagers de la route (n : 348 et n : 383).	35 %	51 %	11 %	3 %	86 %	87 %	14 %	12 %
Cette campagne publicitaire m'a amené à penser que les villages-relais sont une bonne façon d'inciter les voyageurs à profiter du moment et à faire une plus longue pause lors de grands déplacements au Québec (n : 349 et n : 384).	34 %	51 %	12 %	3 %	85 %	88 %	15 %	12 %
Cette campagne publicitaire m'a permis de mieux comprendre ce qu'est un village-relais (n : 350 et n : 382).	27 %	56 %	11 %	6 %	83 %	82 %	17 %	18 %
Cette campagne publicitaire m'a incité à m'arrêter dans un village-relais (n : 335 et n : 358).	16 %	50 %	27 %	7 %	66 %	64 %	34 %	36 %
À la suite de cette campagne publicitaire, je me suis arrêté à des endroits où je ne me serais pas arrêté autrement (n : 319 et n : 341).	11 %	34 %	39 %	16 %	45 %	41 %	55 %	59 %

Un impact positif sur la perception des villages-relais

L'impact de la campagne sur le rôle des villages-relais en ce qui a trait à la sécurité des usagers de la route, sur leur propension à inciter les gens à faire une plus longue pause lors de grands déplacements ainsi que sur la compréhension de ce qu'est un village-relais est positif (entre 83 % et 86 % d'accord). De plus, les niveaux d'accord concernant la capacité de persuasion des messages à inciter à s'arrêter dans un village-relais (66 %) ou à faire une halte dans des endroits non prévus (45 %) témoignent de l'efficacité de la campagne.

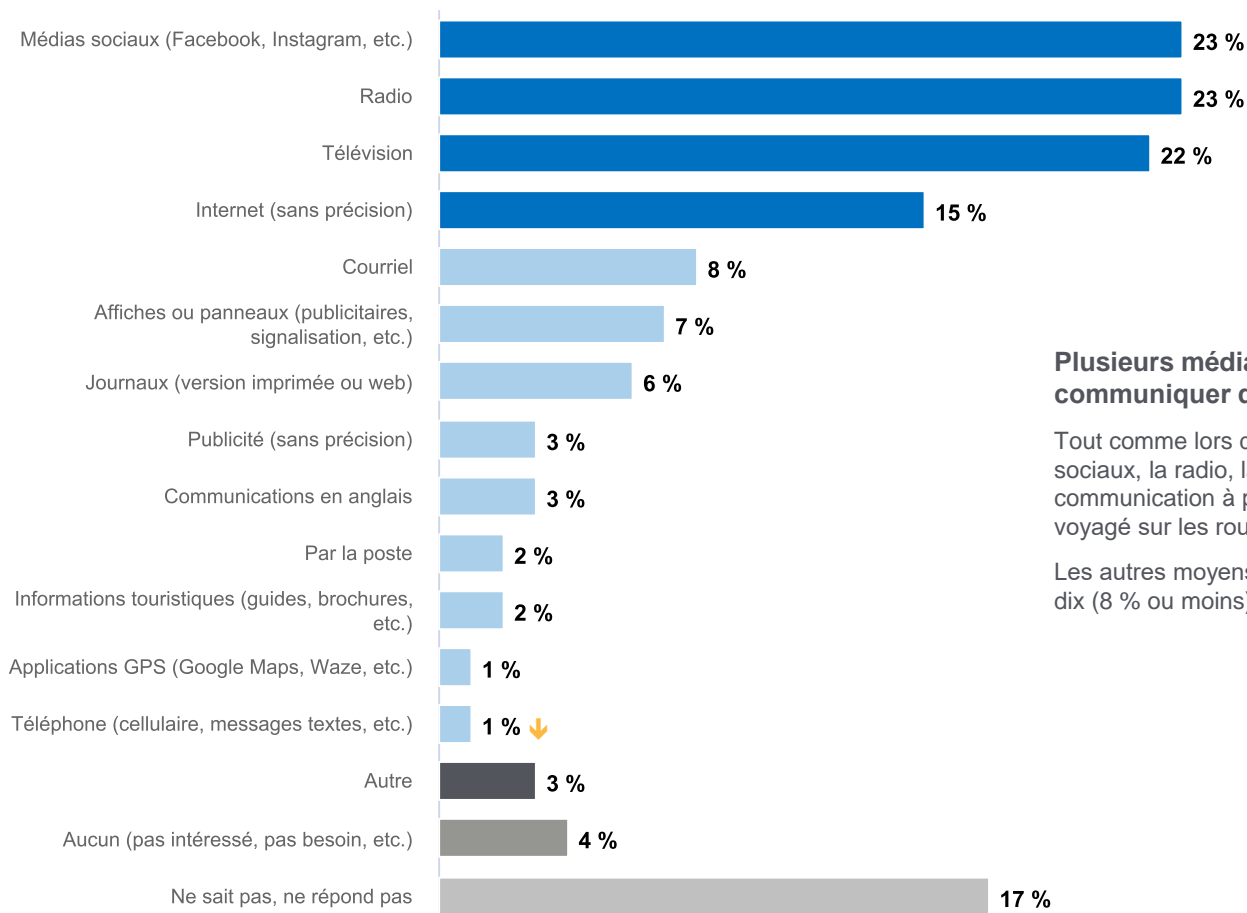
Par ailleurs, les résultats présentés ci-haut pour 2021 sont statistiquement similaires à ceux de la précédente mesure (décembre 2020).

MOYENS DE COMMUNICATION À PRIVILÉGIER POUR TRANSMETTRE DE L'INFORMATION SUR LES VILLAGES-RELAIS



QF10a. Quels sont le ou les moyens de communication à privilégier pour vous communiquer de l'information sur les villages-relais?

Base : ensemble des répondants, n : 1 071
Trois mentions possibles, le total excède 100 %



Plusieurs médias sont à privilégier pour communiquer de l'information sur les villages-relais

Tout comme lors de la mesure précédente, les médias sociaux, la radio, la télévision et internet sont les moyens de communication à privilégier pour joindre les Québécois qui ont voyagé sur les routes de la province à l'été 2021.

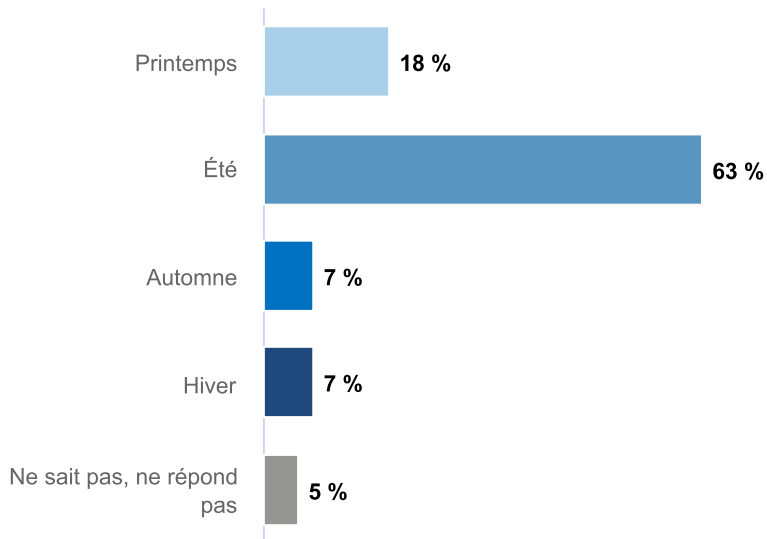
Les autres moyens sont évoqués par moins d'un répondant sur dix (8 % ou moins).

PÉRIODE DE PLANIFICATION DES VACANCES ET OUTILS DE PLANIFICATION UTILISÉS



QF11. Quelle est la période (la saison) de l'année où vous planifiez habituellement vos vacances?

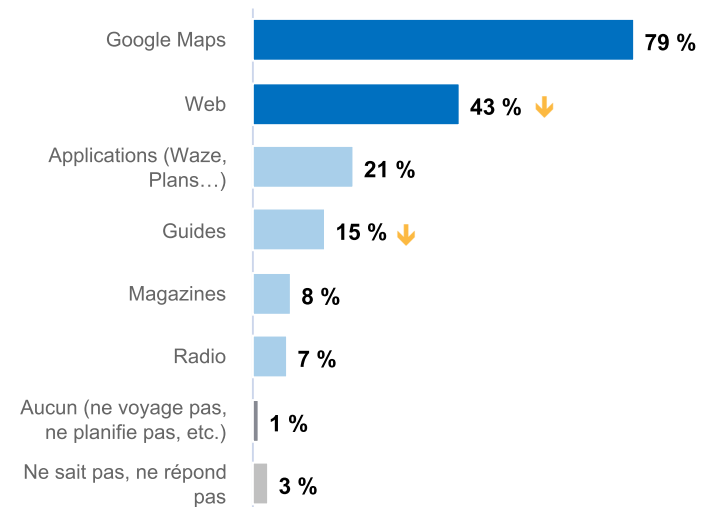
Base : ensemble des répondants, n : 1 071



QF12a. Généralement, quels outils parmi les suivants utilisez-vous pour planifier vos déplacements au Québec (Google Maps, web, magazines, guides, radio, applications, etc.)?

Base : ensemble des répondants

Trois réponses possibles, le total excède 100 %



L'été : toujours la période de prédilection pour planifier les vacances

D'année en année, les résultats ne changent pas : c'est surtout l'été (63 %) que les répondants planifient leurs vacances, alors que près d'un répondant sur cinq le fait plutôt au printemps (18 %).

Par ailleurs, Google Maps (79 %) et le web (43 %) sont toujours, et de loin, les outils de planification les plus fréquemment utilisés par les répondants pour planifier leurs déplacements dans la province. Bien que le web n'ait pas changé de position dans le classement des outils de planification utilisés, une proportion significativement inférieure de répondants affirme y avoir recours (43 % contre 53 % en décembre 2020). On remarque également une baisse pour l'utilisation de guides (15 % contre 23 % en décembre 2020).

A network diagram background consisting of a complex web of thin, light blue lines connecting various nodes. The nodes are represented by small circles in shades of teal, light blue, and grey. Some nodes are larger and more prominent than others, and the overall structure is dense and interconnected.

Conclusions

CONCLUSIONS



LES GRANDS CONSTATS CONCERNANT LA NOTORIÉTÉ DES VILLAGES-RELAIS ET LES CONNAISSANCES S'Y RATTACHANT

- ✓ La notoriété des villages-relais affiche un léger recul par rapport à la précédente mesure (56 % comparativement à 59 % en décembre 2020), quoique celui-ci ne soit pas significatif. Néanmoins, cela demeure l'un des résultats les plus élevés enregistrés à ce jour, ce qui laisse croire que le contexte pandémique a favorisé, une fois de plus, la connaissance des villages-relais. D'ailleurs, on observe le même scénario en ce qui a trait à la notoriété assistée des panneaux routiers informant de la présence d'un village-relais.
- ✓ Par ailleurs, les répondants qui ont déjà entendu parler des villages-relais ont une très bonne idée des services qu'on y retrouve, particulièrement en ce qui concerne la restauration, la distribution d'essence, l'hébergement et les installations sanitaires. Ce résultat va de soi considérant que les deux tiers d'entre eux s'y sont déjà arrêtés.
- ✓ Bien que le niveau de connaissance des standards de qualité exigés par le Ministère pour pouvoir qualifier une municipalité de village-relais soit stable par rapport à la mesure précédente (60 % par rapport à 56 % en décembre 2020), on observe une progression de l'ordre de 10 points de pourcentage en quatre ans (60 % contre 50 % en 2017), témoignant d'une meilleure connaissance à cet égard.
- ✓ En outre, c'est encore une proportion substantielle des répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais qui connaît au moins l'une des caractéristiques spécifiques à ces municipalités, un résultat équivalent à celui de la précédente mesure (70 % comparativement à 67 % en décembre 2020).

LES GRANDS CONSTATS CONCERNANT LA CAMPAGNE

- ✓ Près d'un répondant sur trois se souvient d'avoir vu, lu ou entendu au moins un élément de la campagne publicitaire du Ministère sur les villages-relais. Bien que quelques volets aient été ajoutés cette année, on constate une baisse significative de la notoriété totale de cette campagne (32 % contre 39 % en décembre 2020). Notons que les répondants sont également plus critiques envers la campagne que la dernière fois, en accordant une note moyenne d'appréciation inférieure, tant au visuel (7,0 contre 7,2 en décembre 2020) qu'au contenu (7,2 contre 7,5 en décembre 2020).
- ✓ Bien que le volet radio affiche un recul significatif de l'ordre de neuf points de pourcentage par rapport à la mesure précédente (20 % contre 29 % en décembre 2020), il demeure celui ayant généré le plus haut niveau de notoriété parmi l'ensemble des composantes de la campagne. Par la suite, on retrouve les bandeaux publicitaires, remarqués par 13 % des répondants, un résultat identique à celui de l'année précédente. Les autres volets de la campagne ont rejoint moins d'un répondant sur dix chacun.
- ✓ Par ailleurs, si les deux tiers des répondants ayant été exposés à la campagne publicitaire avant le sondage affirment que celle-ci les a incités à s'arrêter dans un village-relais (66 %), une proportion moins élevée d'entre eux, mais s'approchant tout de même de la moitié, indique s'être arrêtée à un endroit où ils ne l'auraient pas fait autrement, grâce à la campagne (45 %). Dans les deux cas, ceci témoigne de la capacité de persuasion de la campagne.
- ✓ Enfin, une forte majorité des répondants ayant été exposés à la campagne avant le sondage s'accordent pour dire que celle-ci les a amenés à penser que les villages-relais constituent un réseau de services qui contribue à la sécurité des usagers de la route (86 %) ou qu'ils sont une bonne façon d'inciter les voyageurs à faire une plus longue pause lors de grands déplacements (85 %). Une proportion similaire est d'accord pour dire que la campagne leur a permis de mieux comprendre ce qu'est un village-relais (83 %).

Annexe 1

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE



ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE



	Total	Hommes	Femmes
PROFIL DES RÉPONDANTS	%	%	%
Région	n : 1 071	n : 527	n : 544
• RMR de Québec	11	10	11
• RMR de Montréal	48	48	49
• Ailleurs au Québec	41	42	40
Âge	n : 1 071	n : 527	n : 544
• 18 à 34 ans	30	30	30
• 35 à 44 ans	19	19	19
• 45 à 54 ans	19	19	19
• 55 ans ou plus	32	32	32
Revenu familial brut annuel (sans la non-réponse)	n : 987	n : 498	n : 489
• Moins de 35 000 \$	15	14	16
• De 35 000 \$ à 54 999 \$	14	13	15
• De 55 000 \$ à 74 999 \$	14	12	16
• De 75 000 \$ à 99 999 \$	21	22	20
• 100 000 \$ ou plus	36	39	33
Niveau de scolarité (sans la non-réponse)	n : 1 057	n : 523	n : 534
• Aucune/secondaire/DEP	45	48	42
• Collégiale	22	21	24
• Universitaire	33	31	34

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
PROFIL DES RÉPONDANTS (SUITE)	%	%	%
Taille du ménage	n : 1 071	n : 527	n : 544
• 1 personne	11	12	11
• 2 personnes	42	40	44
• 3 personnes	17	17	16
• 4 personnes	20	20	20
• 5 personnes ou plus	10	11	9
Statut de résidence (sans la non-réponse)	n : 1 061	n : 524	n : 537
• Propriétaire	70	73	68
• Locataire	30	27	32
Langue maternelle (plusieurs réponses possibles)	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Français	87	88	86
• Anglais	13	11	15
• Autre	11	12	9
Occupation (sans la non-réponse)	n : 1 063	n : 524	n : 539
• Travailleur à temps plein	55	58	52
• Travailleur à temps partiel	6	6	7
• Retraité	20	18	21
• Étudiant	10	11	9
• Sans emploi	3	3	3
• Ne travaille pas par choix	3	1	5
• Autre	3	3	3

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS	%	%	%
QSE20. Détenez-vous un permis de conduire valide au Québec?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Oui	95	96	93
• Non	5	4	7
QSE21. Possédez-vous un véhicule récréatif (motorisé ou remorqué)?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Oui	22	26 +	19 -
• Non	78	74 -	81 +
QB1. Au cours de la dernière année, combien de fois avez-vous effectué un voyage sur les routes du Québec à titre de conducteur ou de passager en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), en moto ou en camion? (sans la non-réponse)	n : 1 056	n : 519	n : 537
• 1 à 4 fois	39	32 -	46 +
• 5 à 20 fois	26	28	23
• Plus de 20 fois	35	40 +	31 -
QF13. Habitez-vous dans un village-relais? (sans la non-réponse)	n : 1 060	n : 524	n : 536
• Oui	5	4	5
QC1. Avez-vous déjà entendu parler des villages-relais?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Oui	56	60	53

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS	%	%	%
QC1a. Que signifie l'appellation village-relais pour vous? (Base : ceux qui ont déjà entendu parler des villages-relais) (plusieurs réponses possibles)	n : 660	n : 337	n : 323
• Un lieu où on peut manger (restaurants, etc.)	36	31 -	42 +
• Un lieu qui offre des services	31	34	28
• Un lieu où on peut s'arrêter (une halte, etc.)	26	28	24
• Un lieu où on a accès à un dépanneur ou une station-service (essence, etc.)	25	23	28
• Un lieu avec de l'hébergement (hôtel, on peut se coucher, etc.)	20	18	22
• C'est un endroit intéressant (à visiter, etc.)	17	15	20
• Un village situé entre deux grandes villes (un relais, un lien, etc.)	5	6	3
• Un endroit facile d'accès pour les voyageurs routiers	4	4	4
• Un village éloigné des grands centres (en région, sur une route secondaire, etc.)	3	2	4
• Un lieu qui offre des services accessibles en tout temps (24 heures sur 24)	3	3	3
• Un endroit où faire des activités (parcs, touristiques, etc.)	2	2	2
• Un endroit où on est bien accueilli (un lieu d'accueil pour les voyageurs)	2	1	2
• Un lieu où on peut obtenir des renseignements touristiques	2	1	2
• Un endroit où se procurer des produits locaux (artisanat, produits du terroir, etc.)	2	2	1
• Un endroit sécuritaire (où s'arrêter en toute sécurité, etc.)	1	1	2
• Un endroit offrant le service de vidange des eaux usées pour les VR	1	1	-
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	9	9	9

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS	%	%	%
QC2. Selon vous, quels sont les principaux services que l'on trouve dans un village-relais? (Base : ceux qui ont déjà entendu parler des villages-relais) (plusieurs réponses possibles)	n : 660	n : 337	n : 323
• Restauration	75	71	79
• Station-service (essence)	52	51	53
• Auberges	25	23	27
• Hôtels/motels	22	26 +	18 -
• Installations sanitaires (toilettes, eau)	22	21	23
• Épiceries	8	6	11
• Attrails touristiques	8	11 +	4 -
• Kiosques d'information	7	8	7
• Magasins (sans précision)	7	7	7
• Aires de repos	6	5	6
• Divertissements (sans précision)	4	3	4
• Pharmacie	3	2 -	5 +
• Garage	3	3	3
• Artisanat	3	2	4
• Parcs	3	3	3
• Stationnements	2	2	2
• Aires de pique-nique	2	2	3
• Borne de recharge électrique (cellulaire, auto électrique, etc.)	2	3	1
• Autre	10	10	11
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	10	11	9

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QC3. Saviez-vous que pour être reconnue comme village-relais par le ministère des Transports du Québec, une municipalité doit répondre à des standards de qualité et offrir une gamme de services aux voyageurs (exemples : restauration, distribution d'essence, dépannage automobile, hébergement et information touristique), le tout dans un cadre agréable? (Base : ceux ayant déjà entendu parler des villages-relais)	n : 660	n : 337	n : 323
• Oui	60	66 +	53 -
QC4a et b. Saviez-vous également que les villages-relais sont...? (Base : ceux ayant déjà entendu parler des villages-relais, proportion ayant répondu « oui »)	n : 660	n : 337	n : 323
a) ... majoritairement situés sur des routes nationales et touristiques reconnues et non sur les autoroutes, lesquelles sont généralement desservies par des haltes routières?	67	71	63
b) ... situés à intervalles moyens de 80 kilomètres, soit environ chaque heure de conduite, pour aider à contrer la fatigue au volant?	30	33	28
(a ou b) Connaît au moins l'une des caractéristiques spécifiques aux villages-relais	70	74	66
QC5. Avez-vous déjà fait un arrêt dans un village-relais? (Base : ceux ayant déjà entendu parler des villages-relais)	n : 660	n : 337	n : 323
• Oui	67	67	67
QD1. Voici des panneaux de signalisation qu'on peut voir sur certaines routes du Québec et qui visent à informer les usagers de la route de la présence d'un village-relais. Avant aujourd'hui, aviez-vous vu l'un ou l'autre de ces panneaux routiers le long d'une route du Québec?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Oui	59	60	58
QD2. À l'exception des panneaux routiers que nous venons de vous montrer, avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité faisant la promotion des villages-relais? (sans la non-réponse)	n : 1 012	n : 505	n : 507
• Sous-total « Oui »	27	30 +	23 -
• Oui, quelques fois	26	28	22
• Oui, plusieurs fois	1	2	1
• Non	73	70	77

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QD3a. Où avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité sur les villages-relais? (Base : ceux ayant remarqué des publicités faisant la promotion des villages-relais) (plusieurs réponses possibles)	n : 294	n : 167	n : 127
• Télévision	35	31	40
• Radio	24	26	21
• Internet	11	11	11
• Panneaux publicitaires	9	8	10
• Journaux	8	9	6
• Médias sociaux	5	5	6
• Dépliant, documentation touristique	4	3	6
• Centre touristique, kiosque	3	3	4
• Dans les villages-relais	2	3	2
• Magazines	2	3	1
• Bouche-à-oreille	2	1	3
• Autre	3	1	5
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	17	20	12
QD4a. Vous rappelez-vous avoir vu récemment ce bandeau publicitaire (ou une publicité similaire) sur internet ou dans les médias sociaux? (sans les problèmes techniques)	n : 1 045	n : 518	n : 527
• Sous-total « Oui »	13	14	11
• Oui, quelques fois	12	13	10
• Oui, plusieurs fois	1	1	1
• Non	87	86	89

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QD6a. Sur quel(s) site(s) ou dans quels médias sociaux avez-vous vu ou lu l'une ou l'autre de ces publicités? (Base : ceux ayant remarqué le bandeau publicitaire) (plusieurs réponses possibles)	n : 143	n : 82	n : 61
• Facebook	46	54	35
• Panneau publicitaire extérieur	11	6	17
• Google	7	6	9
• Tourisme Québec	6	4	9
• Internet (sans précision)	3	2	5
• Télévision/webtv	3	2	3
• YouTube	2	3	2
• Site de la municipalité	1	1	3
• La Presse	1	2	1
• TVA	1	-	3
• Instagram	1	1	2
• Gouvernement du Québec	1	2	-
• Magazine	1	-	2
• Autre	3	4	2
• Aucun	1	1	1
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	24	18	31

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QR1. À quelle fréquence diriez-vous que vous écoutez la radio? (sans la non-réponse)	n : 1 070	n : 526	n : 544
• Sous-total écoute la radio	92	93	92
• Très souvent	29	31	27
• Souvent	31	31	31
• Rarement	32	31	34
• Jamais	8	7	8
QR2. Vous souvenez-vous d'avoir entendu l'une ou l'autre des publicités suivantes à la radio au cours des derniers mois? (Base : ceux qui écoutent la radio, sans la non-réponse)	n : 936	n : 475	n : 461
• Sous-total « Oui »	22	23	21
• Oui, quelques fois	20	22	18
• Oui, plusieurs fois	2	1	3
• Non	78	77	79
QBAL1. Vous souvenez-vous d'avoir entendu cet extrait, ou un extrait similaire, d'un balado sur les villages-relais au cours des derniers mois? (sans la non-réponse)	n : 1 026	n : 513	n : 513
• Sous-total « Oui »	3	3	4
• Oui, quelques fois	3	3	4
• Oui, plusieurs fois	-	-	-
• Non	97	97	96
QSB1. Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission Salut, Bonjour! diffusée à TVA de 6 h à 10 h?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Oui	44	42	46
QSB2. Vous souvenez-vous d'avoir entendu ces extraits où l'on parle des villages-relais ou un extrait similaire? (Base : ceux qui ont déjà écouté l'émission Salut, Bonjour!, sans la non-réponse)	n : 476	n : 214	n : 262
• Oui	22	22	21

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QBB1. Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission Bonsoir, bonsoir! diffusée à Radio Canada de 21 h à 22 h durant la période estivale?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Oui	23	20	25
QBB2. Vous souvenez-vous d'avoir entendu cet extrait où l'on parle des villages-relais ou un extrait similaire? (Base : ceux qui ont déjà écouté l'émission Bonsoir, bonsoir!, sans la non-réponse)	n : 258	n : 112	n : 146
• Oui	29	27	30
QMM1. Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, la série Rendez-vous en région diffusée à Météomédia?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Oui	5	6	3
QMM2. Vous souvenez-vous avoir entendu cet extrait concernant les villages-relais ou un extrait similaire? (Base : ceux qui ont déjà écouté la série Rendez-vous en région, sans la non-réponse)	n : 41	n : 23*	n : 18*
• Oui	34	37	29
QLAP1. Par ailleurs, vous arrive-t-il de lire La Presse+ sur tablette électronique? (sans la non-réponse)	n : 1 067	n : 526	n : 541
• Sous-total lit La Presse+	50	52	49
• Très souvent	12	13	10
• Souvent	10	10	11
• Rarement	28	29	28
• Jamais	50	48	51
QLAP2. Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu un reportage XTRA sur les villages-relais dans la Presse+ et dont voici quelques pages? (Base : ceux qui lisent La Presse+, sans la non-réponse)	n : 553	n : 271	n : 282
• Oui	16	18	14
QNOTTOT. Notoriété totale de la campagne publicitaire	n : 1 071	n : 527	n : 544
• A vu au moins un élément de la campagne	32	32	33

* Résultat à interpréter avec prudence étant donné la faiblesse de la taille d'échantillon.

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QF1. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous le trouvez très mauvais et 10 que vous le trouvez excellent, quelle note donneriez-vous au visuel de cette campagne publicitaire maintenant que vous avez visualisé et entendu les publicités? (sans la non-réponse)	n : 1 004	n : 492	n : 512
• 0 à 3	7	9	5
• 4 à 6	27	27	28
• 7 ou 8	45	45	45
• 9 ou 10	21	19	22
Moyenne	7,0	6,8 -	7,1 +
QF2. Toujours sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous le trouvez très mauvais et 10 que vous le trouvez excellent, quelle note donneriez-vous maintenant au contenu communiqué dans cette campagne publicitaire (communication de l'information et clarté du propos)? (sans la non-réponse)	n : 1 009	n : 497	n : 512
• 0 à 3	6	7	5
• 4 à 6	21	25 +	17 -
• 7 ou 8	49	47	50
• 9 ou 10	24	21	28
Moyenne	7,3	7,1 -	7,5 +
QF1F2. Note moyenne d'appréciation tant pour le visuel que pour le contenu de la campagne	n : 989	n : 487	n : 502
Moyenne	7,1	6,9 -	7,3 +

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QF4a. Pourquoi n'avez-vous pas apprécié davantage cette campagne publicitaire? (Base : ceux qui ont donné une note de 7 ou moins) (plusieurs réponses possibles)	n : 588	n : 288	n : 300
• La campagne n'est pas attrayante (pas accrocheuse, manque de punch, etc.)	23	20	26
• La campagne est inefficace (passe inaperçue, manque de visibilité, etc.)	12	13	10
• Les publicités sont mauvaises (mal conçues, etc.)	11	12	11
• Le message n'est pas clair (imprécis, difficile à comprendre, etc.)	10	11	10
• N'est pas concerné (déjà au courant, pas intéressé aux villages-relais, etc.)	9	10	8
• La campagne est correcte (il y a toujours place à l'amélioration)	6	6	5
• La campagne est diffusée en français seulement	5	4	7
• La campagne est inutile (n'améliore pas les services, gaspillage d'argent)	5	8 +	1 -
• La campagne manque d'originalité (banale, ordinaire, anonyme, etc.)	5	5	4
• N'aime aucune publicité en général	3	3	3
• La campagne est trop générale (ne mentionne pas les caractéristiques de chaque village)	1	1	2
• La durée inadéquate des publicités (trop longues, trop courtes, etc.)	1	1	2
• Les publicités donnent trop d'informations (trop chargées, etc.)	1	1	1
• Les publicités manquent d'humour (sont trop sérieuses)	1	1	-
• Autre	1	1	-
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	18	16	22

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
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 avec l'énoncé.			
QF5. Cette campagne publicitaire m'a incité à m'arrêter dans un village-relais (sans la non-réponse)	n : 918	n : 467	n : 451
• Tout à fait/plutôt d'accord	59	55	62
• Plutôt/tout à fait en désaccord	41	45	38
QF6. À la suite de cette campagne publicitaire, je me suis arrêté à des endroits où je ne me serais pas arrêté autrement (sans la non-réponse)	n : 837	n : 424	n : 413
• Tout à fait/plutôt d'accord	31	26 -	36 +
• Plutôt/tout à fait en désaccord	69	74 +	64 -
QF7. Cette campagne publicitaire m'a permis de mieux comprendre ce qu'est un village-relais (sans la non-réponse)	n : 994	n : 486	n : 508
• Tout à fait/plutôt d'accord	80	76 -	84 +
• Plutôt/tout à fait en désaccord	20	24 +	16 -
QF8. Cette campagne publicitaire m'a amené à penser que les villages-relais sont une bonne façon d'inciter les voyageurs à profiter du moment et à faire une plus longue pause lors de grands déplacements au Québec (sans la non-réponse)	n : 989	n : 485	n : 504
• Tout à fait/plutôt d'accord	82	79 -	85 +
• Plutôt/tout à fait en désaccord	18	21 +	15 -
QF9. Cette campagne publicitaire m'a amené à penser que les villages-relais constituent un réseau de services contribuant à la sécurité des usagers de la route (sans la non-réponse)	n : 984	n : 485	n : 499
• Tout à fait/plutôt d'accord	81	77 -	85 +
• Plutôt/tout à fait en désaccord	19	23 +	15 -

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QF10a. Quels sont le ou les moyens de communication à privilégier pour vous communiquer de l'information sur les villages-relais? (plusieurs réponses possibles)	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Médias sociaux (Facebook, Instagram, etc.)	23	23	23
• Radio	23	24	21
• Télévision	22	20	25
• Internet (sans précision)	15	16	14
• Courriel	8	8	8
• Affiches ou panneaux (publicitaires, signalisation, etc.)	7	6	8
• Journaux (version imprimée ou web)	6	5	6
• Publicité (sans précision)	3	3	4
• Communications en anglais	3	3	3
• Par la poste	2	2	2
• Informations touristiques (guides, brochures, etc.)	2	1	3
• Applications GPS (Google Maps, Waze, etc.)	1	2	1
• Téléphone (cellulaire, messages textes, etc.)	1	1	1
• Autre	3	3	3
• Aucun (pas intéressé, pas besoin, etc.)	4	5	3
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	17	15	19

ANALYSE DIFFÉRENCIÉE SELON LE GENRE (SUITE)



	Total	Hommes	Femmes
RÉSULTATS (suite)	%	%	%
QF11. Quelle est la période (la saison) de l'année où vous planifiez habituellement vos vacances?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Printemps	18	18	17
• Été	63	63	64
• Automne	7	6	7
• Hiver	7	8	6
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	5	5	6
QF12a. Généralement, quels outils parmi les suivants utilisez-vous pour planifier vos déplacements au Québec (Google Maps, web, magazines, guides, radio, applications, etc.)?	n : 1 071	n : 527	n : 544
• Google Maps	79	79	79
• Web	43	40	46
• Applications (Waze, Plans, GPS, etc.)	21	23	20
• Guides	15	14	16
• Magazines	8	9	8
• Radio	7	8	6
• Bouche-à-oreille (amis, collègues, etc.)	1	2	1
• Aucun (ne voyage pas, ne planifie pas, etc.)	1	1	-
• Ne sait pas/préfère ne pas répondre	3	3	3



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.

PLAN DE SONDAGE Population cible

Les internautes québécois âgés de 18 ans ou plus ayant effectué, à titre de conducteur ou de passager, au moins un voyage en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), en moto ou en camion sur les routes du Québec au cours de l'été 2021, et ce soit pour des vacances, pour une escapade ou pour un déplacement personnel ou professionnel.

Base de sondage

L'échantillon provient du panel Or de SOM et d'un panel externe non probabiliste, ce dernier afin d'assurer une bonne représentativité des jeunes de 18 à 34 ans et des personnes moins scolarisées. Le panel Or de SOM est un panel probabiliste constitué d'internautes recrutés aléatoirement dans le cadre de nos sondages téléphoniques auprès de la population adulte en général.

Plan d'échantillonnage

Plan d'échantillonnage probabiliste avec stratification régionale.

Le plan d'échantillonnage consistait à obtenir 1 000 répondants de la population ciblée selon un plan stratifié en 17 régions (tableau ci-dessous). Le nombre total final de répondants s'élève à 1 071.

Régions administratives du Québec	Nombre de répondants visé	Nombre de répondants obtenu
Abitibi-Témiscamingue	30	29
Bas-Saint-Laurent	40	50
Centre-du-Québec	30	38
Chaudière-Appalaches	50	53
Côte-Nord	30	40
Estrie	50	53
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	30	31
Lanaudière	60	59
Laurentides	60	62
Laval	40	41
Mauricie	30	31
Montréal	100	124
Montréal	180	189
Nord-du-Québec	30	14
Outaouais	50	52
Québec	150	160
Saguenay-Lac-Saint-Jean	40	45
TOTAL	1 000	1 071

QUESTIONNAIRE Le questionnaire d'enquête a initialement été conçu conjointement par SOM et les responsables du projet au ministère des Transports, puis traduit et programmé par SOM. La grande majorité des questions sont les mêmes que celles posées lors de la mesure précédente (décembre 2020). Le questionnaire pouvait être rempli en français ou en anglais.

La version finale du questionnaire comporte l'équivalent de 56 variables et est présentée à l'annexe 3. Sa durée moyenne est estimée à 10,1 minutes et la médiane, à 9,4 minutes.

COLLECTE **Période de collecte**
Du 8 au 15 décembre 2021.

Mode de collecte

Questionnaire autoadministré par internet et accessible uniquement par un lien sécurisé.
Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or et par le fournisseur pour le panel externe.
Collecte web sur les serveurs de SOM.

Résultats administratifs

Les résultats administratifs détaillés sont présentés aux pages suivantes. Le taux de réponse est de 34,9 % pour les panélistes actifs de SOM, de 1,3 % pour les panélistes inactifs de SOM et de 9,2 % pour le panel externe.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS Panélistes SOM actifs

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	3 081	Désabonnement	4
Nombre d'entrevues visées	768	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 230
Invitations envoyées (A)	3 034	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	47	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'usager dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	853	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	206	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	1 059	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	38	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	5	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	40,5 %
Abandon durant le questionnaire	124	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	86,1 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	34,9 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS Panélistes SOM inactifs

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	710	Désabonnement	1
Nombre d'entrevues visées	0	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	12
Invitations envoyées (A)	710	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	0	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'usager dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	9	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	9	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	1	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	1,7 %
Abandon durant le questionnaire	1	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	75,0 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	1,3 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS Panel externe

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	4 284	Désabonnement	0
Nombre d'entrevues visées	235	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	414
Invitations envoyées (A)	4 284	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	0	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'usager dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	209	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	87	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	98	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	394	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	2	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	9,7 %
Abandon durant le questionnaire	18	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	95,2 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	9,2 %

- PONDÉRATION** La pondération, laquelle inclut les inadmissibles, a été effectuée sur la base des adultes internautes, en tenant compte des variables énumérées ci-dessous, pour chacune des trois grandes régions du Québec (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec) :
- La distribution conjointe d'âge (18-24 ans, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans ou plus) et de sexe;
 - La proportion d'adultes vivant seuls;
 - La scolarité (aucune/secondaire/DEP, collégiale, universitaire);
 - La langue maternelle (français seulement, autre);
 - La proportion estimée d'adultes propriétaires de leur résidence;
 - La population totale par région administrative.

Distributions utilisées : les données de population des internautes proviennent du traitement de 12 174 entrevues réalisées dans le cadre de sondages omnibus de SOM. Les données de la population par région administrative proviennent de l'Institut de la statistique du Québec (2018).

La proportion des internautes chez les adultes québécois est estimée à 88,1 %.

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

TRAITEMENT 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 variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

À noter qu'une faible partie de l'échantillon est non probabiliste (utilisation d'un panel externe non probabiliste). Ainsi, les marges d'erreur sont présentées à titre indicatif.

Les marges d'erreur présentées ci-dessous sont calculées au niveau de confiance de 95 % et tiennent compte de l'effet de plan.

L'effet de plan apparaît lorsque les répondants ne sont pas répartis proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou 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. Par exemple, au tableau ci-dessous, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 705 ($1\ 071 \div 1,519$).

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Ensemble	Régions		
		RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1 071	174	403	494
EFFET DE PLAN	1,519	1,216	1,305	1,721
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,7 %	1,6 %	1,1 %	1,2 %
95 % ou 5 %	1,6 %	3,6 %	2,4 %	2,5 %
90 % ou 10 %	2,2 %	4,9 %	3,3 %	3,5 %
80 % ou 20 %	3,0 %	6,6 %	4,5 %	4,6 %
70 % ou 30 %	3,4 %	7,5 %	5,1 %	5,3 %
60 % ou 40 %	3,6 %	8,0 %	5,5 %	5,7 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,7 %	8,2 %	5,6 %	5,8 %

Annexe 3

QUESTIONNAIRE



SONDAGE SUR LA CAMPAGNE DE PROMOTION DES VILLAGES-RELAIS

QUESTIONNAIRE WEB MTQ – ÉTÉ 2021

1 000 RÉPONDANTS (Quotas par région, voir plan d'échantillonnage)

/*

Légende

*texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont inclus dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas au participant.
NSP	Choix de réponses : Ne sait pas
NRP	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
NAP	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question ».
->OUT	Valide que le participant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « Inadmissible ».
->FIN	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée ».
1=, 1=	Lorsque tous les choix de réponses sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est un oui ou un 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 d'introduire 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 généralement 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. Veuillez noter que le sondage vise seulement vos déplacements
effectués durant l'été 2021.

->>ROUTE0

Q_MP *Mot de passe* _____
Q_PID *Usager Externe* _____ /*STRATE 9*/

/*STRATES 1 : Panel Or SOM
 9 : Panel Externe*/

Q_siROUTE0 si strate=9->CHKDOUB0
->>SE20

Q_siCHKDOUB0 si q#PID=1->OUT /*Test logique à modifier dans html*/
->>EXTAGE

Q_EXTAGE À quel groupe d'âge appartenez-vous?

- 1=18-24 ans
- 2=25-34 ans
- 3=35-44 ans
- 4=45-54 ans
- 5=55-64 ans
- 6=65-74 ans
- 7=75-84 ans
- 8=85 ans ou plus

/*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_EXTREG Vous est-il possible d'indiquer votre région administrative?

((M REGIONSADMQUEBEC.JPG, sm-6 sm-offset-3))

8=Abitibi-Témiscamingue
1=Bas-Saint-Laurent
3=Capitale-Nationale
17=Centre-du-Québec
12=Chaudière-Appalaches
9=Côte-Nord
5=Estrie
11=Gaspésie–Iles-de-la-Madeleine
14=Lanaudière
15=Laurentides
13=Laval
4=Mauricie
16=Montérégie
6=Montréal
10=Nord-du-Québec
7=Outaouais
2=Saguenay–Lac-Saint-Jean
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->OUT

Q_sicalOUT0 si (q#EXTAGE=3,4,5,6,7,8 et q#EXTREG#9,10,11)->OUT
->>calQUO

/*QUOTAS ICI*/

Q_incalQUO

lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=1) alors q#QUOTA1=101 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=2) alors q#QUOTA1=102 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=3) alors q#QUOTA1=103 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=4) alors q#QUOTA1=104 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=5) alors q#QUOTA1=105 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=6) alors q#QUOTA1=106 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=7) alors q#QUOTA1=107 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=8) alors q#QUOTA1=108 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=9) alors q#QUOTA1=109 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=10) alors q#QUOTA1=110 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=11) alors q#QUOTA1=111 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=12) alors q#QUOTA1=112 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=13) alors q#QUOTA1=113 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=14) alors q#QUOTA1=114 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=15) alors q#QUOTA1=115 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=16) alors q#QUOTA1=116 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et q#EXTREG=17) alors q#QUOTA1=117 et

/*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*/

lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=1) alors q#QUOTA1=201 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=2) alors q#QUOTA1=202 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=3) alors q#QUOTA1=203 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=4) alors q#QUOTA1=204 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=5) alors q#QUOTA1=205 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=6) alors q#QUOTA1=206 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=7) alors q#QUOTA1=207 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=8) alors q#QUOTA1=208 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=9) alors q#QUOTA1=209 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=10) alors q#QUOTA1=210 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=11) alors q#QUOTA1=211 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=12) alors q#QUOTA1=212 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=13) alors q#QUOTA1=213 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=14) alors q#QUOTA1=214 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=15) alors q#QUOTA1=215 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=16) alors q#QUOTA1=216 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et q#EXTREG=17) alors q#QUOTA1=217 et

lorsque (q#EXTAGE=3,4,5,6,7,8 et q#EXTREG=9) alors q#QUOTA1=309 et
lorsque (q#EXTAGE=3,4,5,6,7,8 et q#EXTREG=10) alors q#QUOTA1=310 et
lorsque (q#EXTAGE=3,4,5,6,7,8 et q#EXTREG=11) alors q#QUOTA1=311 et

lorsque q#EXTAGE=1 alors q#QUOTA2=1 et
lorsque q#EXTAGE=2 alors q#QUOTA2=2 et
lorsque q#EXTAGE=3,4,5,6,7,8 alors q#QUOTA2=3
->>VERIF1

Q_QUOTA1 *Liste des quotas 1*

- 101=18-24 Bas-Saint-Laurent (n: 3)
- 102=18-24 Saguenay–Lac-Saint-Jean (n: 3)
- 103=18-24 Capitale-Nationale (n: 11)
- 104=18-24 Mauricie (n: 2)
- 105=18-24 Estrie (n: 4)
- 106=18-24 Montréal (n: 12)
- 107=18-24 Outaouais (n: 4)
- 108=18-24 Abitibi-Témiscamingue (n: 2)
- 109=18-24 Côte-Nord (n: 2)
- 110=18-24 Nord-du-Québec (n: 2)
- 111=18-24 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (n: 2)
- 112=18-24 Chaudière-Appalaches (n: 4)
- 113=18-24 Laval (n: 3)
- 114=18-24 Lanaudière (n: 4)
- 115=18-24 Laurentides (n: 4)
- 116=18-24 Montérégie (n: 7)
- 117=18-24 Centre-du-Québec (n: 2)
- 201=25-34 Bas-Saint-Laurent (n: 4)
- 202=25-34 Saguenay–Lac-Saint-Jean (n: 4)

/*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*/

203=25-34 Capitale-Nationale (n: 16)
204=25-34 Mauricie (n: 3)
205=25-34 Estrie (n: 5)
206=25-34 Montréal (n: 20)
207=25-34 Outaouais (n: 5)
208=25-34 Abitibi-Témiscamingue (n: 3)
209=25-34 Côte-Nord (n: 3)
210=25-34 Nord-du-Québec (n: 3)
211=25-34 Gaspésie–Iles-de-la-Madeleine (n: 3)
212=25-34 Chaudière-Appalaches (n: 5)
213=25-34 Laval (n: 4)
214=25-34 Lanaudière (n: 7)
215=25-34 Laurentides (n: 7)
216=25-34 Montérégie (n: 11)
217=25-34 Centre-du-Québec (n: 3)
309=35+ Côte-Nord (n: 15)
310=35+ Nord-du-Québec (n: 25)
311=35+ Gaspésie–Iles-de-la-Madeleine (n: 15)

Q_QUOTA2 *Liste des quotas 2*
1=18-24 (n: 68)
2=25-34 (n: 109)
3=35+ (n: 55)

/*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*/

/* S'il manque un jeune par région adm (quota 1), le répondant peut continuer même si quota 2 est atteint.*/

Q_siVERIF1 si quota1 atteint->FINQUOTA
->>VERIF2

Q_siVERIF2 si quota2 atteint->VERIF3
->>EXTCP

Q_siVERIF3 si q#EXTAGE=1,2->EXTCP
->>FINQUOTA

/*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_EXTCP Quel est votre code postal? *Les 3 premiers caractères suffisent.*
*codepostal
*exclusif=(EXTCP,EXTCPNRP)

<<
<<_____ [Ex. : G1G]>>
999=*Refus*suf NRP>>

Q_siNOCP si q#EXTCPNRP=999->OUT
->>EXTSE11P1

Q_EXTSE11p1 Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans
votre enfance et que vous comprenez encore (langue maternelle)?

*Si vous avez plusieurs langues maternelles, cochez toutes celles qui
s'appliquent.*

*choix multiples
*choixminmax=1,5

1=Anglais
2=Français
3=Allemand 4=Arabe 5=Arménien 6=Chinois 7=Créole 8=Espagnol 9=Grec
10=Italien 11=Indo-iranien 12=Hongrois 13=Polonais 14=Portugais
15=Néerlandais 16=Roumain 17=Russe 18=Tagalog 19=Ukrainien
20=Vietnamien
21=Yiddish
90=Autre

Q_EXTSE13 Votre ménage est-il propriétaire ou locataire de l'endroit où vous habitez?

1=Propriétaire
2=Locataire
9=*Je préfère ne 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*/

Q_EXTSE5

Plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez terminé**))?

1=Aucun

2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)

3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)

4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)

5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat

6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)

7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat

8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)

9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)

10=Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)

90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)

99=*Je préfère ne 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*/

Q_EXTSE6 Au total, ((g **combien de personnes**)) habitent chez vous en vous incluant?

Compter aussi les enfants qui habitent chez vous, que ce soit en permanence ou de temps en temps (ex. : en garde partagée).

1=1
2=2 3=3 4=4
5=5 ou plus
9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalse7x si q#extse6=1,9->calSE7y
->>calSE7z

Q_incalSE7y lorsque q#extSE6=1 alors q#extSE7=95 et
lorsque q#extSE6=9 alors q#extSE7=99
->>EXTSE12

Q_incalSE7z lorsque q#extSE6=2,3,4 alors nepaslire q#extSE7=8 et
lorsque q#extSE6=2,3,4 alors nepaslire q#extSE7=7 et
lorsque q#extSE6=2,3,4 alors nepaslire q#extSE7=6 et
lorsque q#extSE6=2,3,4 alors nepaslire q#extSE7=5 et
lorsque q#extSE6=2,3,4 alors nepaslire q#extSE7=4 et
lorsque q#extSE6=2,3 alors nepaslire q#extSE7=3 et
lorsque q#extSE6=2 alors nepaslire q#extSE7=2

Q_EXTSE7 De ces personnes, combien sont des enfants (personnes de ((g **moins de**)
18 ans)?

95=Aucune
1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7
8=8 ou plus
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_EXTSE12 Votre sexe à la naissance?

1=Masculin
2=Féminin

/*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 A */

Q_SE20 Déterminez-vous un permis de conduire valide au Québec?

1=Oui
2=Non

Q_SE21 Possédez-vous un véhicule récréatif (motorisé ou remorqué)?

1=Oui
2=Non

/*NOTE A1 : Éligibilité. */

Q_A1 Avez-vous voyagé sur les routes du Québec ((S durant l'été 2021)), que ce soit à titre de conducteur ou de passager en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), en moto ou en camion, soit pour vos vacances, pour une escapade ou pour un déplacement personnel ou professionnel?

1=Oui
2=Non

Q_sicalAdm si Q#A1=1->B1

->>OUT

/*Modification du message de sortie pour les non admissibles dans le répertoire Web, fichier ERREURS.TXT (F13/A13) :

Nous sommes désolés, mais cette étude vise seulement les personnes qui ont voyagé sur les routes du Québec durant la saison estivale. 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 **Fréquence des déplacements au cours de la dernière année. */**

/*NOTE **La question B1 est posée uniquement à ceux qui ont répondu « oui » à la question A1. */**

Q_B1 Au cours de la dernière année, combien de fois avez-vous effectué un voyage sur les routes du Québec à titre de conducteur ou de passager en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), en moto ou en camion?

1=1 à 4 fois
2=5 à 20 fois
3=Plus de 20 fois
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*BLOC C **Notoriété des Villages-relais. */**

Q_C1 Avez-vous déjà entendu parler des villages-relais?

1=Oui
2=Non->D1

/*CODI **Coder jusqu'à 3 mentions pour la C1a. */**

Q_C1a
*facultatif Que signifie l'appellation village-relais pour vous?

<<_____>>

/*CODI **Coder jusqu'à 5 mentions pour la C2. */**

Q_C2
*facultatif Selon vous, quels sont les principaux services que l'on trouve dans un village-relais?

<<_____>>

Q_C3 Saviez-vous que pour être reconnue comme village-relais par le ministère des Transports du Québec, une municipalité doit répondre à des standards de qualité et offrir une gamme de services aux voyageurs (par exemple : restauration, distribution d'essence, dépannage automobile, hébergement et information touristique), le tout dans un cadre agréable?

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*/

- Q_C4a Saviez-vous également que les villages-relais...?
- Sont majoritairement situés sur des routes nationales et touristiques reconnues et non sur les autoroutes, lesquelles sont généralement desservies par des haltes routières?
- *format matriciel
*pasdelegende
- 1=Oui
2=Non
- Q_C4b Sont situés à intervalles moyens de 80 kilomètres, soit environ chaque heure de conduite, pour aider à contrer la fatigue au volant?
- *format matriciel
- Q_C5 Avez-vous déjà fait un arrêt dans un village-relais?
- 1=Oui
2=Non->D1
9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->D1
- Q_C6a1 Dans quel(s) village(s)-relais vous êtes-vous déjà arrêté? *Plusieurs réponses possibles*
- *Choix multiples
*ChoixMinMax=1,43
*Selectif=99

<<
<<((G Abitibi-Témiscamingue))
1=La Sarre
2=Témiscaming
((/))
((G Bas-Saint-Laurent–Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine))
3=Amqui
4=Cap-Chat
5=Chandler
6=Dégelis
7=La Pocatière
8=Mont-Joli
9=New Richmond
10=Paspébiac
11=Pohénégamook
12=Pointe-à-la-Croix
13=Rivière-au-Renard
14=Saint-Maxime-du-Mont-Louis

/*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*/

((/))
((G Capitale-Nationale))
 15=Baie-Saint-Paul
 16=Deschambault-Grondines
 17=Saint-Siméon
 ((/))
((G Chaudière-Appalaches))
 18=La Guadeloupe
 ((/))>><<**((G Côte-Nord))**
 19=Les Escoumins–Essipit
 20=Forestville
 21=Rivière-au-Tonnerre
 22=Sacré-C&oeilig;ur-sur-le-Fjord-du-Saguenay
 ((/))
((G Estrie))
 23=Coaticook
 24=Danville
 25=Stanstead
 26=Stornoway
 27=Weedon
 ((/))
((G Laurentides-Lanaudière))
 28=Berthierville
 29=Labelle
 44=Lac-des-Écorces
 42=Saint-Donat
 ((/))
((G Mauricie–Centre-du-Québec))
 30=Nicolet
 43=Sainte-Eulalie
 31=Yamachiche
 ((/))
((G Montérégie))
 32=Acton Vale
 ((/))
((G Nord-du-Québec))
 33=Chapais
 ((/))>><<**((G Outaouais))**
 35=Maniwaki
 36=Montebello

/*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*/

((/))
((G Saguenay–Lac-Saint-Jean))
37=Lac-Bouchette
38=La Doré
39=L'Anse-Saint-Jean
40=Hébertville
41=Saint-Fulgence
((/))
99=* Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre>>
>>

/*SECTION D Notoriété des panneaux de signalisation et des composantes publicitaires de la campagne*/

Q_D1 Voici des panneaux de signalisation qu'on peut voir sur certaines routes du Québec et qui visent à informer les usagers de la route de la présence d'un village-relais.

Avant aujourd'hui, aviez-vous vu l'un ou l'autre de ces panneaux routiers le long d'une route du Québec? *Cliquer sur une image pour l'agrandir.*

/*Insérer les panneaux suivants : à venir*/

[/]
<div class="row img-row">
[/](M IMG-QD1-1.JPG, md-6)[/]
</div><div class="row img-row">
[/](M IMG-QD1-2.JPG, md-6)[/]
</div>
[/]

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

/*Note Notoriété spontanée de publicités sur les Villages-relais (toutes publicités confondues, actuelles ou anciennes)*/

Q_D2 À l'exception des panneaux routiers que nous venons de vous montrer, avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité faisant la promotion des villages-relais?

1=Non->D4a
2=Oui, quelques fois
3=Oui, plusieurs fois
9=* Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->D4a

/*CODI Coder jusqu'à 3 mentions pour la D3. */

/*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_D3a
*facultatif

Où avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité sur les villages-relais?

<<_____>>

/*Note

Notoriété assistée des composantes de la campagne publicitaire actuelle*/

Q_D4a

Vous rappelez-vous avoir vu récemment ce bandeau publicitaire (ou une publicité similaire) sur Internet ou dans les médias sociaux? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir.*

/*Insérer : à venir*/

((M IMG-QD4-1.JPG, md-8))

1=Non->SB1

2=Oui, quelques fois

3=Oui, plusieurs fois

7=*Je n'ai pas pu voir la publicité dont vous parlez->SB1

/*Note

Si on a vu de la publicité sur des sites Web ou dans les médias sociaux (D4a=2,3), on pose la question D6a*/

/*CODI

Coder jusqu'à 3 mentions pour la D6a. */

Q_D6a

Sur quel(s) site(s) ou dans quel(s) médias sociaux avez-vous vu ou lu l'une ou l'autre de ces publicités?

*facultatif

<<_____>>

Q_SB1

Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission ((i *Salut Bonjour*)) diffusée à TVA de 6((e1))h à 10 ((e1))h?

1=Oui

2=Non->BB1

/*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_SB2

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ces extraits où l'on parle des villages-relais ou un extrait similaire? /*(écoutez les extraits jusqu'au bout SVP)*/

[/]
Cliquez sur la vidéo pour la démarrer.
Patientez pendant le téléchargement du message.
Laissez jouer le message en entier.[/]

/*Insérer les extraits :

zbk_Villages Relais_SB_IntegrationVoyage_08 aout_8h37 (00:30 à 00:58)
zbk_Villages Relais_SB_MeteoenDirect_24juillet_8h36 (00:34 à 00:55) */

[/]
<div class="row"><div class="col-xs-12">
[/](V 709dd7ba1f19ecc8f9/e65451a16d1e11e7))[/]
</div></div>
<hr>
<div class="row"><div class="col-xs-12">
[/](V 119dd7ba1f16edcb98/91e26403c8527a17))[/]
</div></div>
[/]
*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui
2=Non
7=* Je n'ai pas réussi à entendre les extraits
9=* Je ne sais pas/Je préfère ne 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*/

Q_BB1 Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission ((i Bonsoir, bonsoir!)) diffusée à Radio-Canada de 21((e1))h à 22((e1))h durant la période estivale?

1=Oui
2=Non->MM1

Q_BB2 Vous souvenez-vous d'avoir entendu cet extrait concernant les villages-relais ou un extrait similaire? /*(écoutez l'extrait jusqu'au bout SVP)*/

[/]
Cliquez sur la vidéo pour la démarrer.
Patientez pendant le téléchargement du message.
Laissez jouer le message en entier.[/]

/*Insérer l'extrait :

Zbk_Integration BB-Villages relais (1).mp4 (03:33 à 03:58)*/

((V ea9dd7bb1819e7c763/4a3b7c591591b7a7))

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui
2=Non
7=*Je n'ai pas réussi à entendre l'extrait
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne 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*/

Q_MM1 Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, la série ((i *Rendez-vous en région*)) diffusée à Météomédia?

1=Oui
2=Non->LAP1

Q_MM2 Vous souvenez-vous avoir entendu cet extrait concernant les villages-relais ou un extrait similaire? /*(écoutez l'extrait jusqu'au bout SVP)*/

[/]
Cliquez sur la vidéo pour la démarrer.
Patientez pendant le téléchargement du message.
Laissez jouer le message en entier.[/]

/*Insérer l'extrait : zbk_Vidéo_Village_Relais.mp4 (00 :20 à 00 :48)*/
(V 449dd7bb1f17e2c5cd/14cd43dbe3f6ba7d)

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui
2=Non
7=*Je n'ai pas réussi à entendre l'extrait
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_LAP1 Par ailleurs, vous arrive-t-il de lire La Presse+ sur une tablette électronique?

1=Très souvent
2=Souvent
3=Rarement
4=Jamais->R1
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->R1

/*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_LAP2

Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu un reportage XTRA sur les villages-relais dans La Presse+ et dont voici quelques pages? *Cliquez sur une image pour l'agrandir.*

/*Afficher les pages 1, 6, 8 et 55 de zbk_2021-08-07_MTQ.pdf*/

[/]

<div class="row img-row">

[/](M PAGE-1.PNG, md-6))(M PAGE-6.PNG, md-6))[/]

</div><div class="row img-row">

[/](M PAGE-8.PNG, md-6))(M PAGE-55.PNG, md-6))[/]

</div>

[/]

1=Oui

2=Non

3=*Je n'ai pas réussi à ouvrir les pages du reportage

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne 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*/

/*Note Notoriété des messages radio*/

Q_R1 À quelle fréquence diriez-vous que vous écoutez la radio?

- 1=Très souvent
- 2=Souvent
- 3=Rarement
- 4=Jamais->BAL1
- 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->BAL1

Q_R2 Vous souvenez-vous d'avoir entendu l'une ou l'autre des publicités suivantes à la radio au cours des derniers mois?

- [/]
- Cliquez sur la publicité pour la démarrer.
- Patientez pendant le téléchargement du message.
- Laissez jouer le message en entier.[/]

/*Insérer :

Zbk_33_Ministeredes Transports du Quebec_Villages-Relais_30s_GMS3457_revision.mp3
Zbk_Pub COGECO villages-relais juillet 2021.mp3*/

[/]
<div class="row"><div class="col-xs-12">
[/](A AUDIO-QR2-0))[/]
</div></div>

<div class="row"><div class="col-xs-12">
[/](A AUDIO-QR2))[/]
</div></div>

[/]
*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod2),(audio,audio-mod)
1=Non
2=Oui, quelques fois
3=Oui, plusieurs fois
7=*Je n'ai pas réussi à entendre le fichier son/la publicité
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne 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*/

Q_BAL1

Vous souvenez-vous d'avoir entendu cet extrait, ou un extrait similaire, d'un balado sur les villages-relais au cours des derniers mois?

[/]
Cliquez sur la publicité pour la démarrer.
Patientez pendant le téléchargement du message.
Laissez jouer le message en entier.[/]

/*Insérer :

Zbk_Balado #17 Village-Relais_mixB.mp3 (00 :30 à 00 :57)*/
((A AUDIO-QBAL1))

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod2),(audio,audio-mod)

1=Non

2=Oui, quelques fois

3=Oui, plusieurs fois

7=*Je n'ai pas réussi à entendre l'extrait

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne 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*/

/*SECTION F Appréciation et impact de la campagne.*/

Q_F1 Sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous le trouvez très mauvais et 10 que vous le trouvez excellent, quelle note donneriez-vous **((G au visuel))** de cette campagne publicitaire maintenant que vous avez visualisé et entendu les publicités?

*format linéaire

0=0; Très mauvais
1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9
10=10; Excellent
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_F2 Toujours sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous le trouvez très mauvais et 10 que vous le trouvez excellent, quelle note donneriez-vous maintenant **((G au contenu))** communiqué dans cette campagne publicitaire (communication de l'information et clarté du propos)?

*format linéaire

0=0; Très mauvais
1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9
10=10; Excellent
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_sicalF2 si ((q#F1=0,1,2,3,4,5,6,7) ou (q#F2=0,1,2,3,4,5,6,7))->F4a
->>F5

/*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*/

/*Note La question suivante est posée si on a donné une note de 7 ou moins aux questions F1 ou F2.*/

/*CODI Coder jusqu'à 3 mentions pour la F4a. */

Q_F4a Pourquoi n'avez-vous pas apprécié davantage cette campagne publicitaire?

*facultatif

<<_____>>

Q_F5 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 avec l'énoncé.

*format matriciel
*pasdelegende

Cette campagne publicitaire m'a incité à m'arrêter dans un village-relais.

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

Q_F6 À la suite de cette campagne publicitaire, je me suis arrêté à des endroits où je ne me serais pas arrêté autrement.

*format matriciel

Q_F7 Cette campagne publicitaire m'a permis de mieux comprendre ce qu'est un village-relais.

*format matriciel

Q_F8 Cette campagne publicitaire m'a amené à penser que les villages-relais sont une bonne façon d'inciter les voyageurs à profiter du moment et de faire une plus longue pause lors de grands déplacements au Québec.

*format matriciel

Q_F9 Cette campagne publicitaire m'a amené à penser que les villages-relais constituent un réseau de services contribuant à la sécurité des usagers de la route.

*format matriciel

/*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*/

/*CODI	Coder jusqu'à 3 mentions pour la F10a. */
Q_F10a	Quels sont le ou les moyens de communication à privilégier pour vous communiquer de l'information sur les villages-relais?
*facultatif	<<_____>>
Q_F11	Quelle est la période (la saison) de l'année où vous planifiez habituellement vos vacances?
	1=Printemps 2=Été 3=Automne 4=Hiver 9=* Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_F12a	Généralement, quels outils parmi les suivants utilisez-vous pour planifier vos déplacements au Québec (Google Maps, Web, magazines, guides, radio, applications, etc.)? *Jusqu'à 3 réponses possibles.*
*Choix multiples *ChoixMinMax=1,3 *Selectif=99	1=Google Maps 2=Web 3=Magazines 4=Guides 5=Radio 6=Applications (Waze, Plans...) 90=Autre (précisez dans l'espace ci-dessous)<précisez> 99=* Je préfère ne pas répondre
Q_F13	Habitez-vous dans un village-relais? ((S <u>Si oui, lequel</u>)?)
	<< <<92=Non, je n'habite pas dans un village-relais 99=* Je préfère ne pas répondre>> [/]<hr>/) <<((G Abitibi-Témiscamingue)) 1=La Sarre 2=Témiscaming (/)) ((G Bas-Saint-Laurent-Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine)) 3=Amqui 4=Cap-Chat 5=Chandler 6=Dégelis 7=La Pocatière 8=Mont-Joli 9=New Richmond

/*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*/

10=Paspébiac
 11=Pohénégamook
 12=Pointe-à-la-Croix
 13=Rivière-au-Renard
 14=Saint-Maxime-du-Mont-Louis
 (/)
((G Capitale-Nationale))
 15=Baie-Saint-Paul
 16=Deschambault-Grondines
 17=Saint-Siméon
 (/)
((G Chaudière-Appalaches))
 18=La Guadeloupe
 (/)>><<**((G Côte-Nord))**
 19=Les Escoumins–Essipit
 20=Forestville
 21=Rivière-au-Tonnerre
 22=Sacré-Cœur-sur-le-Fjord-du-Saguenay
 (/)
((G Estrie))
 23=Coaticook
 24=Danville
 25=Stanstead
 26=Stornoway
 27=Weedon
 (/)
((G Laurentides-Lanaudière))
 28=Berthierville
 29=Labelle
 42=Saint-Donat
 44=Lac-des-Écorces
((G Mauricie–Centre-du-Québec))
 30=Nicolet
 43=Sainte-Eulalie
 31=Yamachiche
 (/)
((G Montérégie))
 32=Acton Vale
 (/)
((G Nord-du-Québec))
 33=Chapais
 (/)>><<**((G Outaouais))**
 35=Maniwaki

/*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*/

36=Montebello
(/)
((G Saguenay–Lac-Saint-Jean))
37=Lac-Bouchette
38=La Doré
39=L'Anse-Saint-Jean
40=Hébertville
41=Saint-Fulgence>>
>>

/*SECTION **Variables sociodémographiques du panel.**

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

- Région (RMR de Qc, RMR de Mtl, ailleurs au Québec)
- L'âge
- Le sexe
- Le plus haut diplôme obtenu (scolarité)
- L'occupation
- La langue maternelle (français, anglais, autre)
- Le revenu familial
- La taille du ménage

***/**

Q_sicalSD si strate=9->putAGE /*EXTAGE*/
->>AGEGRP2
Q_inputAGE q#AGEGRP2=q#EXTAGE
->>putSE5
Q_AGEGRP2 À quel groupe d'âge appartenez-vous?

1=18-24 ans
2=25-34 ans
3=35-44 ans
4=45-54 ans
5=55-64 ans
6=65-74 ans
7=75-84 ans
8=85 ans ou plus

/*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_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS') et q#SE5=input('SE5')

Q_sicalSE5 si strate=9->putSE5p2
->>putSE6 si (q#SE5JRS=blanc ou q#SE5JRS>365)->SE5

Q_SE5JRS *Input* _____

Q_inputSE5p2 q#SE5=q#EXTSE5
->>putSE6

Q_SE5 Plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez terminé**))?

1=Aucun
2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)
3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)
4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)
5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)
7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat
8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)
9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)
10=Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)
90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
99=*Je préfère ne 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*/

Q_inputSE6 q#SE6JRS=input('SE6JRS') et q#VALSE6=input('SE6') et q#SE7JRS=input('SE7JRS') et q#VALSE7=input('SE7')

Q_sicalSE6p1 si strate=9->putSE6p2
si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<182 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc)) ou ((q#SE7JRS=blanc) ou (q#SE7JRS>182) ou (q#SE7JRS<182 et q#VALSE7=99))->SE6/*Si donnée vieille > 6 mois pour SE6 ou SE7*/

->>calSE6p2
Q_SE6JRS *Input* _____

Q_inputSE6p2 q#SE6=q#EXTSE6 et q#SE7=q#EXTSE7
->>calSE10p0

Q_VALSE6 *Autocomplété*
1=1
2=2 3=3 4=4
5=5 ou plus
9=Je préfère ne pas répondre

Q_SE7JRS *Input* _____

Q_VALSE7 *Autocomplété*
95=Aucun
1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7
8=8 et plus
99=Je préfère ne pas répondre

Q_incalSE6p2 q#SE6=q#valSE6 et q#SE7=q#valSE7
->>calSE10p0

Q_SE6 Au total, ((g **combien de personnes**)) habitent chez vous en vous incluant?

Comptez aussi les enfants qui habitent chez vous, que ce soit en permanence ou de temps en temps (ex. : en garde partagée).

1=1
2=2 3=3 4=4
5=5 ou plus
9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalse7b si q#se6=1,9->calSE7c
->>calSE7p2

Q_incalSE7c lorsque q#SE6=1 alors q#SE7=95 et
lorsque q#SE6=9 alors q#SE7=99
->>calSE10p0

Q_incalSE7p2 lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=8 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=7 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=6 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=5 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=4 et
lorsque q#SE6=2,3 alors nepaslire q#SE7=3 et
lorsque q#SE6=2 alors nepaslire q#SE7=2

/*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_SE7 De ces personnes, combien sont des enfants (personnes de ((g moins de)) 18 ans)?

95=Aucune
1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7
8=8 ou plus
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_incalSE10p0 q#SE10JRS=input('SE102021JRS') et q#valSE10=input('SE102021')

Q_sicalSE10p1 si strate=9 ou
(q#SE10JRS=blanc) ou
(q#SE10JRS>182) ou
(q#SE10JRS<182 et q#VALSE10=99) ->SE102021/*Si donnée vieille > 6 mois*/

->>calSE10p2

Q_SE10JRS *Autocomplétée* ____

Q_VALSE10 *Autocomplétée* /*Contient les choix de réponse de la SE102021 */

1=Moins de 15 000 \$
2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
5=De 55 000 \$ à 74 999 \$
6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
7=De 100 000 à 149 999 \$
8=De 150 000 à 199 999 \$
9=De 200 000 \$ ou plus
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_incalSE10p2 q#SE102021=q#valSE10
->>putSE13

Q_SE102021 Quel est votre ((g revenu familial brut)) (avant impôts) ((g annuel))?

1=Moins de 15 000 \$
2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
5=De 55 000 \$ à 74 999 \$
6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
7=De 100 000 à 149 999 \$
8=De 150 000 à 199 999 \$
9=De 200 000 \$ ou plus
99=*Je préfère ne 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*/

Q_inputSE13 q#SE13JRS=input('SE13JRS') et q#SE13=input('SE13')

Q_sicalSE13 si strate=9->putSE13p2
->>putSE1 si (q#SE13JRS=blanc ou q#SE13JRS>365)->SE13

Q_SE13JRS *Input* _____

Q_inputSE13p2 q#SE13=q#EXTSE13
->>putSE1

Q_SE13 Votre ménage est-il propriétaire ou locataire de l'endroit où vous habitez?

1=Propriétaire
2=Locataire
9=*Je préfère ne pas répondre

Q_inputSE1 q#SE1JRS=input('SE1JRS') et q#SE1=input('SE1')

Q_sicalSE1 si strate=9 ou (q#SE1JRS=blanc ou q#SE1JRS>365)->SE1
->>calSE12

Q_SE1JRS *Input* _____

Q_SE1 Votre ((g **principale**)) occupation actuellement?

*Si vous avez plus d'une occupation (exemple : retraité(e) et travail à temps partiel ou étudiant(e) et travail à temps partiel), cochez celle qui vous demande le plus de temps dans la semaine.

Si vous êtes en congé sabbatique, en congé de maternité, en congé de maladie ou d'accident de travail, indiquez si vous travaillez habituellement à temps plein ou à temps partiel.*

1=Je travaille à temps plein (30 heures ou plus par semaine)
2=Je travaille à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
3=Je suis retraité(e)
4=Je suis étudiant(e)
5=Je suis sans emploi (assurance emploi, assistance sociale)
6=Je ne travaille pas par choix (à la maison, au foyer)
90=<préciser>Je suis dans une autre situation (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
99=*Je préfère ne 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*/

Q_sicalSE12 si strate=9->putSE12p2
->>putSE12

Q_inputSE12 q#SE12=input('SE12')
->>FIN /*Panel Or*/

Q_inputSE12p2 q#SE12=q#EXTSE12
->>EXTRMR /*Panel externe*/

Q_SE12 Votre sexe à la naissance?

 1=Masculin
 2=Féminin

**/*NOTE La région est importée au traitement. Les questions EXTRMR et EXTCP
 sont posées aux panélistes externes seulement.*/**

Q_EXTRMR Dans quelle région habitez-vous?

 2=Grande région de Montréal (île de Montréal; Laval et la couronne nord;
 couronne sud)
 1=Grande région de Québec (ville de Québec et villes en périphérie; Rive-
 Sud, incluant Lévis et les villes en périphérie de Lévis)
 3=Ailleurs au Québec

->>FIN

/*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_FINQUOTA Le nombre de répondants ayant votre profil est atteint. Merci de votre collaboration!

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=VILLAGES21NBK
FICHER=VILLAGES21NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P21654NBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\Users\gnolet\Projets\P21654MTQVILLAGE\pw21654nbk\
IMAGES=C:\Users\gnolet\Projets\P21654MTQVILLAGE\IMG\
MODELES=C:\Users\gnolet\Projets\P21654MTQVILLAGE\Modeles6p21654\
STYLE=extra.css
DEBUT=ROUTE0
EFFACER=Oui
EMAIL=pw21654nbk@web.som.ca
ESPACE=3,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1 /*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP /*Commenter si sondage type 2*/
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=8
PRECEDENT=Oui
SEUIL=30
TITRE=Sondage
STATS=mdecourval
ARGUMENTS=(pid,PID)
QUOTA1=QUOTA1
QUOTA2=QUOTA2
SIQUOTA4=OUI

/*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*/