

**MONTRÉAL**

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

QUÉBEC

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

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE « RENVERSONS LA TENDANCE »

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DU CONSEIL EXÉCUTIF

03	/Contexte, objectifs et méthodologie abrégée
04	/Principaux constats
05	/Chapitre 1 : Perception de l'immigration et du français au Québec
11	/Chapitre 2 : Notoriété de la campagne
14	/Chapitre 3 : Appréciation et impact de la campagne

ANNEXES

- /1.** Méthodologie détaillée
- /2.** Questionnaire
- /3.** Tableaux statistiques détaillés (sous pli séparé)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



Contexte Afin de lutter contre le déclin du français, le Québec a adopté la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*, qui stipule notamment que les immigrants sont tenus de maîtriser le français pour être sélectionnés en tant qu'immigrants économiques au Québec. Ainsi, le ministère de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration (MIFI) a lancé une campagne visant à informer sur cette nouvelle mesure.

- Objectifs**
- Évaluer la performance de la campagne (notoriété spontanée, notoriété assistée et appréciation).
 - Mesurer la perception des Québécois à l'égard de l'immigration et du français au Québec.

Population cible Adultes québécois francophones âgés de 18 ans ou plus.

Échantillonnage 1 002 répondants.

Collecte Sondage en ligne réalisé du 12 au 17 janvier 2024.

Pondération Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité en fonction de l'âge, du genre, de la scolarité, de la taille du ménage et du logement.

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

PRINCIPAUX CONSTATS



La plupart des Québécois considèrent que la province n'accueille pas suffisamment d'immigrants francophones.

C'est particulièrement le cas de ceux qui croient que le français est en déclin, des 65 ans ou plus, des personnes qui ne sont pas issues de l'immigration et de celles qui ont le français seulement comme langue maternelle. Même les Québécois qui estiment que la province accueille trop d'immigrants sont pour la plupart d'avis que le Québec ne fait pas assez de place à l'immigration francophone.

La population est en grande partie favorable à l'orientation gouvernementale en matière d'immigration francophone.

La perception voulant que la situation du français au Québec soit en déclin est très répandue dans la population et l'intervention du gouvernement en matière de protection de la langue française est souhaitée. En outre, la grande majorité des Québécois trouvent important que les immigrants économiques maîtrisent le français dès leur arrivée au Québec. Ces perceptions sont par ailleurs assez fortement liées à l'impression que le Québec accueille trop d'immigrants et que l'immigration francophone n'est pas suffisante.

La campagne a été remarquée par quatre Québécois sur dix et la même proportion a très bien compris le message véhiculé par cette dernière.

Bien que la publicité affiche une très faible notoriété spontanée, sa notoriété assistée est plutôt bonne alors que quatre Québécois sur dix avaient vu la publicité vidéo avant de répondre au sondage. Chez les personnes âgées de 65 ans ou plus, cette proportion grimpe à six sur dix. En ce qui a trait à la compréhension du message, deux sur cinq ont très bien compris le message véhiculé. Les trois quarts des gens ont par ailleurs bien identifié le public visé par la publicité. Une proportion non négligeable de la population a toutefois plutôt compris qu'elle s'adressait plutôt aux immigrants. C'est le cas, notamment, pour le quart des immigrants eux-mêmes. Quant à la notion d'immigrant économique, elle aurait avantage à être davantage expliquée à la population.

La publicité est moins appréciée des personnes à qui elle pourrait s'adresser en premier lieu

Les Québécois qui ont une autre langue que le français comme langue maternelle et ceux qui considèrent que la situation du français au Québec est stable ou en progression accordent une note d'appréciation plus faible à la publicité. Ces deux sous-groupes évaluent aussi plus sévèrement la clarté du message, le ton utilisé ainsi que l'attention que suscite la vidéo. Les gens qui jugent que le Québec n'accueille pas assez d'immigrants et ceux qui croient que le Québec accueille juste assez d'immigrants francophones sont eux aussi plus critiques à l'égard de la publicité. Ces résultats laissent penser que la publicité prêche les convertis. Les futures campagnes pourraient davantage chercher à rejoindre les moins convaincus.



Chapitre 1

PERCEPTION DE L'IMMIGRATION ET DU FRANÇAIS AU QUÉBEC

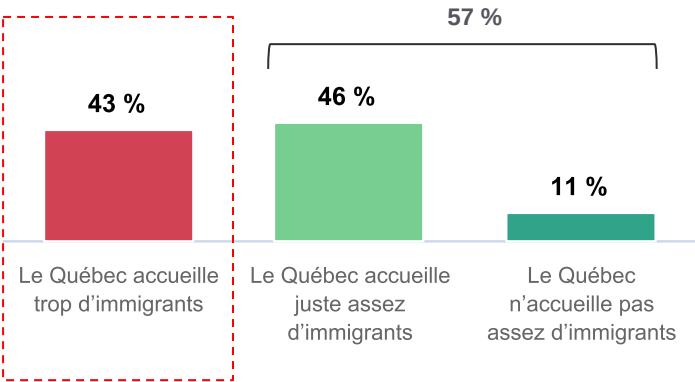
- Perception de l'immigration au Québec
- Perception de la situation du français au Québec
- Perception quant à l'intervention du gouvernement

Q1. Quel énoncé parmi les suivants représente le mieux votre perception de l'immigration au Québec?

Base : tous, excluant la non-réponse n : 924

Les Québécois qui estiment que la province accueille trop d'immigrants représentent une partie appréciable de la population, bien que ce ne soit pas la majorité.

Fait à noter, les répondants qui avaient vu la publicité avant de répondre au sondage sont moins portés à croire que le Québec accueille trop d'immigrants (38 %).



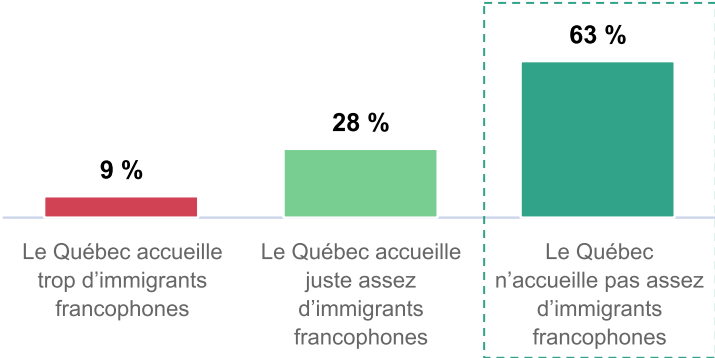
Les sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à être de cet avis :

- diplôme d'études secondaires ou moins (51 %)
- 35-54 ans (49 %)
- considère que le français au Québec est en déclin (49 %)
- réside ailleurs que dans les grandes régions de Québec ou de Montréal (47 %)

Q2. Quel énoncé parmi les suivants représente le mieux votre perception de l'immigration francophone au Québec?

Base : tous, excluant la non-réponse n : 898

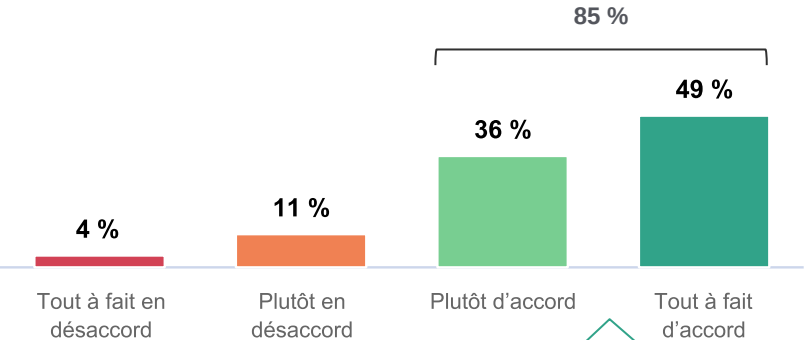
En ce qui concerne l'accueil des immigrants francophones, la majorité des Québécois considèrent que la province pourrait en faire davantage. C'est particulièrement le cas de ceux qui croient que le français est en déclin (72 %), des 65 ans ou plus (70 %), des personnes qui ne sont pas issues de l'immigration (66 %) et de celles qui ont le français seulement comme langue maternelle (65 %).



Le Québec accueille trop d'immigrants (n : 358)	17 ↑	19 ↓	64
Le Québec accueille juste assez d'immigrants (n : 410)	2 ↓	37 ↑	61
Le Québec n'accueille pas assez d'immigrants (n : 99)	5	27	68

Même chez les Québécois qui considèrent que l'on accueille trop d'immigrants, la majorité croit qu'on ne fait pas suffisamment de place à l'immigration francophone.

QB10. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants.
Il est important que les immigrants sélectionnés par le Québec pour leurs compétences et leur capacité à contribuer à l'activité économique maîtrisent le français dès leur arrivée
Base : tous, excluant la non-réponse, n : 982



La grande majorité des Québécois trouvent important que les immigrants économiques maîtrisent le français dès leur arrivée au Québec.

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à se dire tout à fait ou plutôt d'accord :

- considère que le Québec accueille trop d'immigrants (93 %)
- considère que le français au Québec est en déclin (92 %)
- considère que le Québec n'accueille pas assez d'immigrants francophones (91 %)
- 65 ans ou plus (92 %)
- diplôme d'études secondaires ou moins (89 %)
- a le français seulement comme langue maternelle (87 %)

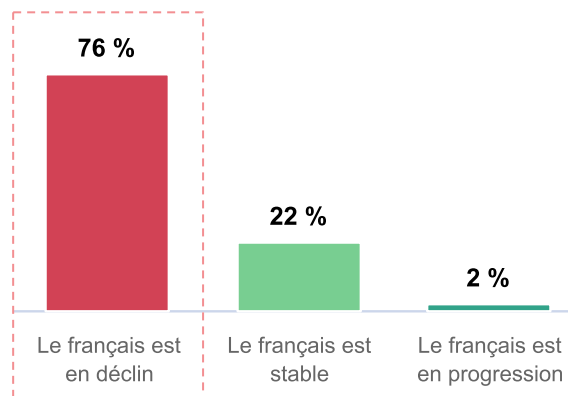
PERCEPTION DE LA SITUATION DU FRANÇAIS AU QUÉBEC



QB12. Selon vous, comment évolue le français au Québec?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 983

La perception voulant que la situation du français au Québec soit en déclin est très répandue dans la population.* Ce sentiment est par ailleurs assez fortement lié à l'impression que le Québec accueille trop d'immigrants et qu'il n'y ait pas assez de place faite à l'immigration francophone.



Les sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à être de cet avis :

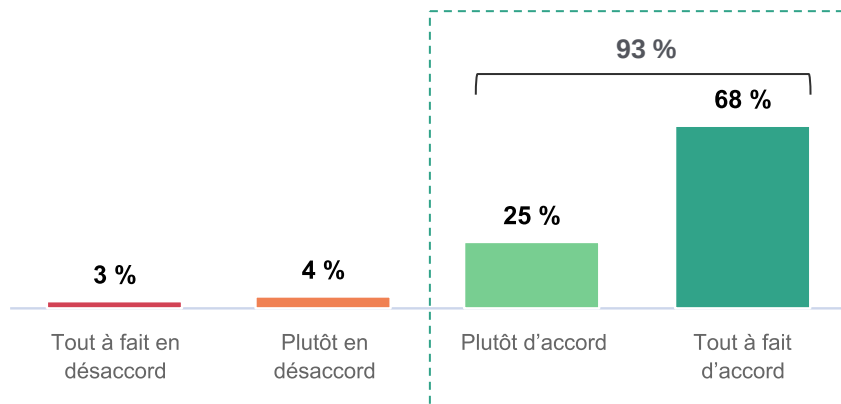
- considère que le Québec accueille trop d'immigrants (87 %)
- considère que la province n'accueille pas assez d'immigrants francophones (87 %)
- 65 ans ou plus (83 %)
- femme (82 %)
- réside à l'extérieur des grandes régions de Québec ou de Montréal (80 %)
- personne non issue de l'immigration (79 %)
- a le français seulement comme langue maternelle (78 %)

* Il est important de considérer ce résultat en tenant compte du fait qu'il est explicitement mentionné « Le français est en déclin » dans la publicité, laquelle est présentée avant cette question.

PERCEPTION QUANT À L'INTERVENTION DU GOUVERNEMENT

QB11. Le gouvernement doit agir pour protéger la langue française

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 988



Les Québécois croient dans une large mesure que le gouvernement doit agir pour protéger la langue française. C'est encore plus vrai pour les personnes qui considèrent que le Québec accueille trop d'immigrants et pour celles qui jugent l'immigration francophone insuffisante.

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement **plus nombreux** à se dire tout à fait ou plutôt d'accord :

- considère que le français au Québec est en déclin (97 %)
- 65 ans ou plus (97 %)
- considère que le Québec accueille trop d'immigrants (96 %)
- considère que le Québec n'accueille pas assez d'immigrants francophones (96 %)
- a le français seulement comme langue maternelle (94 %)

Chapitre 2

NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

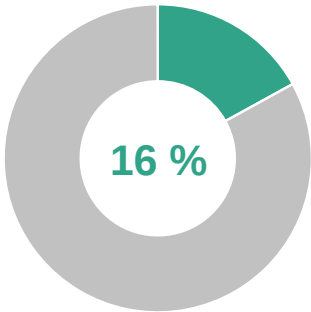
- Bruit publicitaire et notoriété spontanée
- Notoriété assistée

BRUIT PUBLICITAIRE

QA1. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d’avoir vu ou entendu une publicité qui parlait d’immigration au Québec?

Base : tous, n : 1 002

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



NOTORIÉTÉ SPONTANÉE

QA2. Quelle publicité vous souvenez-vous d’avoir vue ou entendue? Veuillez la décrire le plus précisément possible.

Base : tous, n : 1 002*

Question ouverte**

	%
Publicité du MCE « Définitions »	2
Autre	1
Ne sait pas, ne répond pas	12
Ne s'applique pas	84

La campagne obtient une faible notoriété spontanée, puisque seuls 2 % des Québécois sont capable de la décrire explicitement. Les 18-24 ans sont trois fois plus nombreux à le faire, vraisemblablement en raison de l’importance des placements numériques dans le plan média.

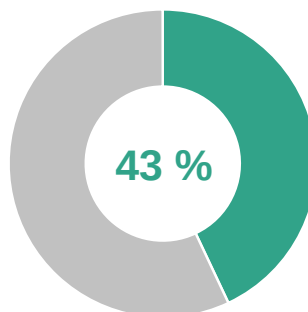
* La question était posée uniquement aux répondants qui se souvenaient d’avoir remarqué une publicité qui parlait d’immigration au Québec. Les résultats sont toutefois reportés sur la base de tous les répondants (ceux qui ne se souviennent pas d’avoir remarqué de publicité sont regroupés dans le choix « ne s’applique pas »), pour rendre compte de la notoriété spontanée réelle.

** Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d’individus ayant mentionné une réponse en lien avec la catégorie.

QA3. Voici une vidéo diffusée au cours des dernières semaines. Veuillez la regarder attentivement.
Vous souvenez-vous d'avoir vu cette vidéo avant aujourd'hui?

Base : tous, n : 1 002

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



À 43 %, la notoriété assistée de la vidéo est plutôt bonne considérant le plan média. Elle est plus élevée auprès des personnes âgées de 65 ans ou plus (58 %) et des femmes (47 %).



Chapitre 3

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

- Compréhension du message et du public cible
- Expression « immigrant économique »
- Appréciation de la campagne
- Usure publicitaire

COMPRÉHENSION DU MESSAGE ET DU PUBLIC CIBLE



QB1. Quel message reprenez-vous principalement de cette vidéo? Veuillez l'expliquer le plus précisément possible.

Base : tous, n : 1 002

Question ouverte*

	%
Le gouvernement souhaite prioriser les francophones pour l'immigration	30
Le français est important au Québec	13
Il faut protéger le français	11
Il faut cibler les immigrants francophones afin de protéger la langue française	10
Le français est en déclin au Québec	8
Au Québec, tout le monde parle français	7
Il faut parler français	5
Parler français facilite l'intégration	3
L'immigration est importante au Québec	1
Il faut améliorer la qualité du français	1
Autre	2
Ne sait pas, ne répond pas	9

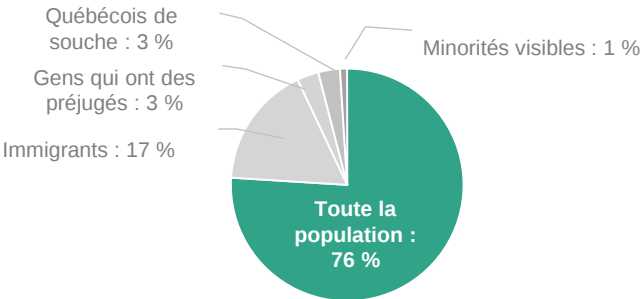


Quatre Québécois sur dix ont très bien compris le message véhiculé par la campagne (réponses en vert foncé). Cette proportion augmente à cinq sur dix chez les universitaires (contre 34 % chez les gens détenant au plus un diplôme d'études secondaires).

Les trois quarts des gens ont bien identifié le public visé par la campagne. Certains sous-groupes sous plus nombreux à avoir plutôt compris que la publicité s'adresse aux immigrants. C'est le cas des répondants qui jugent que le Québec accueille trop d'immigrants francophones (29 %), des répondants issus de l'immigration (26 %), des 18-34 ans (24 %) et des hommes (20 %).

QB2. À qui s'adresse principalement ce message selon vous?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 981



* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné une réponse en lien avec la catégorie.

EXPRESSION « IMMIGRANT ÉCONOMIQUE »



QB3. Selon vous, que signifie l'expression « immigrant économique »?

Base : tous, n : 1 002

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*

	%
Immigrants qui viennent pour travailler	26
Immigrants qui aident l'économie du Québec	17
Immigrants qui arrivent avec des moyens financiers	11
Immigrants qui sont aptes au travail	11
Immigrants qualifiés	9
Immigrants et étrangers qui investissent au Québec	9
Immigrants qui comblent des postes	7
Immigrants cherchant de meilleures opportunités économiques	4
Immigrants qui peuvent parler et travailler en français	3
Ne sait pas, ne répond pas	25

Une proportion plutôt faible de Québécois comprennent bien à quoi réfère le concept d'immigrant économique (en vert foncé).

Certains en ont une compréhension partielle (en vert pâle), alors que d'autres ont fait une interprétation erronée (en blanc). Il y a lieu de mieux informer la population.

Un immigrant économique est une personne immigrante sélectionnée en raison de ses compétences et de sa capacité à contribuer à une activité économique du pays d'accueil.**

* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie. Le tableau présente les réponses données par plus de 2 % des répondants de chaque catégorie.

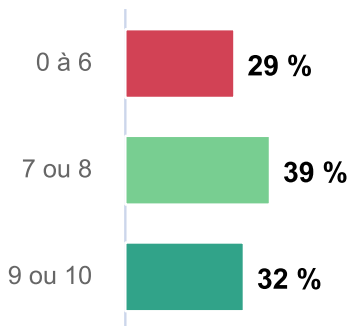
** Source : Grand dictionnaire étymologique de l'Office québécois de la langue française.

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE



QB4. Sur une échelle de 0 à 10, quelle note d'appréciation donnez-vous à cette vidéo?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 986



Note moyenne : **7,3/10**

La vidéo est modérément appréciée des Québécois, le tiers lui donnant une note de 0 à 6. Elle est moins bien évaluée par les sous-groupes suivants :

- considère que le Québec n'accueille pas assez d'immigrants (6,0)
- considère que le français au Québec est stable ou en progression (6,4)
- 18-34 ans (6,6)
- a une autre langue que le français comme langue maternelle (6,7)
- considère que le Québec accueille juste assez d'immigrants francophones (6,9)
- diplômé universitaire (7,0)

Ceux qui donnent une note de 6 ou moins le font pour différentes raisons dont **plusieurs semblent associées à une vision qui diffère de celle véhiculée dans le message (en gris)**. D'autres commentaires sont plutôt liés à une préférence personnelle (en blanc).

QB5. Pour quelle(s) raison(s) donnez-vous cette note à cette vidéo?*

Base : répondants à la question B4, n : 986

Note d'appréciation de 0 à 6 (n : 295)	%	Note d'appréciation de 7 ou 8 (n : 393)	%	Note d'appréciation de 9 ou 10 (n : 298)	%
La publicité fait preuve de discrimination	13	Le message est clair	25	Le message est clair	40
La publicité n'est pas intéressante	12	La publicité transmet le bon message	10	La publicité transmet le bon message	26
La publicité est mal conçue	8	La publicité est bien conçue	10	La publicité est bien conçue	10
La publicité ne transmet pas le bon message	7	La publicité est correcte	7	La publicité est informative	9
La publicité est inutile	7	La publicité n'est pas intéressante	5	La publicité fait preuve d'ouverture	8
Le message n'est pas clair	6			La publicité va droit au but	7
La publicité n'interpelle pas	6			La publicité est simple	6
La publicité utilise un mauvais ton	5				

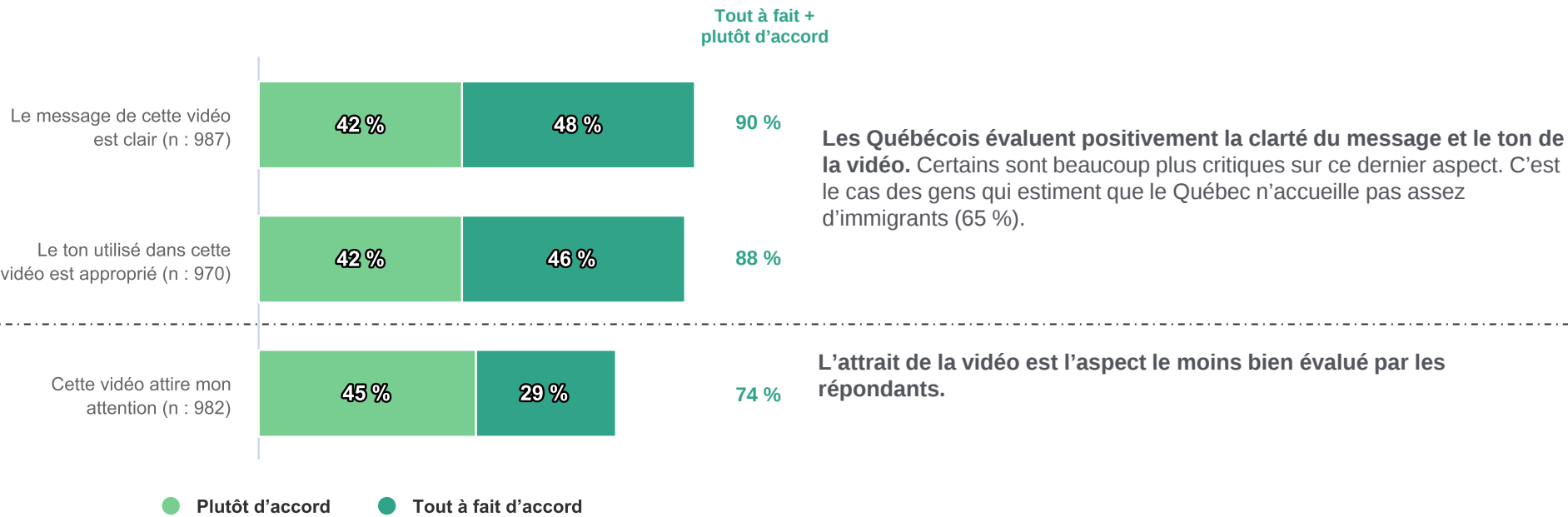
* Question ouverte, plusieurs réponses possibles. Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie. Le tableau présente les réponses données par 5 % des répondants ou plus de chaque catégorie.

17

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE (SUITE)



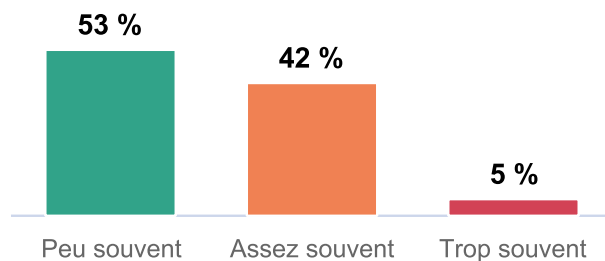
QB7-B9. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants.
Base : tous, excluant la non-réponse



Les Québécois qui ont une autre langue que le français comme langue maternelle et ceux qui considèrent que la situation du français au Québec est stable ou en progression évaluent plus sévèrement les trois aspects mesurés.

QB6a. Diriez-vous que vous avez vu cette vidéo...?

Base : répondants ayant vu la publicité avant le sondage, excluant la non-réponse, n : 422



L'usure publicitaire de la vidéo est très faible, alors qu'une infime partie de la population dit l'avoir vue trop souvent et que moins de la moitié affirme l'avoir vue assez souvent.

Certains sous-groupes sont plus enclins à affirmer avoir vu la publicité trop souvent. C'est le cas de ceux qui trouvent que le Québec n'accueille pas assez d'immigrants (20 %), de ceux qui estiment que la situation du français au Québec est stable ou en progression (14 %) et des 18-34 ans (13 %).



Annexe 1

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

La population cible est constituée des adultes (18 ans ou plus) québécois francophones.

Bases de sondage

- Le panel Or web de SOM. Il s'agit d'un panel probabiliste constitué d'internautes recrutés aléatoirement dans le cadre de nos sondages téléphoniques auprès de la population adulte en général.
- Un panel externe non probabiliste.

Plan d'échantillonnage

Un échantillon de membres du panel Or a été tiré à l'aide d'un algorithme visant la meilleure représentativité possible en fonction de la région, de l'âge, du genre, de la langue maternelle, de la scolarité, du statut de propriétaire ou de locataire et de la taille du ménage. Un panel externe a été utilisé pour joindre certains sous-groupes de répondants en quantité suffisante, notamment les jeunes et les individus moins scolarisés.

Au total, le sondage compte 1 002 répondants, qui se répartissent de la façon suivante :

- RMR (région métropolitaine de recensement) de Montréal : 435 répondants;
- RMR de Québec : 129 répondants;
- Ailleurs au Québec : 438 répondants.

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été conçu par SOM, en collaboration avec le MCE. Le questionnaire était disponible en français seulement. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.

COLLECTE

Période de collecte

Du 12 au 17 janvier 2024.

Mode de collecte

- Questionnaire autoadministré par internet.
- Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or et par le fournisseur externe pour le panel externe.
- Collecte web sur les serveurs de SOM.

Résultats administratifs

Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse est de 29,9 % pour le panel Or de SOM.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	2 699	Désabonnement	10
Nombre d'entrevues visé	790	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 037
Invitations envoyées (A)	2 689	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	10	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	792	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	13	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	805	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	45	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	60	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	38,6 %
Abandon durant le questionnaire	117	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	77,6 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	29,9 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée sur la base des adultes francophones, 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 du genre;
- La proportion d'adultes vivant seuls;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- Le statut de propriétaire ou de locataire.

Données de population utilisées : recensement de 2021.

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

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les 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). Aussi, les marges d'erreur sont présentées à titre indicatif.

Les marges d'erreur présentées à la page suivante sont calculées au niveau de confiance de 95 % et tiennent compte de l'effet de plan.

L'effet de plan apparaît lorsque les questionnaires remplis 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 de la page suivante, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 871 ($1\ 002 \div 1,151$).

Le tableau de la page suivante affiche les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Ensemble	RMR de Québec	Région RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1002	129	435	438
EFFET DE PLAN	1,151	1,202	1,137	1,149
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,7 %	1,9 %	1,0 %	1,0 %
95 % ou 5 %	1,4 %	4,1 %	2,2 %	2,2 %
90 % ou 10 %	2,0 %	5,7 %	3,0 %	3,0 %
80 % ou 20 %	2,7 %	7,6 %	4,0 %	4,0 %
70 % ou 30 %	3,0 %	8,7 %	4,6 %	4,6 %
60 % ou 40 %	3,3 %	9,3 %	4,9 %	4,9 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,3 %	9,5 %	5,0 %	5,0 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





**Sondage sur la campagne Renversons la tendance
Ministère du Conseil exécutif (MIFI)**

/*Population cible : adultes québécois francophones (échantillon de 1000 répondants)*/

Q_Bi Bienvenue dans ce questionnaire!
->>calCON

Q_MP Mot de passe _____
Q_PID *ID Fournisseur externe _____ *

/*Description des strates :
1=Panel Or
997=Fournisseur Externe*/

Q_sicalCON si strate=997->CON /*997=Strate fournisseur*/
->>VIDEO

Q_siCON si q#PID=1->OUT /*Test logique à modifier*/
->>AGEGRP2EXT

Q_AGEGRP2EXT 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

Q_EXTSE5 Quel est le 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=*Autre (précisez dans la boîte ci-dessous) <précisez>

99=*Je préfère ne pas répondre

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

4=Je n'habite pas au Québec->OUT

Q_sicalEXT

si (q#AGEGRP2EXT=5,6,7,8 et strate=997)->OUT

si (q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=4,5,6,7,8,9,10,90,99 et strate=997)->OUT

->>calquot1

Q_incalquot1

lorsque (q#AGEGRP2EXT=1 et strate=997) alors q#Quota1=1 et

lorsque (q#AGEGRP2EXT=2 et strate=997) alors q#Quota1=2 et

lorsque (q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=1,2,3 et strate=997) alors q#Quota1=3

->>calout

Q_Quota1

Quota âge/scolarité fournisseur

1=18-24 (70)

2=25-34 (70)

3=35-54 (diplôme inf au collégial) (70)

Q_sicalout

si quota1 atteint->FINQUOTA

->>VIDEO

Q_VIDEO

Il y aura une vidéo à regarder dans ce questionnaire, vous devez être en mesure de le faire. Veuillez regarder l'extrait suivant pour tester votre matériel.

/*Vidéo sample.mp4*/

((V a790d1b11f1ae4c02e/1ca8457f4207eb19))

Êtes-vous en mesure de voir ET d'entendre cet extrait vidéo?

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

1=Oui

2=Non (veuillez vérifier votre matériel et recommencer)->VIDEO

3=Non, après vérification, mon matériel ne me permet pas de regarder la vidéo->OUT

Q_1

Quel énoncé parmi les suivants représente le mieux votre perception de l'immigration au Québec?

*Rotation symétrique

1=Le Québec accueille trop d'immigrants

2=Le Québec accueille juste assez d'immigrants

3=Le Québec n'accueille pas assez d'immigrants

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

Q_2

Quel énoncé parmi les suivants représente le mieux votre perception de l'immigration ((g **francophone**)) au Québec?

*Rotation symétrique

1=Le Québec accueille trop d'immigrants francophones

2=Le Québec accueille juste assez d'immigrants francophones

3=Le Québec n'accueille pas assez d'immigrants francophones

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

/*Bruit publicitaire et notoriété*/

Q_A1 Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu ou entendu une publicité qui parlait d'immigration au Québec?

1=Oui

2=Non->A3

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->A3

Q_A2 Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue ou entendue? ((I Veuillez la décrire le plus précisément possible.))

*exclusif=(a2,a2nsp)

<<

<< _____ >>

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

Q_A3 Voici une vidéo diffusée au cours des dernières semaines. ((I Veuillez la regarder attentivement.))

/*Insérer fichier mp4*/



((V 7090d1b21c1be3c5f9/3eb43b8d45d7b5eb))

Vous souvenez-vous d'avoir vu cette vidéo avant aujourd'hui?

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

1=Oui

2=Non

/*Évaluation de la campagne*/

Q_B1 Quel message reprenez-vous principalement de cette vidéo? ((I Veuillez l'expliquer le plus précisément possible.))

<< _____ >>

Q_B2 À qui s'adresse principalement ce message selon vous?

*rotation

1=Aux minorités visibles

2=À toute la population

3=Aux gens qui ont des préjugés

4=Aux immigrants

5=Aux Québécois de souche

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

Q_B3 Selon vous, que signifie l'expression « immigrant économique »?

*exclusif=(b3,b3nsp)

<<

<< _____ >>

99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf NSP>>

Q_B4

Sur une échelle de 0 à 10, quelle note d'appréciation donnez-vous à cette vidéo?

*format linéaire

0=0; Très mauvaise

1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9

10=10; Excellente

99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->calB6a

Q_incalaffB4

lorsque q#B4=0 alors q#affB4=0 et
lorsque q#B4=1 alors q#affB4=1 et
lorsque q#B4=2 alors q#affB4=2 et
lorsque q#B4=3 alors q#affB4=3 et
lorsque q#B4=4 alors q#affB4=4 et
lorsque q#B4=5 alors q#affB4=5 et
lorsque q#B4=6 alors q#affB4=6 et
lorsque q#B4=7 alors q#affB4=7 et
lorsque q#B4=8 alors q#affB4=8 et
lorsque q#B4=9 alors q#affB4=9 et
lorsque q#B4=10 alors q#affB4=10

->>B5

Q_affB4

Autocomplétée pour affichage __

Q_B5

Pour quelle(s) raison(s) donnez-vous une note de <affB4> à cette vidéo?

*exclusif=(b5,b5nsp)

<<

<< _____ >>

99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf NSP>>

/*Note : poser QB6a à ceux qui ont vu la publicité avant le sondage (A3=oui)*/

Q_sicalB6a

si q#A3=1->B6a

->>rotB

Q_B6a

Diriez-vous que vous avez vu cette vidéo...?

1=Peu souvent

2=Assez souvent

3=Trop souvent

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

/*Questions B7 à B11 en rotation – format matriciel*/

Q_inrotB

rotation=q#B7, q#B8, q#B9, q#B10, q#B11 (après=q#B12)

Q_B7

Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants.

Le message de cette vidéo est clair

*format matriciel

*pasdelegende

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_B8 *format matriciel	Cette vidéo attire mon attention
Q_B9 *format matriciel	Le ton utilisé dans cette vidéo est approprié
Q_B10 *format matriciel	Il est important que les immigrants sélectionnés par le Québec pour leurs compétences et leur capacité à contribuer à l'activité économique maîtrisent le français dès leur arrivée
Q_B11 *format matriciel	Le gouvernement doit agir pour protéger la langue française
Q_B12 *Rotation symétrique	Selon vous, comment évolue le français au Québec? 1=Le français est en déclin 2=Le français est stable 3=Le français est en progression 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
/*SOCIO-DÉMO	Âge, genre, scolarité, taille du ménage, langue maternelle, région, code postal*/
Q_IMM	Vous considérez-vous comme un immigrant de première ou de deuxième génération? 1=Oui, de première génération 2=Oui, de deuxième génération 4=Non 9=*Je préfère ne pas répondre
Q_sicalAGEGRP2 ->>putAGEp1 Q_inputAGEp1 ->>calGNR	si strate=1->AGEGRP2 q#AGEGRP2=q#AGEGRP2EXT
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
Q_incalGNR Q_sicalGNR2 ->>GENRE	q#GENRE=input('GENRE') si q#GENRE=1,2,3->calSE5
Q_GENRE	Quel est votre genre? 1=Masculin 2=Féminin

3=Autre
si strate=1->putSE5

Q_sicalSE5
->>putSE5p3

Q_inputSE5
q#SE5JRS=input('SE5JRS')

Q_sicalSE5p2
->>putSE5p2
si (q#SE5JRS>365 ou q#SE5JRS=blanc)->SE5

Q_SE5JRS
Input _____

Q_inputSE5p2
->>calSE6
q#SE5=input('SE5')

Q_inputSE5p3
->>calSE6
q#SE5=q#EXTSE5 et q#AUSE5=q#AUEXTSE5

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

Q_sicalSE6
->>putSE6
si strate=997->SE6

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

Q_sicalSE6p1
->>calSE6p2
si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<182 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc))->SE6/* Si donnée vieille > 6 mois pour SE6*/

Q_SE6JRS
Input _____

Q_VALSE6
Autocomplété

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

Q_incalSE6p2
->>putSE11P1
q#SE6=q#valSE6

Q_SE6

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_inputSE11P1

q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

Q_sicalSE11P1
->>putSE13

si (q#SE11P1JRS=blanc ou q#SE11P1JRS=9999)->SE11P1

Q_SE11P1JRS

Input _____

Q_SE11p1

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

Q_inputSE13

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

Q_sicalSE13
->>calCP1

si (q#SE13JRS=blanc ou q#SE13JRS>365)->SE13

Q_SE13JRS

Input _____

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_incalCP1 q#IDCPJRS=input('IDCPJRS')
->>calCP2

Q_IDCPJRS *Input* _____

Q_sicalCP2 si strate=997 ou q#IDCPJRS=blanc ou q#IDCPJRS>365->IDCP
->>FIN

Q_IDCP Quel est votre code postal? *Les trois premiers caractères suffisent.*

 ((F RED <AVRTCP>))

*facultatif
*codepostal
*soumettre
*confidentiel

<< _____[ex. : G1G]>>

Q_sicalCP3 si q#IDCP=blanc->calAVRT1
->>FIN

Q_incalAVRT1 q#AVRTCP=1
->>IDCP

Q_AVRTCP *Auto complété*
0=*
1=Svp entrer les 3 premiers caractères de votre code postal. Merci!

Q_FINQUOTA Le nombre de répondants ayant votre profil est atteint. Merci de votre intérêt!

Q_FIN Merci de votre collaboration!

***Informations

PROJET=MCEPCI23NBK
FICHIER=FMCEPCI23NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P23822NBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\Users\gjacques\Projets\P23822MCEPCI\pw23822nbk\
IMAGES=C:\Users\gjacques\Projets\P23822MCEPCI\IMG\
MODELES=C:\Users\gjacques\Projets\P23822MCEPCI\modeles6p23822\
DEBUT=calCON
EFFACER=Oui
EMAIL=pw23822nbk@web.som.ca
ESPACE=3,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1 /*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=5
PRECEDENT=Oui
TITRE=Sondage
STATS=alaprise