MONTRÉAL
1100, boul. Robert-Bourassa
Bureau 1210
Montréal (Québec) H3B 3A5
T 514 878-9825

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

SONDAGE SUR LA RÉFORME DE LA RÉMUNÉRATION DES MÉDECINS

RAPPORT PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DU CONSEIL EXÉCUTIF

RÉF. : R25355v1p4p1MCE(Accès soins de santé).pptx

JUIN 2025

TABLE DES MATIÈRES

03 /Contexte, objectifs et méthodologie abrégée

04 /Faits saillants

07 /Chapitre 1 : Opinion publique

14 /Chapitre 2 : Campagne publicitaire

ANNEXES

/1. Méthodologie détaillée

/2. Questionnaire

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE

Contexte	Le gouvernement du Québec a récemment annoncé son intention de revoir le mode de rémunération des médecins afin d'améliorer l'accès aux soins de première ligne. Une proposition a été faite pour que la rémunération inclue une portion liée au nombre de patients pris en charge. Dans ce contexte, une campagne d'information a été déployée dans les médias pour présenter cette réforme à la population.
Objectifs	• Connaître l'opinion publique à l'égard de la réforme proposée. • Évaluer la campagne publicitaire déployée par le gouvernement du Québec.
Population cible	Adultes québécois.
Échantillonnage	1 060 répondants, dont 971 francophones*.
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 30 au 31 mai 2025.
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, de la langue maternelle et de la région.
Marges d'erreur	La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,4 % (au niveau de confiance de 95 %).

* Les répondants sont dits francophones ou anglophones selon la langue dans laquelle ils ont rempli le questionnaire. Les questions portant spécifiquement sur la campagne publicitaire ont été posées aux francophones seulement, puisque la campagne n'a été diffusée qu'en français. Les autres questions, notamment celles sur l'opinion publique, ont été posées à tous.

Faits saillants

FAITS SAILLANTS
PRINCIPAUX CONSTATS

L'opinion publique est divisée et possiblement mal informée

Dans les négociations qui opposent le gouvernement du Québec aux médecins, **l'opinion publique est divisée presque à parts égales** : les médecins ont une très légère longueur d'avance, avec l'appui spontané de 28 % de la population, contre 25 % pour la position gouvernementale. Le reste des Québécois est indécis, indifférent ou simplement ignorant de l'actualité.

Pourtant, lorsqu'on prend le temps d'exposer la **proposition gouvernementale concernant le mode de rémunération** des médecins, **plus de la moitié des Québécois (55 %) y sont favorables**, à divers degrés (18 % totalement d'accord et 37 % plutôt d'accord). La légère avance des médecins semble donc davantage attribuable au capital de sympathie dont ils jouissent, plutôt qu'au défaut de la proposition gouvernementale. **Une communication plus claire et plus soutenue des objectifs de la réforme pourrait changer la donne**, d'autant plus qu'une proportion importante de la population n'a pas encore pris position.

Certains résultats en faveur d'une réforme

Quelques éléments résonnent positivement dans la population :

- On en parle depuis des années et cela se reflète dans l'opinion publique : **neuf Québécois sur dix sont d'accord pour que les infirmières et les pharmaciens obtiennent plus de responsabilités** dans le système de santé.
- Par ailleurs, 44 % des citoyens estiment que **les médecins de famille devraient accueillir plus de patients**, une proportion nettement supérieure à celle des personnes convaincues que le statu quo est acceptable (33 % considèrent que le nombre actuel de patients est adéquat).

En revanche, **peu de Québécois estiment que l'on devrait réduire la rémunération des médecins** (16 %). Il faut donc être prudent avec cet argument, qui pourrait toucher une corde sensible.

Les campagnes n'ont pas fait mouche

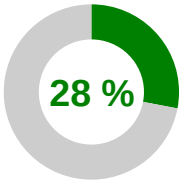
Les campagnes des trois parties prenantes (gouvernement du Québec, FMOQ, FMSQ) ont probablement contribué au bruit médiatique entourant les négociations (28 %), mais **très peu de Québécois sont capables de décrire une publicité ou de nommer spontanément son annonceur**. La campagne de la FMOQ semble avoir retenu davantage l'attention du public, suivie de celle du gouvernement du Québec et de la FMSQ.

La **notoriété assistée de la campagne gouvernementale** est de 18 % chez les francophones, un résultat acceptable dans un contexte de rapidité d'exécution et considérant le format principalement textuel de la campagne. Elle **pourrait toutefois être plus convaincante** dans une prochaine mouture**.**

FAITS SAILLANTS
PRINCIPAUX RÉSULTATS

CAMPAGNE PUBLICITAIRE*

Bruit médiatique



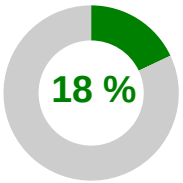
Notoriété spontanée*

Publicité gouvernementale	2 %
Publicité FMOQ	2 %
Publicité FMSQ	1 %

Annonceur

La FMOQ	47 %
Le gouvernement	39 %
La FMSQ	31 %

Notoriété assistée



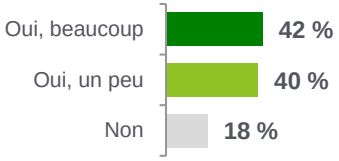
Appréciation du message

	Tout à fait + plutôt d'accord
Le message est clair	83 %
Le message me convainc qu'il faut revoir le mode de rémunération des médecins	69 %

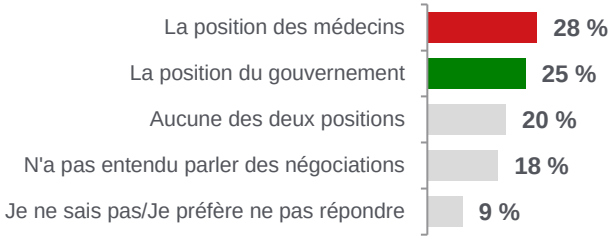
* Base : francophones

OPINION PUBLIQUE

A entendu parler des négociations



Position des Québécois sur les négociations



Degré d'accord envers la proposition du gouvernement et les responsabilités des infirmières et des pharmaciens

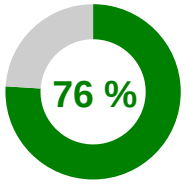
	Tout à fait + plutôt d'accord
Donner plus de responsabilités aux infirmières et pharmaciens	89 %
La proposition du gouvernement du Québec	55 %

Perception de la rémunération et du nombre de patients

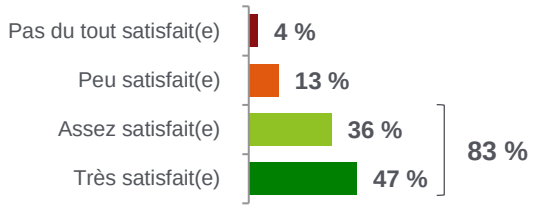
	+	=	-	Non-réponse
Nombre de patients des médecins	44 %	33 %	5 %	18 %
Rémunération des médecins	15 %	59 %	16 %	10 %

SYSTÈME DE SANTÉ

Accès à un médecin de famille ou un GMF



Satisfaction à l'égard des services du médecin de famille ou GMF

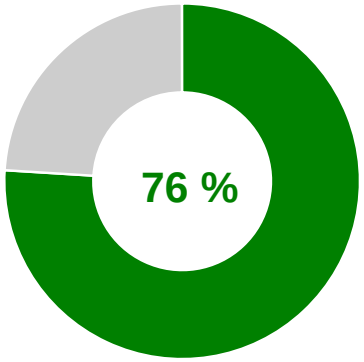


Chapitre 1

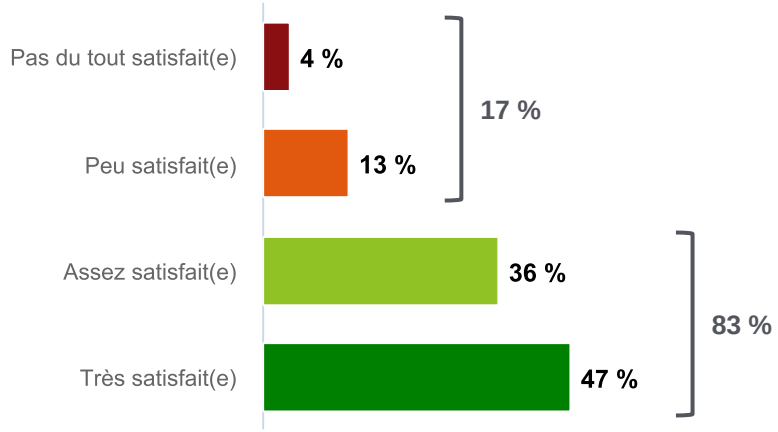
OPINION PUBLIQUE

- Système de santé
- Bruit médiatique et position des Québécois
- Position des Québécois à l'égard des négociations
- Position des Québécois à l'égard de la réforme proposée
- Perceptions de la rémunération et du nombre de patients

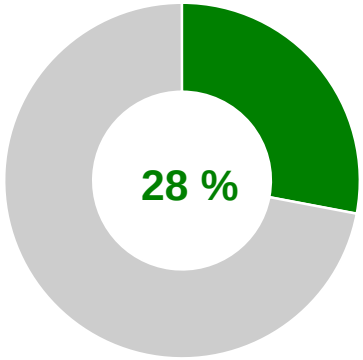
QC1. Avez-vous un médecin de famille ou accès à un groupe de médecine familiale?
Base : tous, n : 1 060
Le graphique présente la proportion de « oui ».



QC2. Êtes-vous satisfait(e) des services rendus par votre médecin de famille ou groupe de médecine familiale?
Base : répondants qui ont un médecin de famille ou un GMF, excluant la non-réponse, n : 788



QC3. Est-ce que vous ou un membre de votre foyer travaillez ou avez déjà travaillé dans le réseau de la santé?
Base : tous, n : 1 060
Le graphique présente la proportion de « oui ».

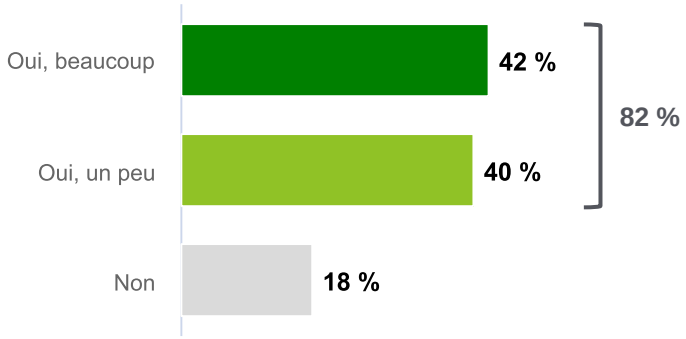


Les questions sur l'accès à un médecin de famille ou un GMF (76 %) et le travail dans le réseau de la santé (28 %) visaient essentiellement à **vérifier si l'opinion des Québécois varie en fonction de ces considérations**. Ce sera indiqué dans le rapport lorsque ce sera le cas.

Il est par ailleurs intéressant de noter que la majorité des Québécois ayant un médecin de famille ou accès à un GMF sont satisfaits des services qu'ils ont reçus. Les aînés en sont davantage satisfaits (65 ans ou plus : 91 %).

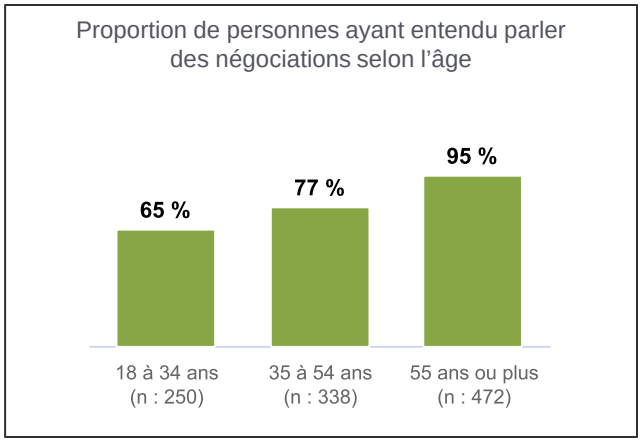
BRUIT MÉDIATIQUE

QA1. Au cours des dernières semaines, avez-vous entendu parler des négociations entre les médecins et le gouvernement du Québec?
Base : tous, n : 1 060



Il y a **beaucoup de bruit médiatique entourant les négociations entre les médecins et le gouvernement du Québec** : la grande majorité des Québécois en ont effectivement entendu parler, ne serait-ce qu'un peu. Cette forte exposition médiatique contribue à la prise de position (ceux qui n'en avaient pas entendu parler se retrouvent en plus grande proportion parmi les indécis), mais ne garantit pas l'adhésion au point de vue gouvernemental.

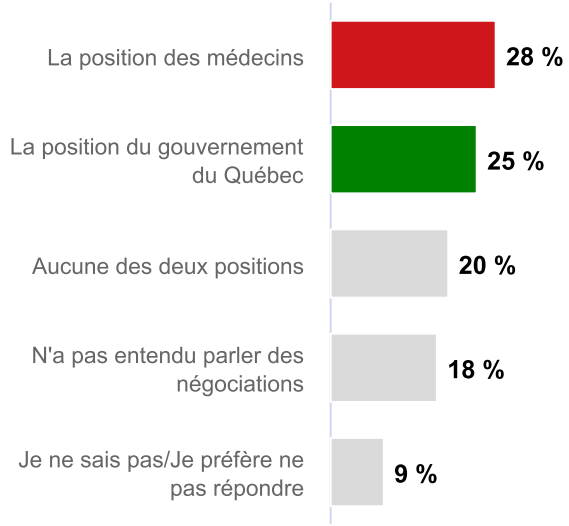
Les jeunes, les individus moins scolarisés et les anglophones ont été moins exposés au bruit médiatique des négociations.



POSITION DES QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD DES NÉGOCIATIONS

QA2. Dans ces négociations, quelle position reflète le mieux votre point de vue?*

Base : tous, n : 1 060



L'opinion publique est fortement divisée concernant les négociations entre les médecins et le gouvernement, avec des proportions très proches exprimant un appui aux médecins et au gouvernement du Québec.

Les sous-groupes suivants sont **plus enclins à appuyer la position gouvernementale** :

- Les gens de 55 ans ou plus (37 %);
- Les hommes (32 %);
- Les personnes qui habitent en dehors des grandes régions de Montréal et de Québec (29 %);
- Les francophones (28 %) sont plus enclins à appuyer la position gouvernementale.

À l'inverse, les segments suivants **se reconnaissent davantage dans la position des médecins** :

- Les anglophones (45 %);
- Les jeunes adultes (18 à 34 ans, 36 %);
- Les individus qui travaillent ou qui ont travaillé dans le réseau de la santé (33 %).

Trois personnes sur dix affirment n'appuyer aucune des deux positions (20 %) ou sont indécises (9 %). Leur profil est présenté à la page suivante.

* Cette question était posée uniquement aux répondants qui ont donné une réponse positive à la QA1. Elle est toutefois ici reportée sur l'ensemble des répondants (ceux qui avaient répondu « Non » à la QA1 correspondent au choix « N'a pas entendu parler des négociations »), de façon à présenter l'opinion publique globale.

POSITION DES QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD DES NÉGOCIATIONS (SUITE)

	Population générale (n : 1 060) %	Aucune des deux positions (n : 253) %	Je ne sais pas/ Je préfère ne pas répondre (n : 82) %	Total des deux colonnes précédentes (n : 335) %
Âge				
18 à 34 ans	25	13 -	15 -	14
35 à 54 ans	31	38 +	27	34
55 ans ou plus	44	49	58 +	52
Genre				
Masculin	49	49	39 -	46
Féminin	51	51	61 +	54
Région				
RMR Québec	10	15 +	8	13
RMR Montréal	50	50	44	48
Ailleurs au Québec	40	35	48	39
Scolarité				
Secondaire ou moins	50	41 -	56	45
Collégial	19	22	24	22
Universitaire	31	37 +	20 -	33
Langue du questionnaire				
Français	86	93 +	88	92
Anglais	14	7 -	12	8
Langue maternelle				
Français seulement	75	83 +	73	80
Autre	25	17 -	27	20

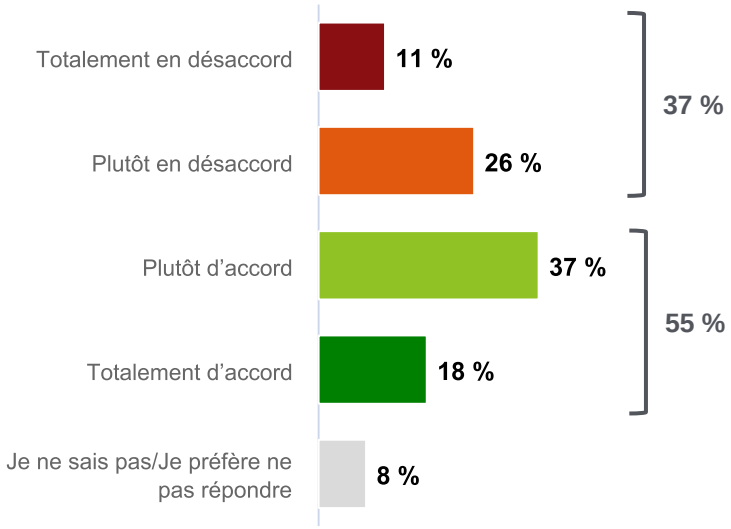
Ce tableau brosse le portrait des Québécois qui ne prennent pas position. On remarque notamment que :

- Les femmes et les Québécois âgés de 55 ans ou plus sont surreprésentés chez les indécis;
- La tendance à la neutralité est plus marquée chez les individus plus scolarisés et les francophones.

Note : Les symboles indiquent une différence statistiquement significative, à la hausse (+) ou à la baisse (-), entre le groupe cité et l'ensemble des autres répondants.

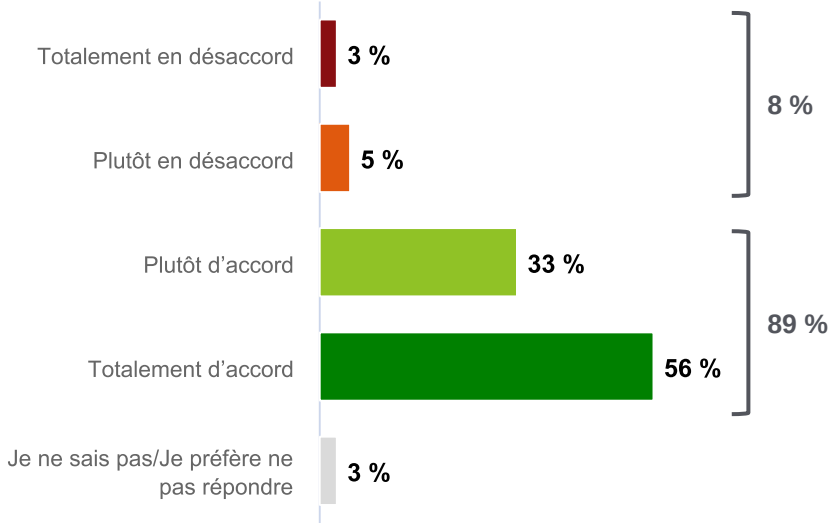
POSITION DES QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD DE LA RÉFORME PROPOSÉE

QA3. [Description de la proposition du gouvernement du Québec à l'égard du mode de rémunération des médecins] **Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cette proposition du gouvernement du Québec?**
Base : tous les répondants, n : 1 060



Lorsqu'elle est expliquée, **un peu plus de la moitié des Québécois est d'accord avec la proposition du gouvernement**; un sur cinq y adhère fortement (18 % de réponses « totalement d'accord »). Il reste donc du travail à faire pour informer et sensibiliser la population, notamment les femmes (plus souvent indécises) et les anglophones (qui s'y opposent en plus grande proportion).

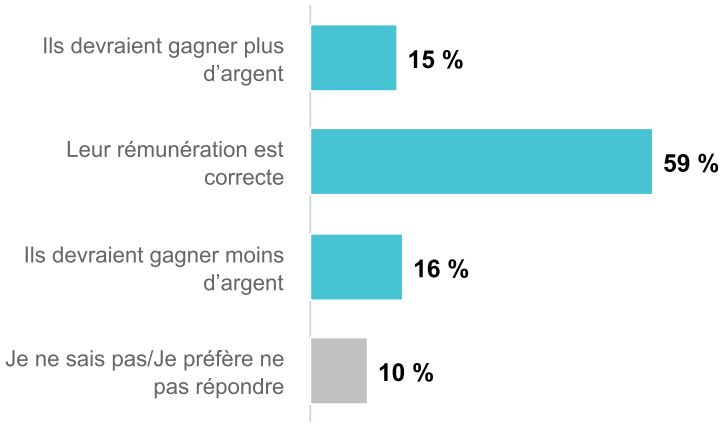
QA6. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord pour donner plus de responsabilités aux infirmières et aux pharmaciens?
Base : tous les répondants, n : 1 060



Il y a un assez large **consensus dans la population quant à l'octroi de responsabilités supplémentaires aux infirmières et aux pharmaciens**. Étonnamment, les 18-34 ans y sont un peu moins favorables (79 % sont d'accord, contre 90 % ou plus dans les autres groupes d'âge).

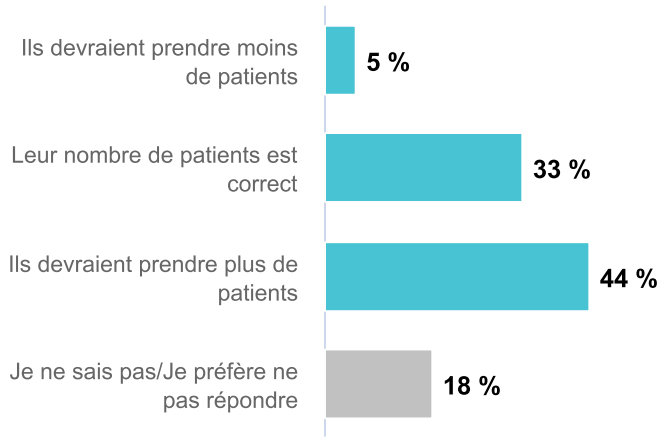
PERCEPTIONS DE LA RÉMUNÉRATION ET DU NOMBRE DE PATIENTS

QA4. Que pensez-vous de la rémunération des médecins?
Base : tous les répondants, n : 1 060



La majorité des gens croient que **la rémunération des médecins est correcte**.

QA5. Que pensez-vous du nombre de patients des médecins de famille?
Base : tous les répondants, n : 1 060



L'idée selon laquelle **les médecins devraient prendre plus de patients** est celle qui rallie le plus grand nombre de Québécois. Cette perception est **plus marquée chez les personnes qui n'ont pas accès à un médecin de famille ou un GMF** (54 % contre 41 % pour celles qui y ont accès).

Chapitre 2

CAMPAGNE PUBLICITAIRE

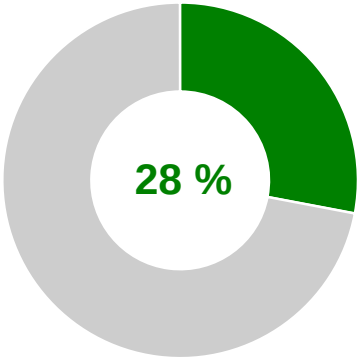
- Bruit publicitaire
- Notoriété spontanée et annonceur
- Notoriété assistée
- Clarté et impact du message

BRUIT PUBLICITAIRE

QB1. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une publicité concernant les négociations entre le gouvernement du Québec et les médecins? Nous faisons vraiment référence ici à une publicité, et non à un reportage.

Base : tous les francophones, n : 971

Le graphique présente la proportion de « oui ».



Trois Québécois francophones sur dix affirment se souvenir d'une publicité au sujet des négociations entre le gouvernement et les médecins.

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à s'en souvenir :

- Les personnes qui ont beaucoup entendu parler des négociations (46 % contre 3 % chez ceux qui n'en ont pas du tout entendu parler);
- Les gens âgés de 55 ans ou plus (36 % contre 26 % ou moins pour les autres groupes d'âge).

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE ET ANNONCEUR

QB2. Quelles publicités vous souvenez-vous d'avoir vues, lues ou entendues? Veuillez les décrire le plus précisément possible.
Base : tous les francophones, n : 971*

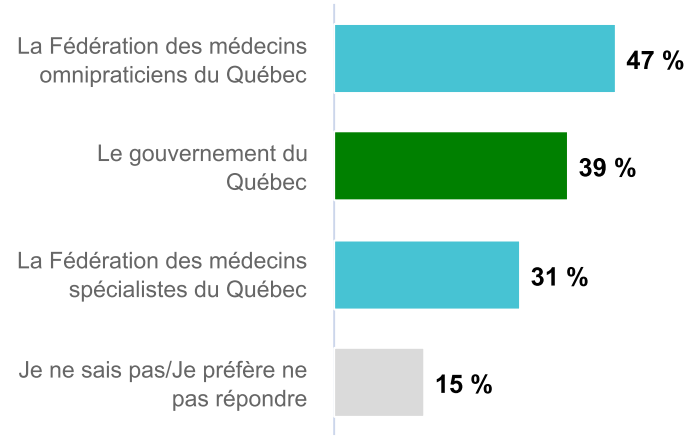
Question ouverte, plusieurs réponses possibles**

	%
Publicité MCE « Rémunération des médecins »	2
Publicité FMOQ « Prendre soin de votre vie donne un sens à la nôtre »	2
Publicité FMSQ « Parce que soigner, c'est tenir parole »	1
Autre	5
Je me souviens d'aucune publicité sur le sujet	72
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	18

Très peu de gens sont en mesure de décrire précisément la publicité qu'ils disent avoir vue, lue ou entendue. Sur la base de tous les francophones, **2 % font référence spontanément et de façon explicite à la publicité gouvernementale**.

La catégorie « autre » contient des réponses variées, mais la plupart renvoient à une publicité « des médecins ».

QB3p1. Qui était l'annonceur de la publicité dont vous vous souvenez? Vous pouvez cocher plusieurs réponses si vous avez vu plusieurs publicités.***
Base : francophones qui se souviennent d'avoir vu, lu ou entendu au moins une publicité concernant les négociations, n : 281



Lorsqu'on leur propose des choix de réponses, **les personnes qui se souviennent d'une publicité l'associent d'abord à la FMOQ**, devant le gouvernement du Québec.

* Cette question était posée uniquement aux francophones qui ont donné une réponse positive à la QB1. Elle est toutefois ici reportée sur l'ensemble des francophones (ceux qui avaient répondu « Non » ou « Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre » à la QB1 correspondent au choix « Ne se souvient d'aucune publicité sur le sujet ») pour apprécier la notoriété spontanée de la campagne sur des francophones.
** 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.
*** Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE

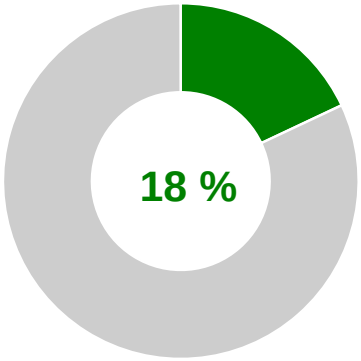
QB4. Voici des publicités diffusées au cours des dernières semaines par le gouvernement du Québec. Veuillez en lire attentivement le contenu. Vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces publicités avant aujourd'hui?

Base : tous les francophones, n : 971

Le graphique présente la proportion de « Oui ».





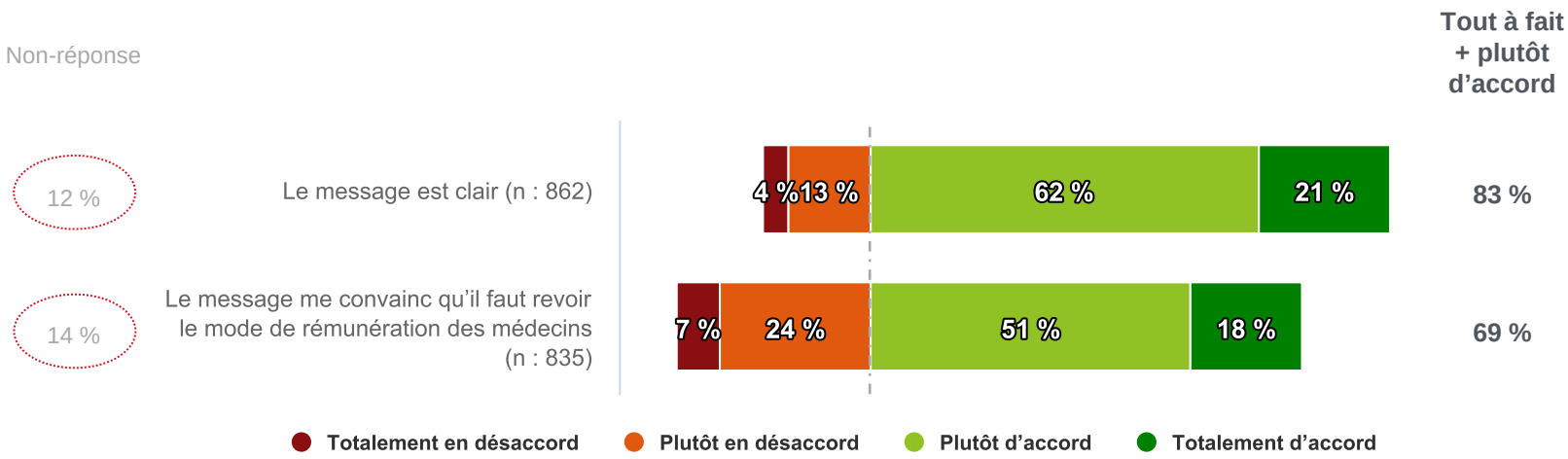


Un francophone sur cinq se souvient d'avoir vu l'une des publicités du gouvernement du Québec.

La campagne a été **moins remarquée par les jeunes** (notoriété de 12 % chez les 18-34 ans, contre 16 % ou plus dans les autres groupes d'âge). Elle culmine chez les aînés (65 ans ou plus) avec 25 %.

CLARTÉ ET IMPACT DU MESSAGE

QB5 et B6. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant cette campagne de publicité?
Base : francophones exposés aux publicités durant le sondage, excluant la non-réponse*



Si la majorité des francophones trouvent le message relativement clair (83 %), seulement un sur cinq en est convaincu (21 % de réponses « totalement d'accord »). Jumelés à la non-réponse qui excède 10 % pour cet énoncé, ces résultats laissent croire que **le message gagnerait à être vulgarisé**.

Un peu plus des deux tiers des sondés considèrent le message convaincant (69 %) avec, encore une fois, peu de réponses tranchées (18 %). **Le message pourrait certainement être plus convaincant**.

* Les résultats présentés excluent la non-réponse, le taux de non-réponse est toutefois indiqué à gauche du graphique, puisqu'il est non négligeable.

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.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

PLAN DE SONDAGE

Population cible
La population cible est constituée des adultes du Québec.

Bases de sondage
Le panel Or de SOM. Il s'agit d'un panel principalement probabiliste constitué d'internautes essentiellement 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 web de SOM a été tiré à l'aide d'un algorithme qui vise la meilleure représentativité possible de l'échantillon en fonction de l'âge, du genre de la région, 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 1 060 répondants (dont 840 à partir du panel Or et 220 à partir d'un panel externe).

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été élaboré par le client, puis révisé, traduit et programmé par SOM.
Le questionnaire pouvait être rempli en français ou en anglais.
Le questionnaire est disponible à l'annexe 2.

COLLECTE

Période de collecte
Les 30 et 31 mai 2025.

Mode de collecte
Sondage en ligne autoadministré.
Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or.
Collecte web sur les serveurs de SOM.

Résultats administratifs de la collecte (les résultats détaillés sont présentés à la page suivante)
Le taux de réponse pour le panel Or est de 22,9 %.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

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	**3 689**	Désabonnement	2
Nombre d'entrevues visé	840	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		**UNITÉ JOINTE TOTALE (C)**	1 217
Invitations envoyées **(A)**	3 670	**UNITÉ NON JOINTE**	
Adresse de courriel sur la liste noire	19	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'usager dépassé	1
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	840	Autres messages de retour non reconnus	14
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale **(D)**	15
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	**UNITÉ INEXISTANTE**	
Unité jointe répondante totale **(B)**	840	Courriel invalide (usager@)	6
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	316	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	15	Unité inexistante totale **(E)**	6
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		**TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))**	**33,2 %**
Abandon durant le questionnaire	44	**TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)**	**69,0 %**
Courriel automatique (absence du répondant)	0	**TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))**	**22,9 %**

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée sur la base des adultes, 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 genre;
- la langue maternelle (français seulement, autre);
- la proportion d'adultes vivant seuls;
- le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- la proportion estimée des adultes propriétaires.

Données : 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 toutes les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGE 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, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 841 (1 060 ÷ 1,260).

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

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE*

	Ensemble
NOMBRE DE RÉPONDANTS	1 060
EFFET DE PLAN	1,260
PROPORTION :	
99 % ou 1 %	0,7 %
95 % ou 5 %	1,5 %
90 % ou 10 %	2,0 %
80 % ou 20 %	2,7 %
70 % ou 30 %	3,1 %
60 % ou 40 %	3,3 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,4 %

* La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée : elle est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %.

Annexe 2

QUESTIONNAIRE

Mode de rémunération des médecins
Ministère du Conseil exécutif

/*Population cible et échantillonnage : 1 000 adultes québécois*/

Q_Bi Bienvenue!
->>calEXT

Q_MP *Mot de passe* _____
Q_EXTID *ID Externe* _____

Q_sicalEXT si strate=1->A1
->>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 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_RMREXT 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_sicalFL si (q#AGEGRP2EXT=5,6,7 et strate=9)->OUT
si (q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=4,5,6,7,8,9,10,90,99 et strate=9)->OUT
->>calquot

Q_incalQuot lorsque q#AGEGRP2EXT=1 alors q#QUOTA1=1 et
lorsque q#AGEGRP2EXT=2 alors q#QUOTA1=2 et
lorsque (q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=1,2,3) alors q#QUOTA1=3
->>calOut1

Q_QUOTA1 *Quota d'âge*
1=18-24 ans (70)
2=25-34 ans (70)
3=35-54 ans diplôme inf au collégial (70)

Q_sicalout1 si quota1 atteint->FINQUOTA
->>A1

/*Section A : Perceptions (tous les répondants) (6 variables)*/

Q_A1 Au cours des dernières semaines, avez-vous entendu parler des ((G **négociations))** entre les médecins et le gouvernement du Québec?

1=Oui, beaucoup
2=Oui, un peu
3=Non->A3
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->A3

/*Poser QA2 si on a entendu parler des négociations, sinon A3*/

Q_A2 Dans ces négociations, quelle ((G **position))** reflète le mieux ((G **votre point de vue))**?

*rotation

1=La position du gouvernement du Québec
2=La position des médecins
3=*((F #53555C Aucune des deux positions))
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_A3 Le gouvernement du Québec souhaite revoir le mode de rémunération des médecins. Il propose qu'une portion du salaire des médecins soit liée au nombre de patients pris en charge. L'objectif est d'inciter les médecins à prendre en charge un plus grand nombre de patients.

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cette proposition du gouvernement du Québec?

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

Q_A4 Que pensez-vous de la ((G **rémunération))** des médecins?
*rotation symétrique

1=Ils devraient gagner plus d'argent
2=Leur rémunération est correcte
3=Ils devraient gagner moins d'argent
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_A5 Que pensez-vous du ((G **nombre de patients))** des médecins de famille?
*rotation symétrique

1=Ils devraient prendre moins de patients
2=Leur nombre de patients est correct
3=Ils devraient prendre plus de patients
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_A6 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord pour donner ((G **plus de responsabilités aux infirmières et aux pharmaciens))**?

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

/*Section B : Campagne publicitaire (<u>répondants francophones seulement</u>, les répondants anglophones vont à C1) (6 variables)*/

Q_sicalSECTB si Langue=F->B1
->>C1

Q_B1 Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une ((G **publicité))** concernant les négociations entre le gouvernement du Québec et les médecins?

Nous faisons vraiment référence ici à une publicité, et non à un reportage

1=Oui
2=Non->B4
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->B4

/*Coder toutes les mentions*/

Q_B2 Quelles publicités vous souvenez-vous d'avoir vues, lues ou entendues? ((I Veuillez les décrire le plus précisément possible.))

*exclusif=(B2,B2NSP)

<<
<<_____>>
999=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf nsp>>

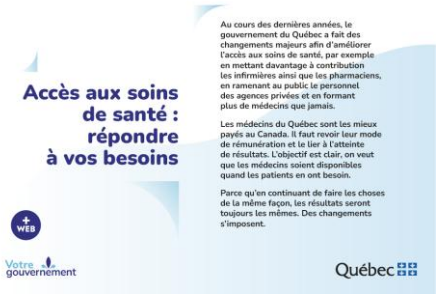
Q_B3p1 Qui était ((G **l'annonceur))** de la publicité dont vous vous souvenez?

Vous pouvez cocher plusieurs réponses si vous avez vu plusieurs publicités.

*rotation
*choix multiples
*choixminmax=1,3
*selectif=9

1=Le gouvernement du Québec
2=La Fédération des médecins spécialistes du Québec
3=La Fédération des médecins omnipraticiens du Québec
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_B4 Voici des publicités diffusées au cours des dernières semaines par le gouvernement du Québec. ((G **Veuillez en lire attentivement le contenu))**.



/* */ /*



*/

/*((acces_sante_LaPresse+_980_x_670_px))
((acces_sante_Baniere_300_x_250_px animation_sans logos))*/

[/]
[/]((M BANNIERE.GIF))[/]
[/]((M LAPRESSE.PNG))[/]
[/]

Vous souvenez-vous d'avoir l'une ou l'autre de ces publicités avant aujourd'hui?

1=Oui
2=Non
7=J'ai un problème technique : je ne peux pas voir les visuels->C1
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Rotation des énoncés B5 et B6 + format matriciel*/

Q_inrotB rotation=q#B5, q#B6 (après=q#C1)

Q_B5 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant cette campagne de publicité?

Le message est clair

*format matricielle
*pasdelegende

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

Q_B6 Le message me convainc qu'il faut revoir le mode de rémunération des médecins

*format matricielle

/*Section C : Proximité avec le système de santé (3 variables) (tous les répondants)*/

Q_C1 Avez-vous un médecin de famille ou accès à un groupe de médecine familiale?

1=Oui
2=Non->C3
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->C3

/*QC2 posée si suivie (QC1=1), sinon QC3*/

Q_C2 Êtes-vous satisfait(e) des services rendus par votre médecin de famille ou groupe de médecine familiale?

1=Pas du tout satisfait(e)
2=Peu satisfait(e)
3=Assez satisfait(e)
4=Très satisfait(e)
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_C3 Est-ce que vous ou un membre de votre foyer travaillez ou avez déjà travaillé dans le réseau de la santé?

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

/*Section D : Variables sociodémographique (6 variables)*/

Q_sicalAGE si strate=9->putAGEp1
->>AGEGRP2

Q_inputAGEp1 q#AGEGRP2=q#AGEGRP2EXT
->>GENRE

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_incalGENRE1 q#valGENRE=input('GENRE')
->>calGENRE2

Q_valGENRE *Valeur de QGENRE si disponible*
1=Masculin

2=Féminin
3=Autre /*sans précision*/

Q_sicalGENRE2 ->>GENRE — si q#valGENRE=1,2,3->putGENRE

Q_inputGENRE ->>calSE5p1 — q#GENRE=q#valGENRE

Q_GENRE — Quel est votre genre?

Par genre, on entend le genre actuel, qui peut différer du sexe assigné à la naissance ou de celui inscrit dans les documents légaux.

1=Masculin
2=Féminin
3=Autre /*sans précision*/

Q_sicalSE5p1 ->>putSE5p3 — si strate=1->putSE5

Q_inputSE5 ->>calSE5 — q#SE5JRS=input('SE5JRS')

Q_SE5JRS — *Input* _____

Q_sicalSE5 ->>putSE5p2 — si (q#SE5JRS=blanc ou q#SE5JRS>365)->SE5

Q_inputSE5p2 ->>putSE11p1 — q#SE5=input('SE5')

Q_inputSE5p3 ->>SE11p1 — q#SE5=q#EXTSE5 et q#AUSE5=q#AUEXTSE5

Q_SE5 — 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

- Langue maternelle

Q_inputSE11P1 q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

Q_sicalSE11P1 si (q#SE11P1JRS=blanc ou q#SE11P1JRS=9999)->SE11P1 ->>putSE6

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_inputSE6 q#SE6JRS=input('SE6JRS') et q#VALSE6=input('SE6')

Q_sicalSE6p1 si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<183 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc))->SE6 ->>calSE6p2

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 q#SE6=q#valSE6
->>putIDCP

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_inputIDCP q#IDCPJRS=input('IDCPJRS')
->>calCPp1

Q_IDCPJRS *input*_____

Q_sicalCPp1 si (q#IDCPJRS=9999 ou q#IDCPJRS=blanc ou q#IDCPJRS>365)->IDCP
->>FIN

Q_IDCP Quel est votre code postal? *Les 3 premiers caractères suffisent.*

((F RED <AVRTCP>))

*code postal
*facultatif
*confidentiel
*soumettre

<<_____[ex. : G1G]>>

Q_sicalCP 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_FIN Merci de votre participation !