



MONTREAL

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

QUÉBEC

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

ÉVALUATION POST-CAMPAGNE - INTERNET HAUTE VITESSE AU QUÉBEC

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DU CONSEIL EXÉCUTIF

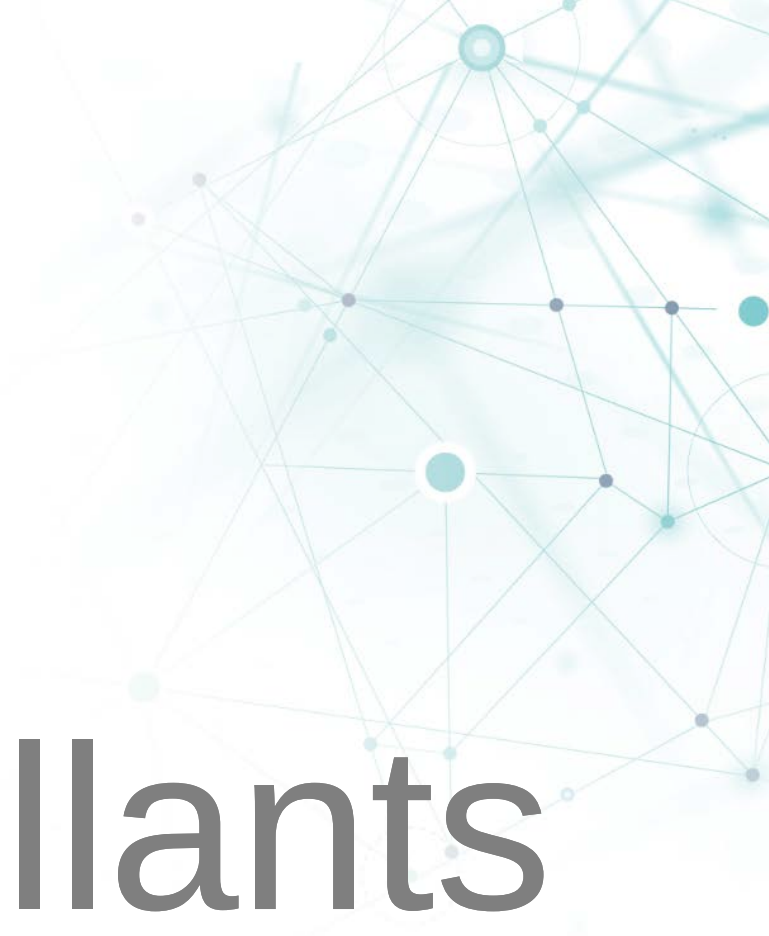
03	/Contexte, objectifs et méthodologie abrégée
04	/Faits saillants
06	/Chapitre 1 : Notoriété assistée des initiatives à l'étude
09	/Chapitre 2 : Évaluation de la campagne publicitaire – Volet 1
17	/Chapitre 3 : Évaluation de la campagne publicitaire – Volet 2
23	/Chapitre 4 : Accès et comportements

ANNEXES

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



Contexte	Étant donné l'évolution constante des outils technologiques, l'accès à un service Internet haute vitesse de qualité à coût abordable est essentiel pour toutes et tous, que ce soit pour travailler, faire des affaires, s'instruire ou communiquer avec des proches. En janvier 2021, il a été estimé qu'environ 250 000 foyers québécois n'avaient toujours pas accès à Internet haute vitesse, et ce, malgré les initiatives privées de fournisseurs de services Internet et les incitatifs financiers en provenance de programmes gouvernementaux. Lancée le 22 mars 2021, la stratégie de l'Opération Haute vitesse vise à remédier à cette situation, avec diverses rondes de financement qui sont venues appuyer le déploiement de ces services en région, et ce, dans des délais serrés, tout en permettant au Québec d'afficher, à terme, le plus haut taux de connectivité au pays, soit plus de 99 %. Au printemps 2022, une campagne de communication a donc été déployée en deux volets, afin d'informer la population quant aux réalisations gouvernementales dans ce dossier d'importance.
Objectifs	Le ministère du Conseil exécutif (MCE) souhaite maintenant mesurer la performance de cette campagne publicitaire diffusée en deux volets, soit du 25 avril au 29 mai 2022 partout au Québec et du 30 mai au 23 juin 2022 dans des régions ciblées.
Population cible	Adultes québécois pour le volet 1 et adultes francophones résidant ailleurs que dans les RMR (régions métropolitaines de recensement) de Québec ou de Montréal pour le volet 2.
Échantillonnage	1 505 répondants, répartis en trois grandes régions, soit la RMR de Montréal (n : 528), la RMR de Québec (n : 156) et ailleurs au Québec (n : 821).
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 29 juillet au 5 août 2022.
Pondération	Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité en fonction de l'âge, du sexe, de la région, de la taille du ménage, de la scolarité et de la langue maternelle.
Marge d'erreur	La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,1 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle est de 4 % pour les répondants habitant hors des RMR de Québec ou de Montréal.
Notes	Cette campagne a été diffusée à la télévision et à la radio en français et en anglais pour le premier volet, et uniquement à la radio en français pour le deuxième volet. Tout au long de ce rapport, <i>francophone</i> ou <i>anglophone</i> fait référence à la langue du questionnaire.

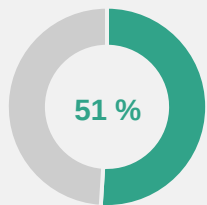
An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines in shades of teal and blue, with some nodes highlighted in white.

Faits saillants

FAITS SAILLANTS

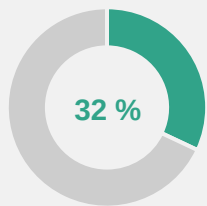


Notoriété assistée
vidéo volet 1



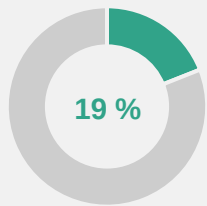
Note moyenne
d'appréciation
7,3/10

Notoriété assistée
audio volet 1



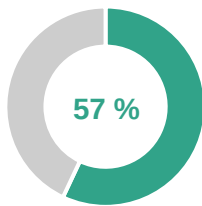
Note moyenne
d'appréciation
7,1/10

Notoriété assistée
volet 2

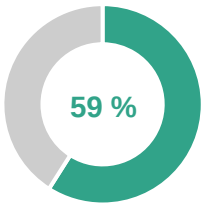


Note moyenne
d'appréciation
7,0/10

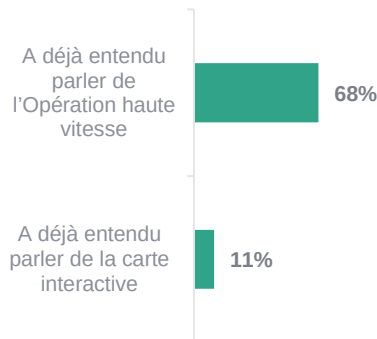
Notoriété assistée
volet 1



Notoriété assistée totale
(volets 1 et 2)



Initiatives gouvernementales

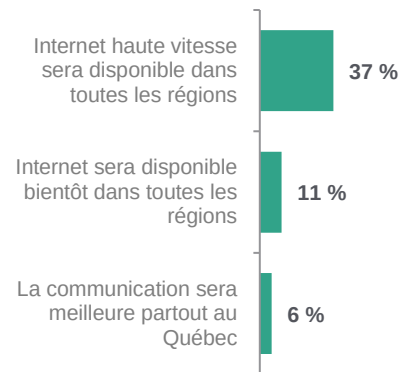


Impact de la campagne

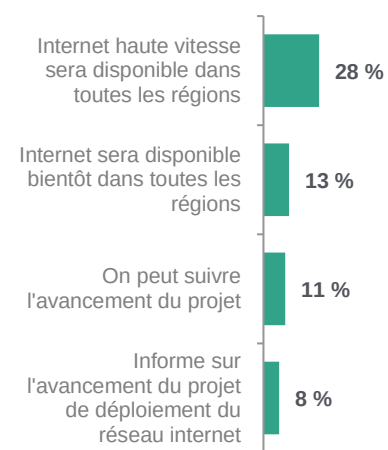
	Volet 1	Volet 2
Ce message est clair (tout à fait + plutôt d'accord)	86 %	85 %
Ce message attire mon attention (tout à fait + plutôt d'accord)	69 %	58 %
Je me sens concerné par ce message (tout à fait + plutôt d'accord)	44 %	47 %
Le gouvernement du Québec doit poursuivre ses efforts de projets de connectivité (tout à fait + plutôt d'accord)	93 %	-
Ce message m'incite à consulter le site Québec.ca/HauteVitesse (tout à fait + plutôt d'accord)	-	51 %

Compréhension du message
(principaux mentionnés)

Volet 1



Volet 2





Chapitre 1

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DES INITIATIVES À L'ÉTUDE

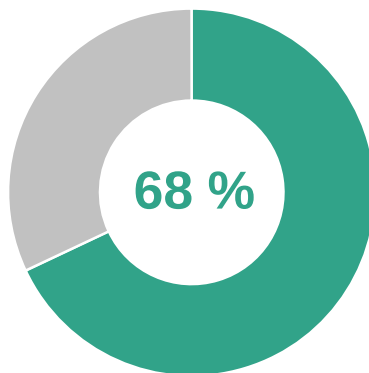
- Notoriété assistée d'*Opération haute vitesse*
- Notoriété assistée et consultation de la carte interactive

A1. En mars 2021, le gouvernement du Québec a lancé *Opération haute vitesse* afin de donner accès à Internet haute vitesse à l'ensemble des foyers sur le territoire québécois, et ce, d'ici le 30 septembre 2022. Avec cette opération, le Québec affichera, à terme, le plus haut taux de connectivité au pays, soit plus de 99 %.

Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà entendu parler de cette initiative du gouvernement du Québec?

Base : tous, n : 1 505

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



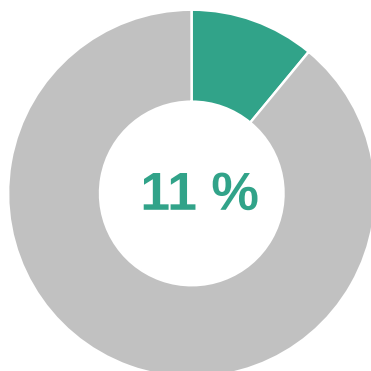
Près de sept répondants sur dix (68 %) ont entendu parler de l'initiative du gouvernement du Québec concernant l'accès à Internet haute vitesse. Les répondants de 55 ans ou plus (81 %), les répondants vivant en région* (75 %), les francophones (73 %) ainsi que les hommes (72 %) sont proportionnellement plus nombreux à être au courant de cette initiative. La notoriété de l'initiative grimpe à 82 % chez les répondants qui ont été exposés à la campagne avant ce sondage.

A3. Une carte interactive présentant l'état d'avancement du déploiement de la desserte en Internet haute vitesse au Québec est disponible sur le site Québec.ca/HauteVitesse.

Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà entendu parler de cette carte interactive?

Base : tous, n : 1 505

Le graphique présente le pourcentage de « oui »

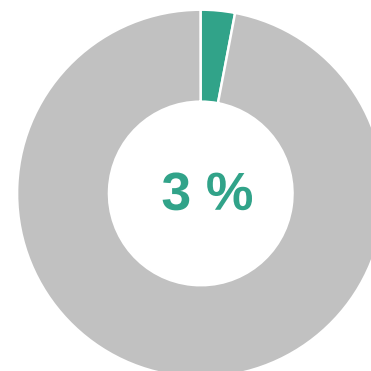


Si la majorité des Québécois (68 %, voir la page précédente) ont entendu parler de l'initiative gouvernementale, ils **sont beaucoup moins nombreux à connaître l'existence de la carte interactive (11 %)**. Les résidents en région (15 %) et les hommes (14 %) sont proportionnellement plus nombreux à en avoir entendu parler. Soulignons par ailleurs que **la notoriété de la carte interactive atteint 40 % chez les répondants qui se souviennent d'avoir entendu le message audio du volet 2.**

A4T. Avez-vous consulté cette carte interactive?

Base : tous, n : 1 505*

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Seulement 3 % des adultes au Québec ont consulté la carte interactive avant ce sondage. **Ce pourcentage est cependant trois fois plus élevé chez ceux n'ayant pas accès à Internet haute vitesse à leur domicile (9 %) et il s'élève à 11 % lorsqu'on se souvient d'avoir été exposé au message audio du volet 2.**

Enfin, il est intéressant de noter que parmi les répondants qui ont entendu parler de la carte interactive avant ce sondage, près du tiers (29 %) affirment l'avoir consultée.

* La question A4 était posée uniquement aux répondants qui avaient déjà entendu parler de la carte interactive avant ce sondage. Toutefois, le résultat est ici reporté sur la base de tous les répondants de l'étude.



Chapitre 2

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE – VOLET 1

- Notoriété assistée et appréciation du message vidéo
- Notoriété assistée et appréciation du message audio
- Notoriété totale de la campagne
- Compréhension du message
- Appréciation des messages

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU MESSAGE VIDÉO

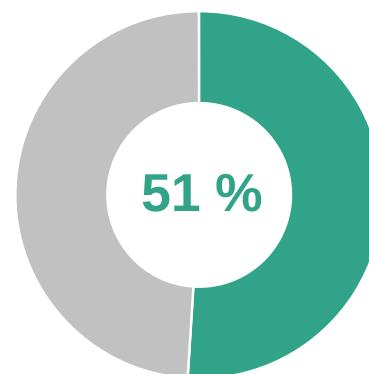
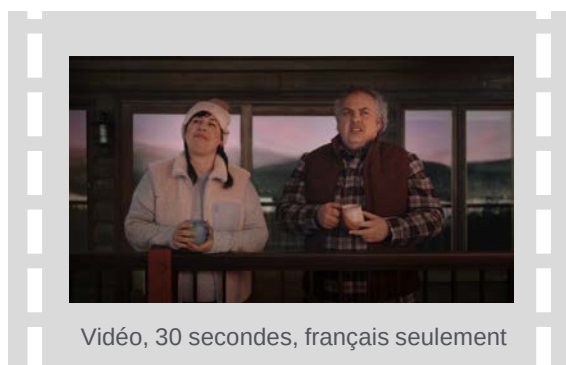
VOLET 1

B1. Voici un message vidéo diffusé au cours des derniers mois. Veuillez le regarder attentivement et jusqu'à la fin.

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

Base : francophones, n : 1 349

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



La moitié (51 %) des francophones interrogés ont vu cette publicité. Les répondants de 55 ans ou plus (64 %) et les répondants habitant en région (55 %) ont davantage remarqué cette vidéo.

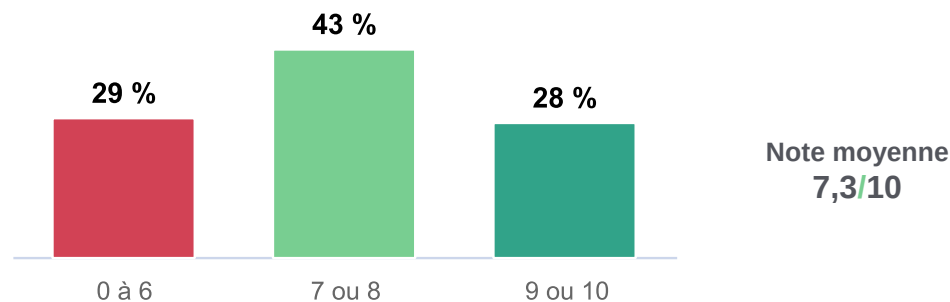
APPRÉCIATION DU MESSAGE VIDÉO

VOLET 1



B2. Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message vidéo?

Base : francophones excluant la non-réponse, n : 1 317



En moyenne, les répondants ont accordé une note d'appréciation de 7,3 sur 10 au message vidéo, ce qui est plutôt bien. Les répondants âgés de 55 ans ou plus (7,6 sur 10), les répondants habitant en région (7,5) et les répondants moins scolarisés (sans études postsecondaires, 7,5) ont davantage apprécié la vidéo.

APPRÉCIATION DU MESSAGE VIDÉO (SUITE) VOLET 1



B2b. Pour quelle raison, principalement, donnez-vous cette note d'appréciation à ce message vidéo?
 Base : francophones

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %
 Le tableau présente les réponses données par au moins 4 % des répondants concernés

Note de 0 à 6 (n : 374) Le manque de clarté, le concept et le manque d'accroche sont les principales critiques exprimées par les répondants qui ont peu apprécié la campagne.		Note de 7 ou 8 (n : 583) Les répondants qui ont attribué une note de 7 ou 8 soulignent surtout des attributs positifs (clarté du message, bonne publicité, bon message, bon concept).		Note de 9 ou 10 (n : 360) La clarté, le concept et le message sont les plus grands atouts de la vidéo, selon les répondants qui l'ont trouvée excellente.	
	%		%		%
La publicité manque de clarté	11	La publicité est claire	16	La publicité est claire	27
La publicité n'est pas bien conçue	7	C'est une bonne publicité	6	La publicité est bien conçue	9
La publicité n'attire pas l'attention	7	La publicité manque de clarté	6	Le message est bon	8
La publicité n'est pas originale	6	Le message est bon	6	La publicité est informative	6
La publicité est ennuyante	5	La publicité est originale	4	La publicité est drôle	6
La publicité est moyenne	4	La publicité est bien conçue	4	C'est une bonne publicité	5
La publicité est inutile	4	La publicité n'est pas bien conçue	4	La publicité est réaliste	5
La publicité est infantilisante	4			La publicité est belle	4
La publicité est claire	4				

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE ET APPRÉCIATION DU MESSAGE AUDIO

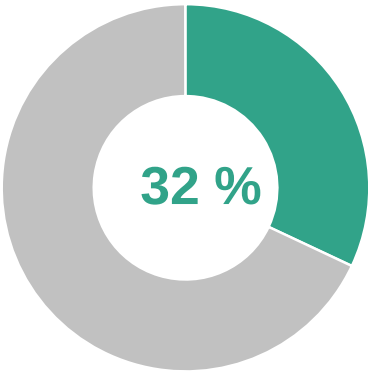
VOLET 1



B4. Voici un message audio diffusé au cours des derniers mois. Veuillez l'écouter attentivement.

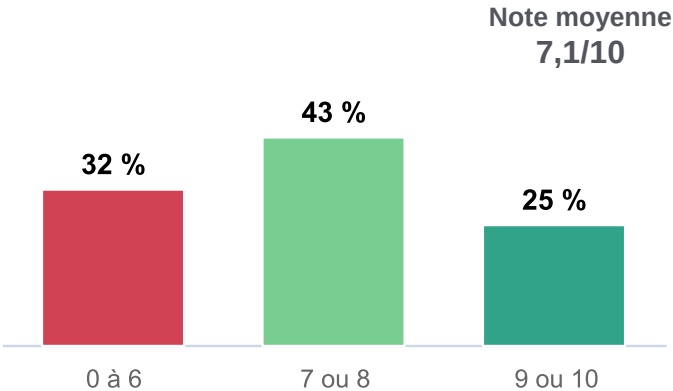
Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui?
Base : tous, n : 1 505

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Le message audio a été entendu par le tiers (32 %) des Québécois.
Cette proportion s'élève à 42 % chez les répondants âgés de 35 à 54 ans.

B5. Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message audio?
Base : tous excluant la non-réponse, n : 1 378



En moyenne, les répondants ont accordé une note d'appréciation de 7,1 sur 10 au message audio, soit une appréciation similaire au message vidéo (7,3). Les répondants âgés de 55 ans ou plus (7,5 sur 10), les femmes (7,3) et les répondants moins scolarisés (sans études postsecondaires, 7,2) ont davantage apprécié la capsule audio.

NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

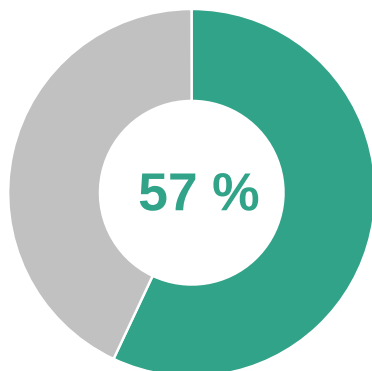
VOLET 1



NOTVOLET1. Notoriété de la campagne

Base : tous, n : 1 505

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Près de trois répondants sur cinq (57 %) se souviennent d'avoir vu au moins une des deux composantes du premier volet de la campagne. La notoriété est proportionnellement plus élevée chez les répondants âgés de 55 ans ou plus (67 %), chez les répondants habitant en région (63 %) et chez les francophones (61 % contre 39 % chez les anglophones). Cet écart de notoriété entre les francophones et les anglophones n'est pas surprenant, la vidéo ayant été télévisée en français uniquement.



C1. Ces messages (vidéo et audio) font partie de la même campagne publicitaire.

Selon vous, qu'est-ce que le gouvernement du Québec souhaitait transmettre comme message?

Base : tous, n : 1 505

	%
Internet <u>haute vitesse</u> sera disponible dans toutes les régions	37
Internet sera disponible dans toutes les régions	11
Commentaires positifs sur la publicité	9
La communication sera meilleure partout au Québec	6
Commentaires négatifs sur la publicité	6
L'Internet haute vitesse est de meilleure qualité	5
L'accès à l'Internet est essentiel pour les régions	4
Il faut garder espoir	2
Le Québec continue d'avancer	2
Le gouvernement respecte ses promesses	1
Le projet vise à améliorer la connectivité sociale	1
On peut suivre l'avancement du projet	< 1 %
Autre	1
Ne sait pas, ne répond pas	15

48 %

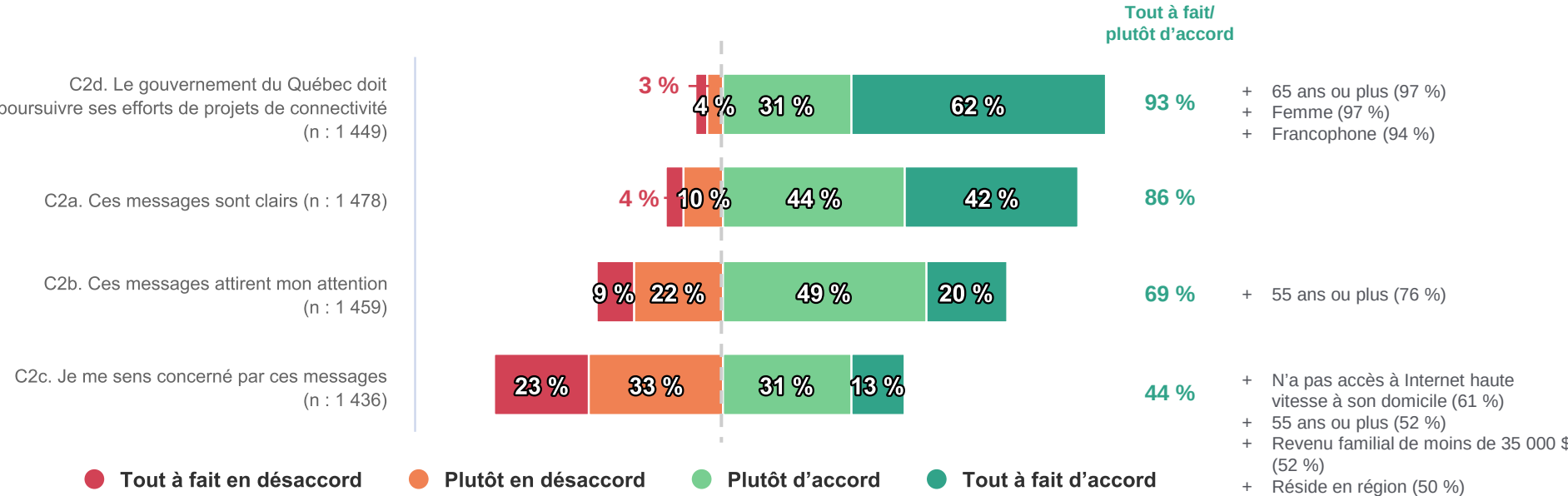
Près de la moitié des répondants (48 %) ont compris le principal message de la campagne et 37 % l'expriment de manière précise, soit que l'Internet à haute vitesse sera accessible partout au Québec.

APPRÉCIATION DES MESSAGES

VOLET 1



C2a-C2d. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec chacun des énoncés suivants concernant ces messages sur l'Internet à haute vitesse.
Base : tous, la non-réponse est exclue pour tous les énoncés



La poursuite des efforts gouvernementaux pour améliorer la connectivité à travers la province fait la quasi-unanimité (93 %) au sein de la population. Comme on pouvait s'y attendre, les répondants qui n'ont pas accès à Internet haute vitesse à leur domicile (61 %) et ceux vivant en région (50 %) notamment se sentent davantage concernés par cette campagne.



Chapitre 3

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE – VOLET 2

- Notoriété assistée et appréciation du message audio
- Compréhension du message
- Appréciation et impact de la campagne
- Notoriété totale de la campagne

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU MESSAGE AUDIO

VOLET 2

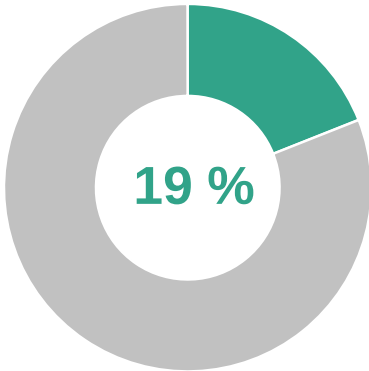


SB1. Voici un message audio diffusé au cours des derniers mois. Veuillez l'écouter attentivement.

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui?

Base : francophones résidant en région, n : 759

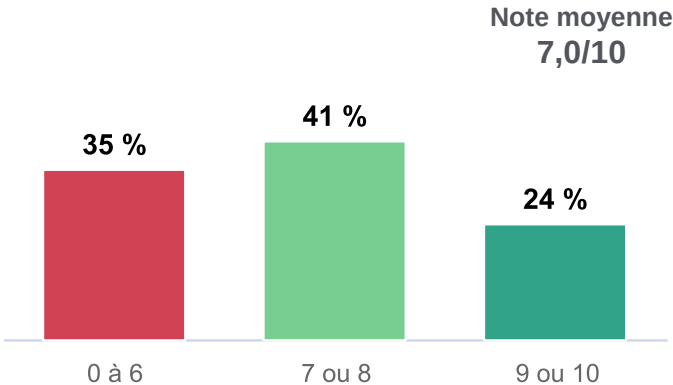
Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Un peu moins d'un répondant sur cinq (19 %) se souvient d'avoir entendu ce message à la radio.

SB2. Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message audio?

Base : francophones résidant en région excluant la non-réponse, n : 725



La capsule audio a été modestement appréciée par les répondants (note moyenne de 7,0 sur 10). Tout comme c'était le cas pour la capsule audio du premier volet, les aînés (65 ans ou plus, 7,5) et les répondants moins scolarisés (sans études postsecondaires, 7,2) ont davantage apprécié la capsule audio.

APPRÉCIATION DU MESSAGE AUDIO

VOLET 2



SB2b. Pour quelle raison, principalement, donnez-vous cette note d'appréciation à ce message audio?

Base : francophones résidant en région excluant la non-réponse

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %

Le tableau présente les réponses données par au moins 4 % des répondants concernés

Note de 0 à 6 (n : 268) Le manque d'accroche est la plus grande critique face au message audio. Certains répondants expriment des doutes sur l'utilité ou l'exécution du projet.		Note de 7 ou 8 (n : 297) Les répondants qui ont attribué une note de 7 ou 8 soulignent surtout des attributs positifs (clarté du message, informative, bon message).		Note de 9 ou 10 (n : 160) La clarté et l'importance du message de même que son caractère informatif sont les plus grands atouts du message audio.	
	%		%		%
La publicité n'attire pas l'attention	17	La publicité est claire	17	La publicité est claire	31
Le message n'est pas bon (mensonger, inutile, etc.)	9	La publicité est informative	8	Le message est important, donne espoir	15
Le concept n'est pas bon	8	Le message est bon	7	La publicité est informative	15
La publicité manque de clarté	6	La publicité n'attire pas l'attention	4	C'est une bonne publicité	4
La publicité ne me concerne pas	6	La publicité manque de clarté	4		

COMPRÉHENSION DU MESSAGE AUDIO

VOLET 2



SC1. Selon vous, qu'est-ce que le gouvernement du Québec souhaitait communiquer dans ce message audio?

Base : francophones résidant en région, n : 759

	%	
Internet <u>haute vitesse</u> sera disponible dans toutes les régions	28	41 %
Internet sera disponible dans toutes les régions	13	
On peut suivre l'avancement du projet	11	19 %
Informe sur l'avancement du projet de déploiement du réseau Internet	8	
Informe que le gouvernement travaille pour brancher le Québec	7	
L'accès à l'Internet est essentiel pour les régions	5	
L'Internet haute vitesse est de meilleure qualité	5	
La communication sera meilleure au Québec	3	
Il faut garder espoir	1	
Autre	2	
Ne sait pas, ne répond pas	17	

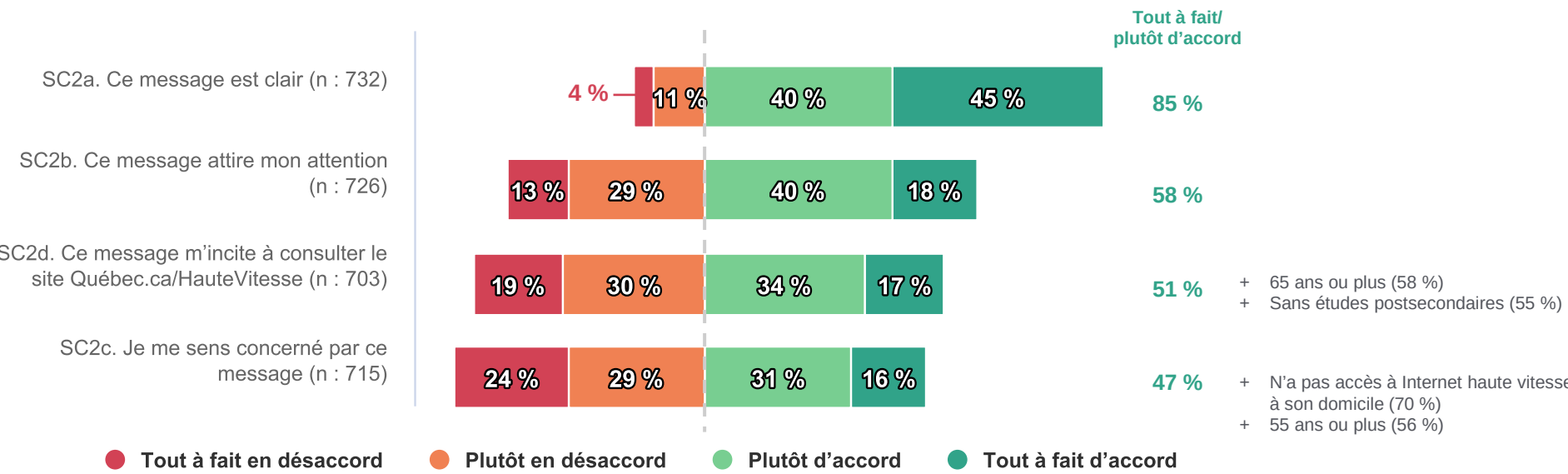
Un peu plus de deux répondants sur cinq (41 %) ont retenu qu'Internet (13 %) ou Internet haute vitesse (28 %) sera bientôt disponible partout au Québec. Près d'un répondant sur cinq (19 %) mentionne la possibilité de suivre l'avancement du déploiement de la desserte en ligne grâce à la carte interactive, un élément unique à la capsule audio du 2^e volet de la campagne.

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

VOLET 2



SC2a-SC2d. Pour chacun des énoncés suivants, concernant le message audio que vous venez d'entendre, veuillez indiquer votre degré d'accord.
Base : francophones résidant en région excluant la non-réponse



La grande majorité des répondants (85 %) trouvent le message audio du volet 2 clair, un résultat similaire à la capsule audio du volet 1 (86 %). À nouveau, les répondants n'ayant pas accès à Internet haute vitesse à leur domicile et les répondants âgés de 55 ans ou plus se sentent davantage concernés par le message.

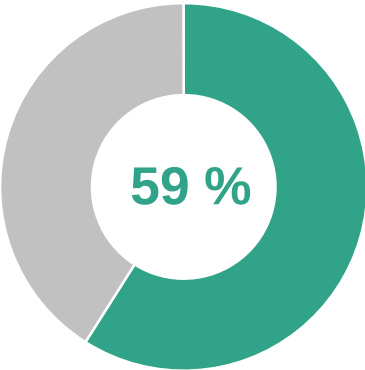
NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE

VOLETS 1 ET 2



NOTTOT. Notoriété totale de la campagne
Base : tous, n : 1 505

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Près de trois Québécois sur cinq (59 %) se souviennent d’avoir vu ou entendu au moins une des composantes de la campagne. La notoriété totale de la campagne est proportionnellement plus élevée auprès des répondants âgés de 55 ans ou plus (68 %), des répondants habitant en région (65 %) et des francophones (62 % contre 39 % chez les anglophones). Rappelons que les résidents régionaux ainsi que les francophones constituaient la cible principale du volet 2 de cette campagne.





Chapitre 4

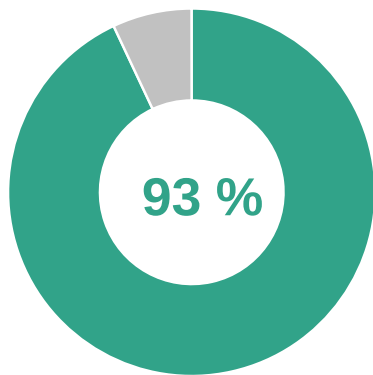
ACCÈS ET COMPORTEMENTS

- Accès à Internet haute vitesse
- Utilisation d'Internet

H1. Actuellement, avez-vous accès à Internet haute vitesse à votre domicile?

Base : tous, n : 1 505

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les répondants des sous-groupes suivants sont en proportion supérieure à avoir répondu **non** :

- Revenu familial de moins de 35 000 \$ (12 %)
- Habite en région (11 %)

H2-H3. Utilisez-vous Internet à votre domicile pour...?

Base : tous

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les répondants des sous-groupes suivants sont plus nombreux, en proportion, à avoir répondu **qu'ils utilisent Internet à leur domicile pour le travail ou les études** :

- Revenu familial de 150 000 \$ ou plus (83 %); 75 000 \$ à 149 999 \$ (63 %)
- 18-34 ans (76 %)
- Diplômé universitaire (75 %)
- Anglophone (70 %)
- 35-54 ans (66 %)
- RMR Montréal (62 %)
- Diplômé de niveau collégial (61 %)
- A accès à Internet haute vitesse à son domicile (56 %)

Les répondants des sous-groupes suivants sont plus nombreux, en proportion, à avoir répondu **qu'ils utilisent Internet à leur domicile pour le divertissement** :

- 18-34 ans (99 %)
- A accès à Internet haute vitesse à son domicile (95 %)



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

Adultes québécois pour le volet 1 et adultes francophones résidant ailleurs que la RMR (région métropolitaine de recensement) de Québec ou de Montréal pour le volet 2.

Base 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 a aussi été utilisé.

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 sexe, de la langue maternelle, de la scolarité, de la proportion d'adultes vivant seuls et de la taille du ménage.

Le sondage compte 1 505 questionnaires remplis. Les répondants sont répartis de la façon suivante :

- RMR (région métropolitaine de recensement) de Montréal : 528 répondants;
- RMR de Québec : 156 répondants;
- Ailleurs au Québec : 821 répondants.

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été élaboré par SOM, en collaboration avec le client, traduit puis programmé par SOM.

Le questionnaire était disponible en français et en anglais.

La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.

COLLECTE

Période de collecte

Du 29 juillet au 5 août 2022.

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 de la collecte

Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante. Pour les panélistes actifs du panel Or, le taux de réponse s'élève à 32,3 %.

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	3 654	Désabonnement	1
Nombre d'entrevues visées	1 162	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	14
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 563
Invitations envoyées (A)	3 625	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	23	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	1 171	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)	1 171	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	161	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	0	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	43,61%
Abandon durant le questionnaire	216	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	74,9%
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	32,3 %

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	4 552	Désabonnement	0
Nombre d'entrevues visées	338	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	6
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	563
Invitations envoyées (A)	4 552	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'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	334	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	21	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	93	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	448	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	76	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	0	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	12,4 %
Abandon durant le questionnaire	33	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	79,6 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	9,8 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée sur la base des Québécois âgés de 18 ans ou plus, 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 (18-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans ou plus) et de sexe;
- La langue maternelle (français seulement, autre);
- La proportion d'adultes vivant seuls;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire).

Source : données du recensement de 2021 pour l'âge, le sexe, la région et la proportion d'adultes vivant seuls; données du recensement de 2016 pour la scolarité et la langue maternelle.

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.

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 1 032 ($1\,505 \div 1,458$).

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	1505	156	528	821
EFFET DE PLAN	1,458	1,348	1,307	1,345
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,6 %	1,8 %	1,0 %	0,8 %
95 % ou 5 %	1,3 %	4,0 %	2,1 %	1,7 %
90 % ou 10 %	1,8 %	5,5 %	2,9 %	2,4 %
80 % ou 20 %	2,4 %	7,3 %	3,9 %	3,2 %
70 % ou 30 %	2,8 %	8,3 %	4,5 %	3,6 %
60 % ou 40 %	3,0 %	8,9 %	4,8 %	3,9 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,1 %	9,1 %	4,9 %	4,0 %

* 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





Sondage post-campagne « Desserte Internet haute vitesse au Québec »

Ministère du Conseil exécutif

/*

Légende

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

/*Légende

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

/*

Volet 1 (Internet haute vitesse) - 25 avril au 29 mai 2022 : Province de Québec - Adultes québécois (français et anglais)

Volet 2 (Internet haute vitesse – Sollicitation citoyenne) - 31 mai au 19 juin : À l'extérieur des RMR de Montréal ou de Québec - Adultes québécois (français seulement?)*

Q_Bi
->>calCON

Bienvenue dans ce questionnaire!

Q_MP
Q_PID
Q_PSID

Mot de passe _____
Usager Fournisseur _____
Study Fournisseur _____

/*Description des strates

1=Panel Or actifs RMR Québec
2=Panel Or actifs RMR Montréal
3=Panel Or actifs ailleurs au Québec
9=Fournisseur externe*/

Q_sicalCON
->>A1

si strate=9->CON

Q_siCON
->>EXTRMR

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

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_EXTAGEGRP2 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_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

Q_incalquot q#Quota1=0 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=1 et strate=9 et q#EXTRMR=1) alors q#Quota1=10 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=2 et strate=9 et q#EXTRMR=1) alors q#Quota1=11 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=3,4 et q#EXTSE5=1,2,3 et strate=9 et q#EXTRMR=1) alors q#Quota1=12 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=1 et strate=9 et q#EXTRMR=2) alors q#Quota1=20 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=2 et strate=9 et q#EXTRMR=2) alors q#Quota1=21 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=3,4 et q#EXTSE5=1,2,3 et strate=9 et q#EXTRMR=2) alors q#Quota1=22 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=1 et strate=9 et q#EXTRMR=3) alors q#Quota1=30 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=2 et strate=9 et q#EXTRMR=3) alors q#Quota1=31 et
lorsque (q#EXTAGEGRP2=3,4 et q#EXTSE5=1,2,3 et strate=9 et q#EXTRMR=3) alors q#Quota1=32

->>calout0

Q_Quota1 *Liste des quotas*

0=Non admissible /*0*/
10=RMR QC 18-24 /*11*/
11=RMR QC 25-34 /*13*/
12=RMR QC 35-54 (peu scolarisé) /*11*/
20=RMR MTL 18-24 /*37*/
21=RMR MTL 25-34 /*44*/
22=RMR MTL 35-54 (peu scolarisé) /*37*/
30=AILLEURS QC 18-24 /*58*/
31=AILLEURS QC 25-34 /*69*/
32=AILLEURS QC 35-54 (peu scolarisé) /*58*/

Q_sicalOut0 si q#Quota1=0->OUT
->>calout1

Q_sicalout1 si quota1 atteint->FINQUOTA
->>A1

/*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	Tous (volet 1 et volet 2) : Connaissances et perceptions diverses*/
Q_A1	En mars 2021, le gouvernement du Québec a lancé ((G [/#171;[/(e1))Opération haute vitesse((e1))[/#187;[/(/)) afin de donner accès à Internet haute vitesse à l'ensemble des foyers sur le territoire québécois, et ce, d'ici le 30 septembre 2022. Avec cette opération, le Québec affichera, à terme, le plus haut taux de connectivité au pays, soit plus de 99 %. ((G Avant aujourd'hui)), aviez-vous déjà entendu parler de cette initiative du gouvernement du Québec? 1=Oui 2=Non
/*Note	Volet 2 seulement*/
Q_A3	Une ((G carte interactive)) présentant ((G l'état d'avancement)) du déploiement de la desserte en Internet haute vitesse au Québec est disponible sur le site Québec.ca/HauteVitesse. ((G Avant aujourd'hui)), aviez-vous déjà entendu parler de cette carte interactive? 1=Oui 2=Non->permut
Q_A4	Avez-vous ((G consulté)) cette carte interactive? 1=Oui 2=Non

/*Légende

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

/*Section	Volet 1 (Internet haute vitesse) : Province de Québec <u>Vidéo 30 secondes</u> diffusée en français, à la télévision du 25 avril au 29 mai 2022; <u>Audio 30 secondes</u> diffusé à la radio traditionnelle en français et en anglais, du 25 avril au 22 mai 2022*/
/*Note	Évaluer les deux volets de la campagne (volet 1 et volet 2) en rotation pour les répondants qui habitent hors des RMR de Montréal ou de Québec*/
Q_inpermut	permutation bloc1=q#calB1, q#calSB1 (après=q#H1)
/*Note Q_sicalB1 ->>B4 Q_B1	QB1 à QB2b en français seulement, sinon QB3*/ si langue=F->B1 Voici un message vidéo diffusé au cours des derniers mois. Veuillez le regarder attentivement et jusqu'à la fin.
	 /* MCE_IHV_Volet1_Video-30sec_FR.mp4*/
	((V 069ed9b71d1ee9ce8f/bad53e12a7e9bef6))
	Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo avant aujourd'hui? 1=Oui 2=Non 7=J'ai un problème technique : je ne peux pas voir le message vidéo->B4
Q_B2 *format lineaire	Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message vidéo?
	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->B4
Q_B2b *exclusif=(b2b,B2bnbsp)	Pour quelle raison, principalement, donnez-vous une note d'appréciation de <B2> à ce message vidéo?
	<< << _____ >> 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf nsp>>

/*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

Poser QB4 à tous*/

Q_B4

Voici un message audio diffusé au cours des derniers mois. Veuillez l'écouter attentivement.

/*Français : MCE_IHV_Volet1_Radio_FR.mp3*/
((A audioB4F))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui?

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

1=Oui

2=Non

7=J'ai un problème technique : je ne peux pas entendre le message audio-
>C1

Q_B5

Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message audio?

*format lineaire

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

/*Section

Compréhension du message, appréciation et impact*/

Q_C1

Ces messages (vidéo et audio) font partie de la même campagne publicitaire.

Selon vous, qu'est-ce que le gouvernement du Québec souhaitait transmettre comme message?

<< _____ >>

/*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

Q_inrotC2a
Q_C2a

Série C2 en rotation*/

rotation= q#C2a, q#C2b, q#C2c (après=q#C2d)

Veillez indiquer votre degré d'accord avec chacun des énoncés suivants concernant ces messages sur l'Internet à haute vitesse.

Ces messages sont clairs

*pasdelegende
*format matriciel

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

Q_C2b

*format matriciel

Ces messages attirent mon attention

Q_C2c

*format matriciel

Je me sens concerné par ces messages

Q_C2d

*format linéaire

Le gouvernement du Québec doit poursuivre ses efforts de projets de connectivité

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

Q_indern1

suivant de q#calB1 dans bloc1

/*Section

Volet 2 (Internet haute vitesse – Sollicitation citoyenne) - 31 mai au 19 juin : À l'extérieur des RMR de Montréal ou de Québec, sinon section H

Audio 30 secondes diffusé à la radio traditionnelle en français du 31 mai au 19 juin 2022*/

/*Note

Q_sicalSB1
->>dern2
Q_SB1

Poser SB1 à SC2d en français seulement*/

si langue=F et (strate=3 ou q#quota1=30,31,32)->SB1

Voici un message audio diffusé au cours des derniers mois. Veuillez l'écouter attentivement.

/*Français : MCE_IHV_Volet2_Radio_FR.mp3*/
((A audioSB1F))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message audio avant aujourd'hui?

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

1=Oui
2=Non
7=J'ai un problème technique : je ne peux pas entendre le message->H1

/*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	Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie très mauvaise et 10 signifie excellente, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message audio?
*format lineaire	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->SC1
Q_SB2b	Pour quelle raison, principalement, donnez-vous une note d'appréciation de <SB2> à ce message audio?
*exclusif=(Sb2b,SB2bnbsp)	<< <<_____>> 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf nsp>>
/*Section	Compréhension du message, appréciation et impact*/
Q_SC1	Selon vous, qu'est-ce que le gouvernement du Québec souhaitait communiquer dans ce message audio?
	<<_____>>
/*Note	Série SC2 en rotation, pour ceux qui ont entendu le message audio dans le cadre du sondage*/
Q_inrotSC2a	rotation=q#SC2a, q#SC2b, q#SC2c, q#SC2d (après=q#dern2)
Q_SC2a	Pour chacun des énoncés suivants, concernant le message audio que vous venez d'entendre, veuillez indiquer votre degré d'accord.
	Ce message est clair
*pasdelegende	
*format matriciel	<<1=Tout à fait d'accord 2=Plutôt d'accord 3=Plutôt en désaccord 4=Tout à fait en désaccord 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre>>
Q_SC2b	Ce message attire mon attention
*format matriciel	
Q_SC2c	Je me sens concerné par ce message
*format matriciel	
Q_SC2d	Ce message m'incite à consulter le site Québec.ca/HauteVitesse
*format matriciel	
Q_indern2	suivant de q#calSB1 dans bloc1

/*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	Habitudes*/
Q_H1	Actuellement, avez-vous accès à Internet haute vitesse à votre domicile? 1=Oui 2=Non 9=*Je ne sais pas
Q_H2	Utilisez-vous Internet à votre domicile pour... Le travail et/ou les études?
*format matriciel	<<1=Oui 2=Non 9=*Je ne sais pas>>
Q_H3	Le divertissement (médias sociaux, webdiffusion, etc.)?
*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*/

/*Sociodémo **Âge, sexe, région (ou code postal si panel externe), scolarité, revenu familial, taille du ménage, langue maternelle*/**

Q_sicalAGEGRP2 si strate=1,2,3->AGEGRP2
->>putAGEp1

/*Toujours posée à nos panélistes. À remplir si elle est posée au panel externe.*/

Q_inputAGEp1 q#AGEGRP2=q#EXTAGEGRP2
->>calSE5

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

/*Note : **Si panel externe*/**

Q_sicalSE5 si strate=1,2,3->putSE5
->>putSE5p3

/*Pour panel or*/

Q_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS')

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

Q_SE5JRS *Input* _____

Q_inputSE5p2 q#SE5=input('SE5')
->>putSE6

/*À ajouter si panel externe, pour remplir la SE5 avec la EXTSE5 posée au début et la AUSE5*/

Q_inputSE5p3 q#SE5=q#EXTSE5 et q#AUSE5=q#AUEXTSE5
->>putSE6

/*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_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

/*Note : **Question SE6 seule ou SE6 et SE7 à poser ensemble */**

Q_inputSE6 q#SE6JRS=input('SE6JRS')

Q_sicalSE6p1 si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182))->SE6 /*Si donnée vieille > 6 mois pour SE6 ou SE7*/

->>calSE6p2

Q_SE6JRS *Input* _____

Q_incalSE6p2 q#SE6=input('SE6')

->>putSE9

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

/*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_inputSE9 q#SE10JRS=input('SE102021JRS')

Q_sicalSE9
->>putSE9p2 si (q#SE10JRS=blanc ou q#SE10JRS>365)->SE102021

Q_SE10JRS *Input* _____

Q_inputSE9p2
->>putSE11P1 q#SE102021=input('SE102021')

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 \$ et plus
99=*Je préfère ne pas répondre

/*Note :

Ne pas inputer de valeurs

Panélistes: la poser si c'est blanc

Fournisseurs externes: la poser tout le temps (sauf indication contraire)* /

Q_inputSE11P1 q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

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

Q_SE11P1JRS *Input* _____

/*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_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

2=Français
1=Anglais
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)

/* PANEL EXTERNE*/

Q_sicalSEXE si strate=9->SEXE
->>putSEXE

Q_inputSEXE q#SEXE=input('SE12')
->>VALID /*Panel Or*/

/* L'appeler SE12 seulement si posée aux panélistes. Poser une Q_SEXE pour les recrutements*/

Q_SEXE Votre sexe à la naissance?

1=Masculin
2=Féminin

Q_sicalRMR si strate=9->EXTCP
->>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_EXTCP Quel est votre code postal? *Les 3 premiers caractères suffisent.*

((F RED <AVRTCP>))

*facultatif
*codepostal
*soumettre

<<_____ [ex. : G1G]>>

Q_sicalCP si q#EXTCP=blanc->calAVRT1
->>VALID

Q_incalAVRT1 q#AVRTCP=1
->>EXTCP

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

/* Q_VALID à tester si panel externe*/

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

*rotation Parmi les 4 mots suivants, choisissez ((i avion))

1=Automobile
6=Avion
3=Train
4=Bicyclette

/* REJET SI ÉCHEC À Q VALID */

Q_sicalSUIV si q#VALID=6->FIN
->>AUTOREJET

Q_FIN Merci!

***Informations

Projet=MCE22344NBK
Fichier=FMCE22344NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\\SERVEUR1\\P22344WEB\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\\Users\\ygaudreault\\Documents\\P22344MCE\\pw22344nbk\
IMAGES=C:\\Users\\ygaudreault\\Documents\\P22344MCE\\IMG\
MODELES=C:\\Users\\ygaudreault\\Documents\\P22344MCE\\modeles6p22601\
DEBUT=calCON
EFFACER=Oui
EMAIL=pw22344nbk@web.som.ca
ESPACE=5,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Non
TYPESONDAGE=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP
REPMULT=Non
INTERROMPRE=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*/