

PAR COURRIEL

Québec, le 20 juillet 2022

N/Réf. : 2022-12407

OBJET: *Votre demande en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, chapitre A-2.1)*

Madame,

Nous faisons suite à votre demande d'accès reçue le 27 juin 2022, visant à obtenir les résultats et le questionnaire du sondage réalisé au cours du printemps 2022 à la suite de la campagne nationale de sensibilisation aux sinistres auprès de la population du Québec par une firme externe mandatée par le ministère de la Sécurité publique.

Nous vous transmettons le document repéré par le Sous-ministériat de la sécurité civile et de la sécurité incendie qui répond à votre demande. Notez que, sur l'une des pages transmises, nous avons élagué des renseignements personnels appartenant à une tierce personne en application des articles 53, 54 et 59 de la Loi sur l'accès.

Conformément à l'article 51 de la Loi sur l'accès aux documents, nous vous informons que vous avez trente (30) jours à compter de ce jour pour exercer un recours en révision de cette décision. Vous trouverez, ci-joint, un avis vous informant de ce recours.

Veillez agréer, Madame, nos salutations distinguées.

Le responsable de l'accès aux documents,

Original signé

Gaston Brumatti

p. j. Avis de recours en révision et articles de Loi.

AVIS DE RECOURS EN RÉVISION

Avis de recours à la suite d'une décision rendue par le ministère de la Sécurité publique en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels.

Révision par la Commission d'accès à l'information

a) Pouvoir : l'article 135 de la Loi prévoit qu'une personne dont la demande écrite a été refusée en tout ou en partie par le responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels peut demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision. La demande de révision doit être faite par écrit; elle peut exposer brièvement les raisons pour lesquelles la décision devrait être révisée (art. 137).

L'adresse de la Commission d'accès à l'information est la suivante :

Québec

Bureau 2.36
525, boul. René-Lévesque Est
Québec (Québec) G1R 5S9
Téléphone : 418 528-7741
Télécopieur : 418 529-3102

Montréal

Bureau 900
2045, rue Stanley
Montréal (Québec) H3A 2V4
Téléphone : 418 528-7741
Télécopieur : 418 529-3102

b) Motifs : les motifs relatifs à la révision peuvent porter sur la décision, sur le délai de traitement de la demande, sur le mode d'accès à un document ou à un renseignement, sur les frais exigibles ou sur l'application de l'article 9 (notes personnelles inscrites sur un document, esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature qui ne sont pas considérés comme des documents d'un organisme public).

c) Délais : les demandes de révision doivent être adressées à la Commission d'accès à l'information dans les 30 jours suivant la date de la décision ou de l'expiration du délai accordé au responsable pour répondre à une demande (art. 135).

La Loi prévoit spécifiquement que la Commission d'accès à l'information peut, pour motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).

Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels

CHAPITRE III
PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

SECTION I
CARACTÈRE CONFIDENTIEL DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

53. Les renseignements personnels sont confidentiels sauf dans les cas suivants:
1° la personne concernée par ces renseignements consent à leur divulgation; si cette personne est mineure, le consentement peut également être donné par le titulaire de l'autorité parentale;
2° ils portent sur un renseignement obtenu par un organisme public dans l'exercice d'une fonction juridictionnelle; ils demeurent cependant confidentiels si l'organisme les a obtenus alors qu'il siégeait à huis-clos ou s'ils sont visés par une ordonnance de non-divulgation, de non-publication ou de non-diffusion.

1982, c. 30, a. 53; 1985, c. 30, a. 3; 1989, c. 54, a. 150; 1990, c. 57, a. 11; 2006, c. 22, a. 29.

54. Dans un document, sont personnels les renseignements qui concernent une personne physique et permettent de l'identifier.

1982, c. 30, a. 54; 2006, c. 22, a. 110

59. Un organisme public ne peut communiquer un renseignement personnel sans le consentement de la personne concernée.
Toutefois, il peut communiquer un tel renseignement sans le consentement de cette personne, dans les cas et aux strictes conditions qui suivent:

1° au procureur de cet organisme si le renseignement est nécessaire aux fins d'une poursuite pour infraction à une loi que cet organisme est chargé d'appliquer, ou au Directeur des poursuites criminelles et pénales si le renseignement est nécessaire aux fins d'une poursuite pour infraction à une loi applicable au Québec;

2° au procureur de cet organisme, ou au procureur général lorsqu'il agit comme procureur de cet organisme, si le renseignement est nécessaire aux fins d'une procédure judiciaire autre qu'une procédure visée dans le paragraphe 1°;

3° à un organisme qui, en vertu de la loi, est chargé de prévenir, détecter ou réprimer le crime ou les infractions aux lois, si le renseignement est nécessaire aux fins d'une poursuite pour infraction à une loi applicable au Québec;

4° à une personne à qui cette communication doit être faite en raison d'une situation d'urgence mettant en danger la vie, la santé ou la sécurité de la personne concernée;

5° à une personne qui est autorisée par la Commission d'accès à l'information, conformément à l'article 125, à utiliser ce renseignement à des fins d'étude, de recherche ou de statistique;

6° (paragraphe abrogé);

7° (paragraphe abrogé);

8° à une personne ou à un organisme, conformément aux articles 61, 66, 67, 67.1, 67.2, 68 et 68.1;

9° à une personne impliquée dans un événement ayant fait l'objet d'un rapport par un corps de police ou par une personne ou un organisme agissant en application d'une loi qui exige un rapport de même nature, lorsqu'il s'agit d'un renseignement sur l'identité de toute autre personne qui a été impliquée dans cet événement, sauf s'il s'agit d'un témoin, d'un dénonciateur ou d'une personne dont la santé ou la sécurité serait susceptible d'être mise en péril par la communication d'un tel renseignement.

1982, c. 30, a. 59; 1983, c. 38, a. 55; 1984, c. 27, a. 1; 1985, c. 30, a. 5; 1987, c. 68, a. 5; 1990, c. 57, a. 13; 2006, c. 22, a. 32; 2005, c. 34, a. 37

Le^{ger}

LA PLUS GRANDE FIRME
DE SONDAGE, DE RECHERCHE
MARKETING ET ANALYTIQUE
À PROPRIÉTÉ CANADIENNE

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE

Rapport

Connaissance des Québécois des différents outils de sécurité civile et de sécurité incendie à leur disposition

Sondage populationnel



Table des matières

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	05
PROFIL DES RÉPONDANTS	08
FAITS SAILLANTS	10
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	13
<hr/>	
1. Pourcentage déclarant connaître	14
2. Sentiment face aux catastrophes, situations d'urgence et sinistre	16
3. Semaine de la prévention des incendies	19
3.1 Notoriété	20
3.2 Sources d'information	21
3.3 Participation	23
4. Portail gouvernemental Québec.ca	24
4.1 Notoriété	25
4.2 Consultation	26
5. Québec en alerte	27
5.1 Notoriété	28
5.2 Source d'information	29

Page suivante →

Table des matières

6. Sensibilisation à la prévention des incendies en ligne	31
6.1 Notoriété	32
6.2 Plateforme	33
6.3 Préparation d'un plan d'évacuation domiciliaire	35
7. Trousse 72 heures	36
7.1 Notoriété de la campagne de sensibilisation	37
7.2 Sources d'information	38
7.3 Possession d'une trousse 72 heures	41
8. Sources d'information privilégiées	42

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

**APPROCHE
MÉTHODOLOGIQUE**

Léger a mené un sondage téléphonique auprès de 1000 répondants répartis sur le territoire québécois et sélectionnés aléatoirement à partir du logiciel Échantillonneur Canada.

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire, comportant une vingtaine de variables, a été développé en collaboration avec les professionnels du ministère de la sécurité publique du Québec et ceux de Léger.

**PÉRIODE DE
COLLECTE**

La collecte des données s'est déroulée du 5 au 25 avril 2022.

PONDÉRATION

Afin d'assurer la représentativité de l'échantillon, les données brutes de l'étude ont été pondérées selon la région, le genre, l'âge, la langue et la présence d'enfant dans le ménage à partir des données du recensement 2016 de Statistique Canada.

NOTES AUX LECTEURS

ARRONDISSEMENT DES PROPORTIONS

Le complément à 100% est attribuable à l'arrondissement à l'entier des proportions ou à la non-réponse.

Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont, par conséquent, supérieurs à 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d'analyse.

Les données en caractères **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

COMPARATIFS

L'étude de 2021 ayant été réalisée par Léger, les comparatifs sont présentés pour toutes les questions où cela est possible. Les hausses et les diminutions significatives sont mises en évidence à l'aide de flèches (↑ et ↓).

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle est utilisée à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.

PROFILS DES RÉPONDANTS


Le profil a été pondéré	Échantillon (n=1000)
Genre	
Homme	49%
Femme	51%
Âge	
18 à 34 ans	26%
35 à 54 ans	33%
55 ans et plus	41%
Présence d'enfant(s) dans le ménage	
Oui	25%
Non	75%
Langue	
Francophone	77%
Autres langues	23%

Le profil a été pondéré	Échantillon (n=1000)
Région	
Région métropolitaine de recensement de Montréal	50%
Région métropolitaine de recensement de Québec	10%
Autres régions Est	8%
Autres régions Centre	15%
Autres régions Ouest	17%
Scolarité	
Primaire/ Secondaire	31%
Collégial	28%
Universitaire	41%
Accès à Internet à domicile	
Oui	94%
Non	6%

FAITS SAILLANTS

FAITS SAILLANTS

En 2022, le taux de connaissance moyen des outils de sécurité civile et de sécurité incendie est de 50% et stable par rapport à 2021 (53%)



Outils évalués dans l'indicateur	Taux de connaissance	
	2021	2022
Semaine de la prévention des incendies	71%	64%↓
Portail gouvernemental Québec.ca	51%	53%
Système d'alerte <i>Québec En Alerte</i>	61%	53%↓
Campagne de sensibilisation trousse 72 heures	30%	31%

Semaine de la prévention des incendies

Au Québec, la notoriété de la *Semaine de la prévention des incendies* se chiffre à 64%, ce qui représente une diminution de 7 points par rapport à 2021. Cette année, c'est surtout via la télévision (40%), leur municipalité (37%) et les journaux (23%) que les Québécois en ont été informés.

Parmi ceux qui connaissant la *Semaine de la prévention des incendies*, 30% y ont participé. Ce taux de participation est un peu plus faible qu'en 2021, alors qu'il était de 36%. Sur l'ensemble de la population, le taux se situe maintenant à 21%.

Portail gouvernemental Québec.ca

Le portail gouvernemental Québec.ca est connu par un peu plus de la moitié des répondants (53%). Ce résultat est stable comparativement à 2021 (51%).

23% de ceux connaissant le Portail y ont déjà consulté des informations relatives à la sécurité et aux situations d'urgence. Ce résultat est statistiquement similaire à celui de 2021 (26%).

Système d'alerte *Québec en Alerte*

Cette année, un peu plus de la moitié (53%) des répondants disent connaître le système d'alerte *Québec en alerte*, ce qui constitue une diminution de 8 points par rapport à 2021. Parmi ceux-ci, 68% connaissent le système grâce à une alerte reçue soit sur leur appareil mobile, soit à la radio, soit à la télévision, une hausse légère, mais significative par rapport à 2021 (61%).

Campagne de sensibilisation trousse 72 heures

Comme en 2021, près du tiers (31%) des répondants ont été exposés à la campagne de sensibilisation.

C'est encore à la télévision que la majorité des répondants ont vu une annonce de cette campagne (60%).

FAITS SAILLANTS

Préparation face aux catastrophes, urgences et sinistres



- Cette année, les Québécois sont moins nombreux à avoir préparé un plan d'évacuation pour leur domicile. En effet, 53% disent l'avoir fait, contre 63% en 2021.
- Ils sont aussi moins nombreux à avoir une trousse d'urgence prête à la maison pour subvenir à leurs besoins pendant 3 jours, en cas de sinistre, car 28% disent en avoir une, comparativement à 35% en 2021.
- 30% ont été sensibilisés à l'importance de la prévention incendie sur les plateformes numériques. Ce résultat est comparable à celui de 2021 (28%).

4

Mieux faire connaître les outils qui existent en sécurité civile et en sécurité incendie : Les moyens privilégiés par les répondants sont...

- 1) L'Internet (sans précision) (19%);
- 2) Les réseaux sociaux (17%);
- 3) La télévision (11%);
- 4) Les municipalités (10%) : le bulletin municipal ou les dépliants envoyés par la poste (8%) et la Ville (sans précision) (2%);

Si ces sources d'information sont les mêmes qu'en 2021, notons que la télévision (2021: 16%), qui occupait alors la deuxième position, est cette année devancée par les réseaux sociaux (2021: 13%).

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. POURCENTAGE TOTAL DÉCLARANT CONNAÎTRE

1. POURCENTAGE TOTAL DÉCLARANT CONNAÎTRE

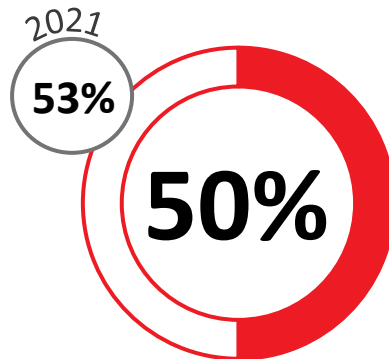
Le taux de connaissance moyen est stable par rapport à la précédente mesure et se situe à 50%.

Tel qu'illustré ci-dessous, ce taux est significativement supérieur chez les francophones (53%).

Pourcentage moyen déclarant connaître les outils*

(Semaine de la prévention des incendies (Q1); Portail gouvernemental Québec.ca (Q2); Québec En Alerte (Q3); Campagne de sensibilisation trousse 72 heures (Q5).

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
Moyenne	53%	50%	47%	56%	53%	53%	41%

*Cet indicateur est calculé selon la formule figurant au devis d'appel d'offres: Le pourcentage (%) déclarant connaître = (% déclarant connaître l'outil 1 + % déclarant connaître l'outil 2 +...) / nombre total d'outils considérés.

2. SENTIMENT FACE AUX CATASTROPHES, SITUATIONS D'URGENCE ET SINISTRES

2. SENTIMENT FACE AUX CATASTROPHES, SITUATIONS D'URGENCE ET SINISTRES

76% des Québécois se disent prêts à faire face à une panne d'électricité majeure, 68% à un incendie et 48% à une inondation.

Deux des situations évaluées affichent des diminutions significatives de 7 points par rapport à 2021, soit la panne d'électricité majeure et l'inondation.

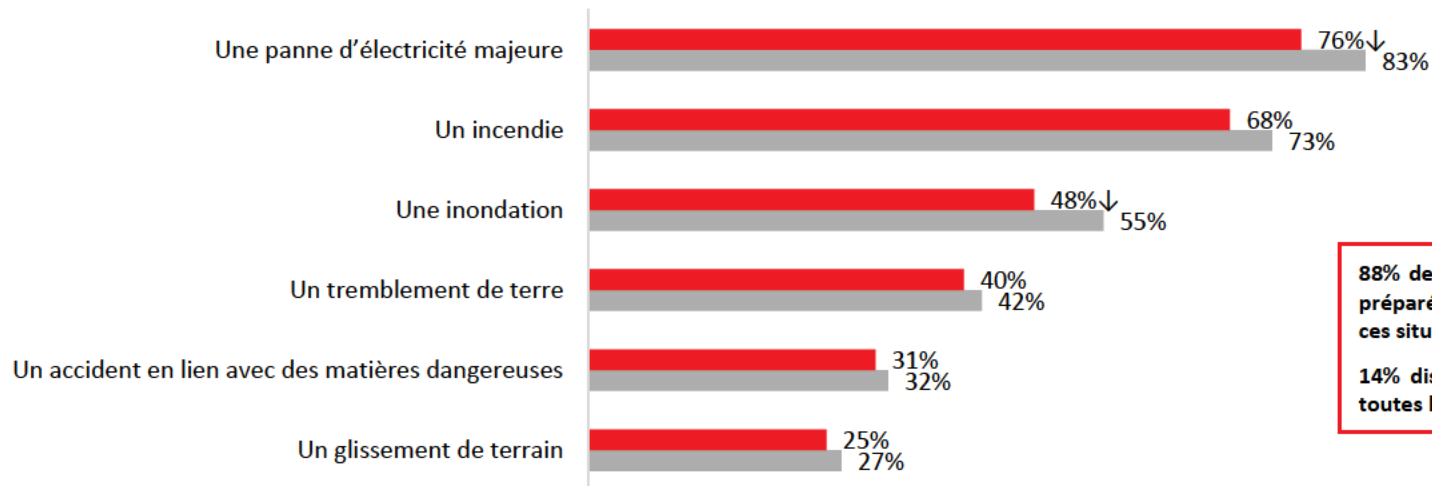
Les différences entre les sous-groupes sont présentées à la page suivante.

Q6. Vous sentez-vous bien préparé à faire face aux catastrophes, situations d'urgence et sinistres suivants?

Base : Tous les répondants

% OUI

■ 2022 (n=1000) ■ 2021 (n=1000)



88% des répondants se sentent bien préparés à affronter au moins une de ces situations.

14% disent être bien préparés pour toutes les situations présentées.

2. SENTIMENT FACE AUX CATASTROPHES, SITUATIONS D'URGENCE ET SINISTRES – suite

Au regard du tableau ci-dessous, on remarque que les Québécois qui résident à l'extérieur des régions métropolitaines de Montréal et Québec, ainsi que les francophones, se disent prêts, dans une plus grande proportion, à faire face à presque toutes les situations d'urgences présentées.

Remarquons aussi que les femmes se considèrent généralement moins bien préparées aux catastrophes, situations d'urgence et sinistres, particulièrement à une panne d'électricité majeure (73%, contre 79% des hommes), à un accident en lien avec des matières dangereuses (23%, contre 38% des hommes) et à un glissement de terrain (19%, contre 32%).

Q6. Vous sentez-vous bien préparé à faire face aux catastrophes, situations d'urgence et sinistres suivants?

Base : Tous les répondants citoyens % OUI	2022 (n=1000)	Genre		Région			Langue	
		Homme (n=449)	Femme (n=551)	Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
Une panne d'électricité majeure	76%↓	79%	73%	75%	75%	78%	80%	62%
Un incendie	68%	71%	66%	63%	72%	74%	73%	54%
Une inondation	48%↓	51%	45%	42%	49%	54%	51%	35%
Un tremblement de terre	40%	42%	38%	34%	52%	44%	43%	29%
Un accident en lien avec des matières dangereuses	31%	38%	23%	27%	34%	34%	32%	26%
Un glissement de terrain	25%	32%	19%	21%	27%	30%	28%	16%
Au moins une des situations présentées	88%↓	91%	85%	86%	84%	91%	90%	81%
Toutes les situations présentées	14%	18%	10%	10%	15%	18%	16%	8%

3. SEMAINE DE LA PRÉVENTION DES INCENDIES

3. SEMAINE DE LA PRÉVENTION DES INCENDIES

3.1 Notoriété

64% des Québécois connaissent la *Semaine de la prévention des incendies*, au moins pour en avoir déjà entendu parler.

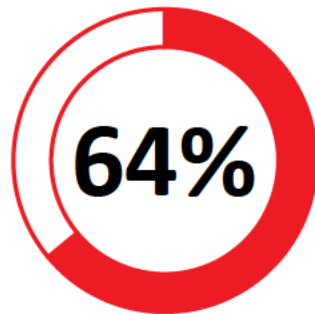
La notoriété de cet outil présente une diminution significative de 7 points par rapport à 2021.

Encore cette année, la notoriété de la *Semaine de la prévention des incendies* est moins élevée parmi les résidents de la région métropolitaine de Montréal (56%) et les non-francophones (38%).

Q1. Connaissez-vous, au moins pour en avoir déjà entendu parler, la Semaine de la prévention des incendies qui se déroule en octobre?

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)

% OUI



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
% OUI	71%	64%↓	56%	71%	72%	72%	38%

3. SEMAINE DE LA PRÉVENTION DES INCENDIES

3.2 Sources d'information

Parmi les Québécois qui connaissent la *Semaine de la prévention des incendies*, 40% en ont entendu parler à la télévision et 37%, par leur municipalité.

Cette année, une plus grande proportion de répondants disent en avoir entendu parler sur les médias sociaux (+5 points) et par le biais du site Internet *Québec.ca* (+2%), tandis que la radio en a rejoint une plus faible (-11 points).

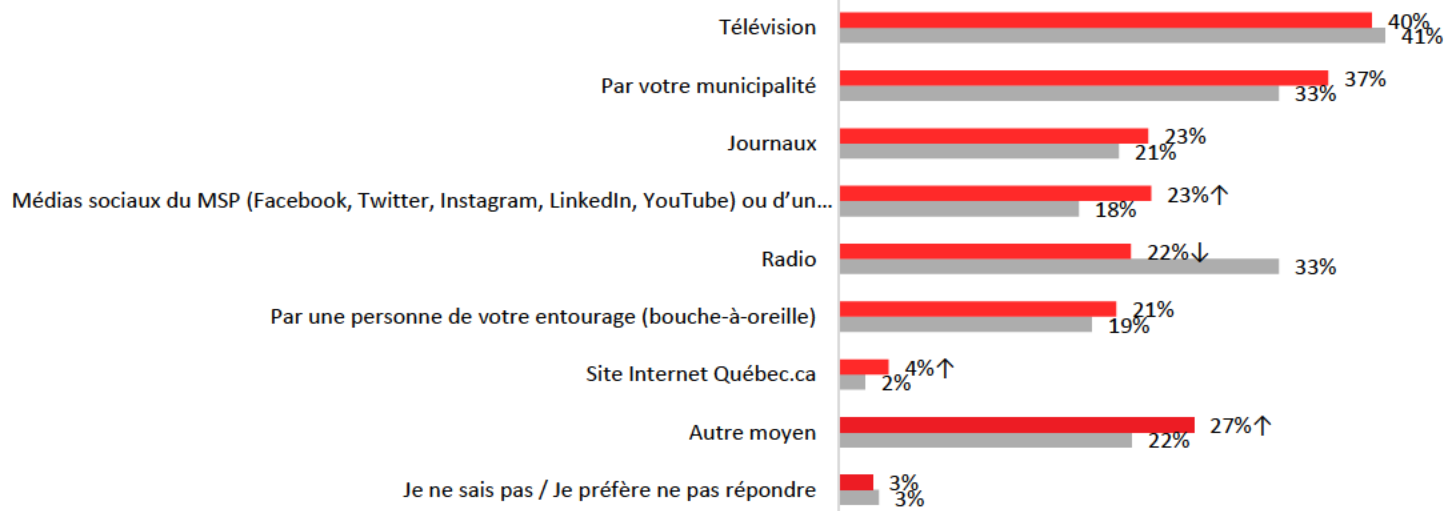
Les différences entre les sous-groupes sont présentées à la page suivante.

Q1A. Par quels moyens ou par qui en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui connaissent la *Semaine de la prévention des incendies*

% OUI

■ 2022 (n=707) ■ 2021 (n=770)



3. SEMAINE DE LA PRÉVENTION DES INCENDIES

3.2 Sources d'information – suite

Au regard des différences en matière de moyen d'information à propos de la *Semaine de la prévention des incendies* qui sont présentées dans le tableau ci-dessous, on remarque que, parmi les citoyens qui résident hors des régions métropolitaines de Montréal et de Québec, les municipalités sont une source d'information plus importante que les autres (42%). Cette année, ces citoyens sont aussi proportionnellement plus nombreux à en avoir entendu parler par le biais d'une personne de leur entourage (25%).

Q1A. Par quels moyens ou par qui en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui connaissent la Semaine de la prévention des incendies MENTION MULTIPLE	2022 (n=707)	Région			Langue	
		Montréal RMR (n=348)	Québec RMR (n=65)	Autre (n=294)	Français (n=629)	Autre (n=78)
Télévision	40%	42%	41%	37%	40%	41%
Par votre municipalité	37%	36%	20%	42%	38%	31%
Journaux	23%	23%	19%	25%	23%	22%
Médias sociaux du MSP ou d'un service de sécurité incendie	23%	18%	33%	26%	23%	25%
Par une personne de votre entourage (bouche-à-oreille)	21%	17%	20%	25%	22%	13%
Site Internet Québec.ca	4%	3%	4%	4%	4%	2%
Autre moyen	27%	25%	29%	28%	27%	22%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	3%	2%	1%	3%	2%	6%

3. SEMAINE DE LA PRÉVENTION DES INCENDIES

3.3 Participation

Parmi les répondants qui connaissent la *Semaine de la prévention des incendies*, un peu moins du tiers (30%) ont participé à l'une des activités organisées. Ramené sur la base de l'ensemble de la population québécoise, ce taux de participation se chiffre à 21%.

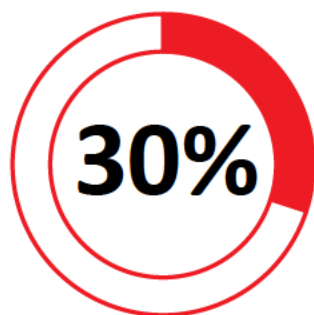
La participation aux activités organisées dans la cadre de la *Semaine de prévention des incendies* a connu une baisse significative de 6 points par rapport à 2021.

Il est toutefois uniforme parmi l'ensemble des sous-groupes à l'étude.

Q1B. Avez-vous déjà participé à la *Semaine de la prévention des incendies* qui présente diverses activités comme des visites de caserne de pompier ou des kiosques d'information sur la prévention incendie?

Base : Les répondants citoyens qui connaissent la Semaine de la prévention des incendies (n=707)

% OUI



Base : Les répondants citoyens qui connaissent la Semaine de la prévention des incendies	2021 (n=770)	2022 (n=707)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=348)	Québec RMR (n=65)	Autre (n=294)	Français (n=629)	Autre (n=78)
% OUI	36%	30%↓	28%	36%	30%	31%	23%

4. PORTAIL GOUVERNEMENTAL *QUÉBEC.CA*

4. PORTAIL GOUVERNEMENTAL QUÉBEC.CA

4.1 Notoriété

La notoriété du portail gouvernemental *Québec.ca* se chiffre à 53%.

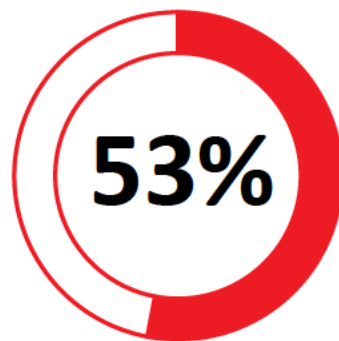
Ce pourcentage est stable par rapport à 2021 et uniforme parmi les différents sous-groupes à l'étude.

Rappelons qu'en 2021, la notoriété du portail était significativement plus basse hors des régions métropolitaines de Montréal et de Québec.

Q2. Connaissez-vous, pour en avoir déjà entendu parler, le portail gouvernemental Québec.ca?

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)

% OUI



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
% OUI	51%	53%	54%	55%	51%	51%	56%

4. PORTAIL GOUVERNEMENTAL QUÉBEC.CA

4.2 Consultation

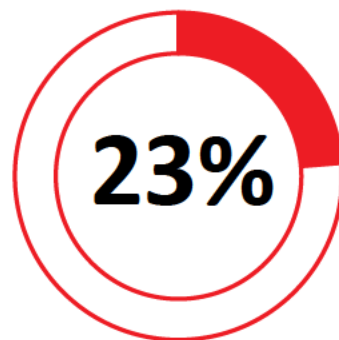
23% des citoyens qui connaissent le portail disent y avoir déjà consulté des informations relatives à la sécurité et aux situations d'urgence.

Ce pourcentage est stable par rapport à 2021 et uniforme parmi les différents sous-groupes à l'étude.

Q2A. Avez-vous déjà consulté des informations relatives à la sécurité et aux situations d'urgence contenues dans Québec.ca?

Base : Les répondants citoyens qui connaissent le portail gouvernemental Québec.ca (n=497)

% OUI



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=472)	2022 (n=497)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=274)	Québec RMR (n=44)	Autre (n=179)	Français (n=405)	Autre (n=92)
% OUI	26%	23%	23%	28%	22%	24%	23%

5. QUÉBEC EN ALERTE

5. QUÉBEC EN ALERTE

5.1 Notoriété

Cette année, un peu plus de la moitié (53%) des répondants disent connaître le système d'alerte Québec en Alerte.

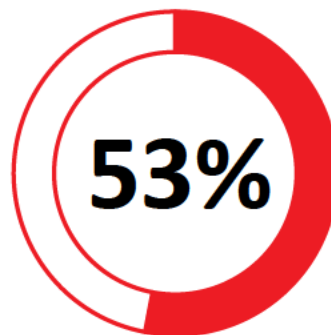
Ce taux de notoriété accuse une diminution significative de 8 points par rapport à 2021.

Les résidents de la région métropolitaine de Montréal sont moins nombreux en proportion à connaître ce système (48%), par rapport aux résidents du reste du Québec.

Q3. Connaissez-vous, au moins pour en avoir déjà entendu parler, le système d'alerte Québec En Alerte ?

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)

% OUI



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
% OUI	61%	53%↓	48%	57%	58%	54%	49%

5. QUÉBEC EN ALERTE

5.1 Notoriété (suite)

Parmi les Québécois qui connaissent le système *Québec en alerte*, 68% ont pris connaissance de son existence par la réception d'une alerte.

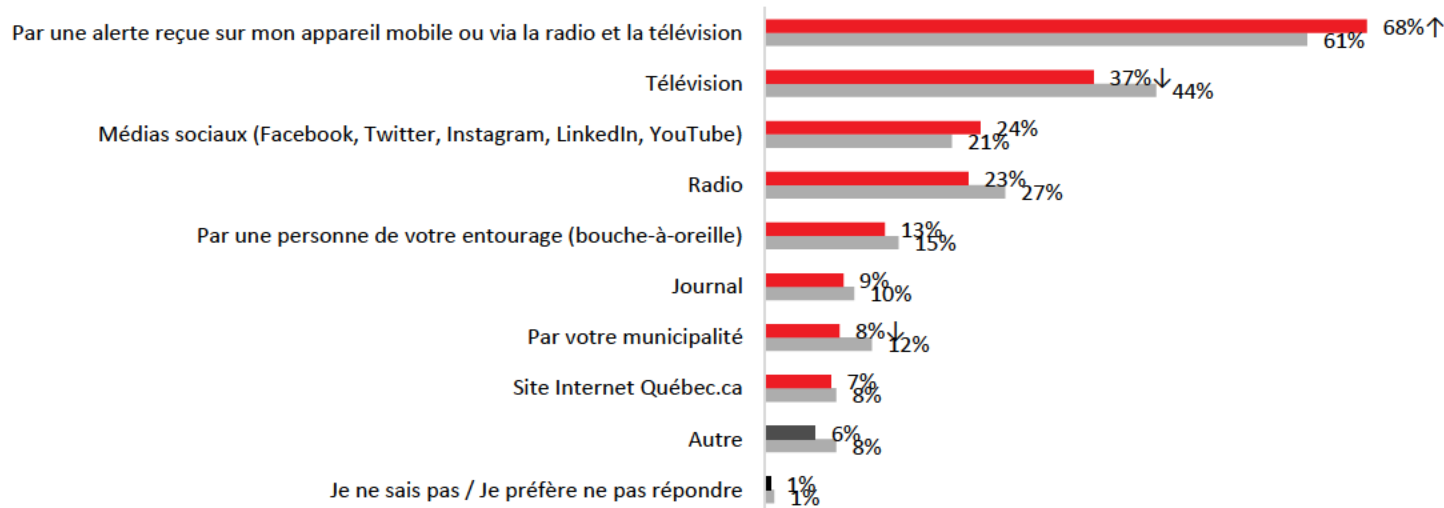
Cette proportion est plus élevée qu'en 2021 (+7 points), alors qu'une proportion plus faible dit aujourd'hui en avoir entendu parler à la télévision (-7 points) et par le biais de leur municipalité (-4 points).

Les différences significatives qui existent à cet égard entre les sous-groupes sont présentées à la page suivante.

Q3A. Par quels moyens ou par qui en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui connaissent le système d'alerte Québec En Alerte - Mention multiple

■ 2022 (n=512) ■ 2021 (n=590)



5. QUÉBEC EN ALERTE

5.1 Notoriété (suite)

On observe dans le tableau ci-dessous que les résidents de la région métropolitaine de Montréal sont plus nombreux en proportion à avoir pris connaissance de cet outil en recevant une alerte (74%), alors que ceux qui habitent la région métropolitaine de Québec sont plus nombreux à en avoir entendu parler à la radio (46%).

Q3A. Par quels moyens ou par qui en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui connaissent le système d'alerte Québec En Alerte Mention multiple	2022 (n=512)	Région			Langue	
		Montréal RMR (n=256)	Québec RMR (n=43)	Autre (n=213)	Français (n=426)	Autre (n=86)
Par une alerte reçue sur mon appareil mobile ou via la radio et la télévision	68%	74%	61%	63%	68%	68%
Télévision	37%	32%	42%	40%	39%	28%
Médias sociaux	24%	21%	37%	24%	24%	26%
Radio	23%	22%	46%	18%	24%	19%
Par une personne de votre entourage (bouche-à-oreille)	13%	11%	19%	15%	14%	12%
Journal	9%	9%	9%	9%	8%	12%
Par votre municipalité	8%	9%	2%	10%	9%	6%
Site Internet Québec.ca	7%	6%	10%	8%	7%	9%
Autre	8%	4%	6%	7%	6%	4%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1%	1%	0%	0%	1%	0%

6. SENSIBILISATION À LA PRÉVENTION DES INCENDIES EN LIGNE

6. SENSIBILISATION À LA PRÉVENTION DES INCENDIES EN LIGNE

6.1 Notoriété

Près du tiers (30%) des Québécois disent avoir déjà été sensibilisés à l'importance de la prévention incendie sur les plateformes numériques.

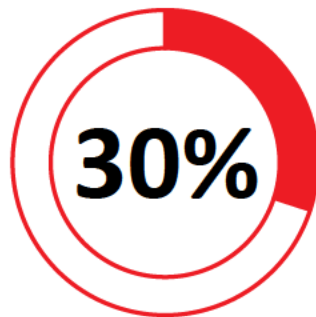
Ce résultat est statistiquement similaire à celui de 2021.

Au regard des différents sous-groupes, on remarque que les résidents de la région métropolitaine de Montréal sont moins nombreux à avoir été sensibilisés à l'importance de la prévention incendie par le biais des différentes plateformes.

Q4. Avez-vous déjà été sensibilisé à l'importance de la prévention incendie sur les plateformes numériques?

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)

% OUI



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
% OUI	28%	30%	25%	37%	34%	32%	24%

6. SENSIBILISATION À LA PRÉVENTION DES INCENDIES EN LIGNE

6.2 Plateforme

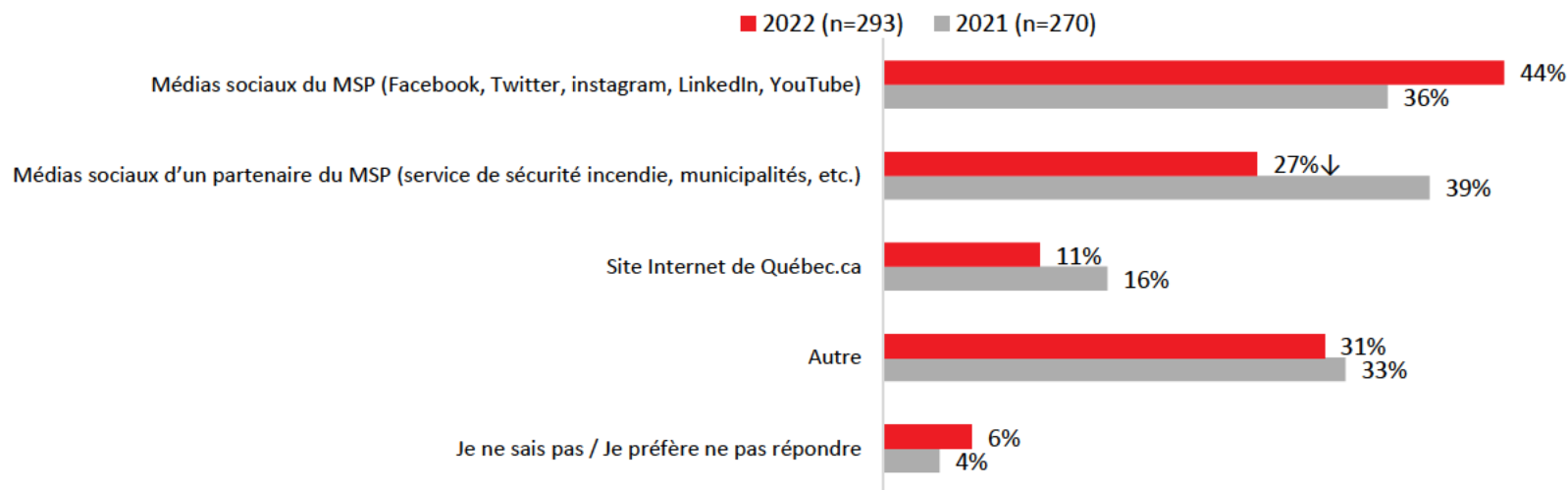
C'est toujours via les médias sociaux du MSP (44%) ou de l'un de ses partenaires (27%) que les citoyens ont surtout entendu parler de l'importance de la prévention incendie.

Les médias sociaux des partenaires accusent toutefois un recul significatif de 12 points par rapport à l'année dernière.

Les différences entre les sous-groupes à cet égard sont présentées à la page suivante.

Q4A. Par quelles plateformes en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui ont été sensibilisés à l'importance de la prévention incendie sur les plateformes numériques – Mention multiple



6. SENSIBILISATION À LA PRÉVENTION DES INCENDIES EN LIGNE

6.2 Plateforme (suite)

Les différences qui existent entre les sous-groupes en matière de sensibilisation à la prévention des incendies en ligne sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Les seules différences significatives notables concernent les résidents de la région métropolitaine de Montréal et les non-francophones, qui ont tous deux davantage été sensibilisés à l'importance de la prévention incendie en ligne par le biais du site Internet *Québec.ca* (16% et 26% respectivement).

Q4A. Par quelles plateformes en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui ont été sensibilisés à l'importance de la prévention incendie sur les plateformes numériques Mention multiple	2022 (n=293)	Région			Langue	
		Montréal RMR (n=139)	Québec RMR (n=30)	Autre (n=124)	Français (n=249)	Autre (n=44)
TOTAL MÉDIAS SOCIAUX	62%	58%	58%	66%	63%	54%
Médias sociaux du MSP	44%	40%	50%	47%	44%	45%
Médias sociaux d'un partenaire	27%	27%	20%	28%	28%	20%
Site Internet de Québec.ca	11%	16%	15%	5%	8%	26%
Autre	31%	27%	42%	33%	33%	27%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	6%	7%	10%	5%	6%	9%

6. SENSIBILISATION À LA PRÉVENTION DES INCENDIES EN LIGNE

6.3 Préparation d'un plan d'évacuation domiciliaire

Cette année, ce sont un peu plus de la moitié des répondants qui disent avoir préparé leur plan d'évacuation en cas d'incendie.

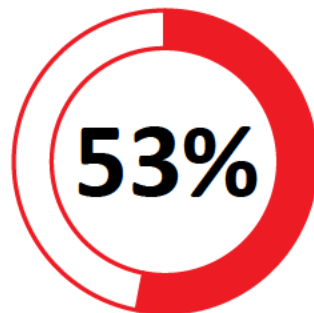
Comparativement à 2021, ce résultat présente une diminution significative de 10 points.

On remarque qu'il est uniforme parmi l'ensemble des sous-groupes à l'étude.

Q4B. Avez-vous préparé votre plan d'évacuation de votre domicile en cas d'incendie?

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)

% OUI



<i>Base : Tous les répondants citoyens</i>	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
% OUI	63%	53%↓	53%	49%	54%	54%	49%

7. TROUSSE 72 HEURES

7. TROUSSE 72 HEURES

7.1 Notoriété de la campagne de sensibilisation

Chez les Québécois, la notoriété de la campagne de sensibilisation à la trousse 72 heures se chiffre à 31%.

Cette donnée est stable par rapport à 2021.

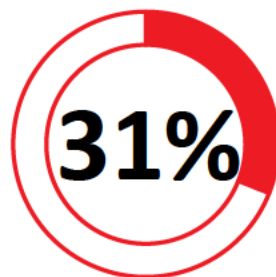
On remarque, encore cette année, que la notoriété est significativement plus faible parmi les non-francophones (18%).

Q5. Le ministère de la Sécurité publique a réalisé une campagne afin de sensibiliser les citoyens à l'importance d'avoir à la maison une trousse d'urgence leur permettant d'assurer leur sécurité pendant 3 jours (72 heures) lors d'un sinistre. Dans le cadre de cette campagne, des messages et une vidéo qui décrivent le contenu de cette trousse ont été diffusés dans les médias sociaux, le site Québec.ca et des publicités ont été diffusées dans les grands médias.

Avez-vous déjà vu un de ces messages?

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)

% OUI



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
% OUI	30%	31%	28%	42%	32%	35%	18%

7. TROUSSE 72 HEURES

7.2 Sources d'information

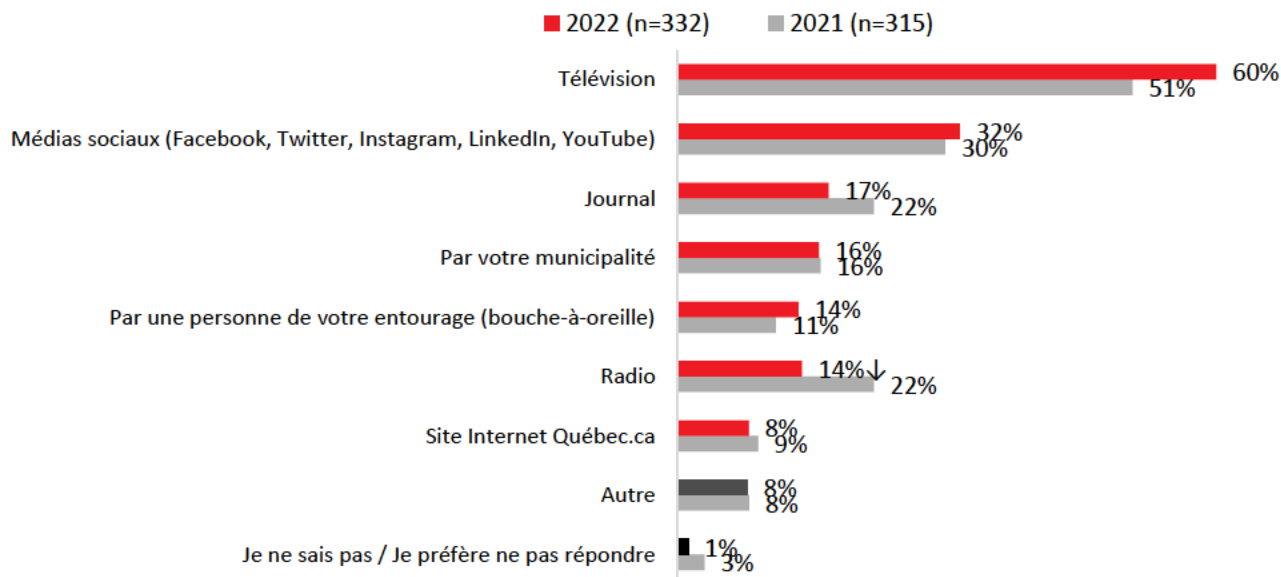
C'est toujours par le biais de la télévision (60%) que les Québécois ont majoritairement été exposés à la campagne de sensibilisation.

Moins de citoyens ont entendu un message de la campagne par le biais de la radio cette année (14%, contre 22% en 2021).

Les différences entre les sous-groupes à cet égard sont présentées à la page suivante.

Q5A. Par quels moyens ou par qui en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui ont déjà vu un message de la campagne afin de sensibiliser les citoyens à l'importance d'avoir à la maison une trousse d'urgence
Mention multiple



7. TROUSSE 72 HEURES

7.2 Sources d'information (suite)

Les différences qui existent entre les sous-groupes sont présentées dans le tableau ci-dessous.

À cet égard, remarquons que si la télévision est la première source d'exposition dans tous les sous-groupes, les citoyens de la région métropolitaine de Montréal sont moins nombreux à avoir pris connaissance de la campagne par le biais de ce média.

Q5A. Par quels moyens ou par qui en avez-vous entendu parler?

Base : Les répondants citoyens qui ont déjà vu un message de la campagne afin de sensibiliser les citoyens à l'importance d'avoir à la maison une trousse d'urgence Mention multiple	2022 (n=332)	Région			Langue	
		Montréal RMR (n=169)	Québec RMR (n=36)	Autre (n=127)	Français (n=299)	Autre (n=33)
Télévision	60%	54%	71%	64%	62%	49%
Médias sociaux	32%	32%	25%	34%	30%	40%
Journal	17%	16%	16%	18%	18%	7%
Par votre municipalité	16%	15%	10%	18%	15%	23%
Par une personne de votre entourage	14%	8%	21%	17%	13%	14%
Radio	14%	15%	13%	13%	15%	10%
Site Internet Québec.ca	8%	6%	17%	7%	8%	6%
Autre moyen	8%	9%	4%	8%	9%	2%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1%	2%	0%	0%	1%	2%

7. TROUSSE 72 HEURES

7.2 Sources d'information (suite)

16% des Québécois ont entendu parler de la trousse 72 heures par une autre source d'information que la campagne de sensibilisation. Parmi ces sources, les trois principales sont la télévision (3%), l'établissement scolaire ou le travail (3%) et le bouche à oreille (2%).

Les quelques différences qui existent entre les sous-groupes à cet égard sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Q5B. Avez-vous déjà entendu parler de la trousse d'urgence 72 heures par le biais d'une autre organisation? Si oui, laquelle?

Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
TOTAL OUI	15%	16%	13%	17%	18%	17%	12%
La télévision	3%	3%	2%	3%	3%	3%	2%
Par mon établissement scolaire / par le biais de mon travail	1%	3%↑	3%	6%	2%	3%	2%
Le bouche à oreille	4%	2%↓	2%	1%	2%	2%	1%
La Croix-Rouge	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
La municipalité / la Ville	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%
Les médias écrits	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%
Les pompiers	1%	1%	1%	0%	1%	1%	0%
La radio	0%	1%	0%	1%	2%	1%	1%
Gouvernement fédéral	0%	1%	1%	2%	0%	1%	1%
Les réseaux sociaux	0%	1%	0%	0%	2%	1%	1%
Non	81%	81%	84%	76%	79%	80%	85%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4%	3%	3%	7%	3%	3%	4%

7. TROUSSE 72 HEURES

7.3 Possession d'une trousse 72 heures

28% des Québécois possèdent une trousse d'urgence prête à la maison pour subvenir à leurs besoins pendant 72 heures en cas de sinistre.

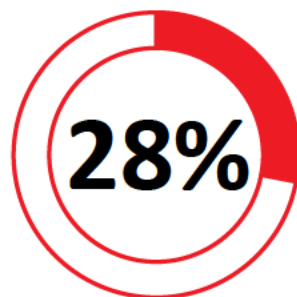
Cette proportion représente une diminution de 7 points par rapport à celle de 2021.

Elle est uniforme parmi les sous-groupes.

Q5C. Avez-vous une trousse 72 heures ou une trousse d'urgence prête à la maison pour subvenir à vos besoins pendant les trois premiers jours d'un sinistre?

Base : Tous les répondants citoyens (n=1000)

% OUI



Base : Tous les répondants citoyens	2021 (n=1000)	2022 (n=1000)	Région			Langue	
			Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
% OUI	35%	28%↓	27%	26%	31%	30%	23%

8. SOURCES D'INFORMATION PRIVILÉGIÉES

8. SOURCES D'INFORMATION PRIVILÉGIÉES

Les meilleurs moyens pour informer les Québécois sur les outils qui existent en sécurité civile et en sécurité incendie sont maintenant Internet en général (19%) et les réseaux sociaux (17%).

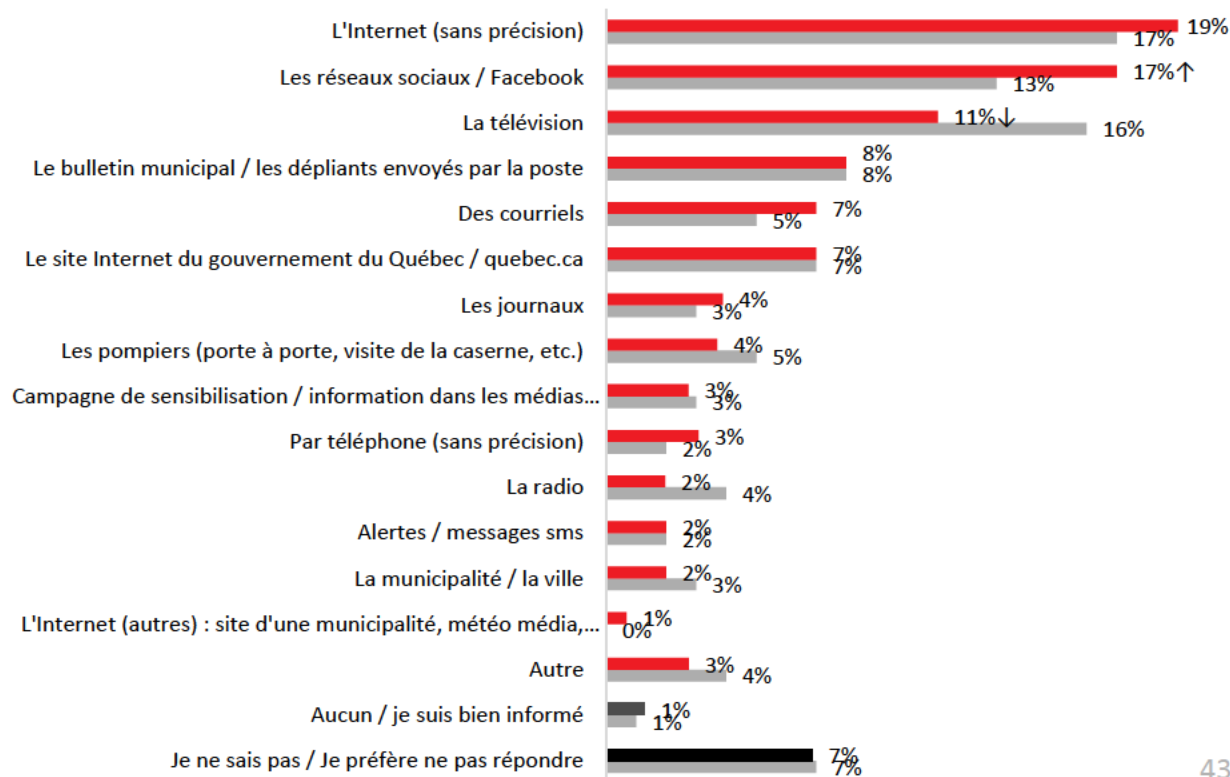
La télévision est moins souvent mentionnée cette année (-5 points), alors que les réseaux sociaux le sont davantage (+4 points).

Les différences entre les sous-groupes à cet égard sont présentées à la page suivante.

Q7. Quel serait le meilleur moyen pour vous informer sur les outils qui existent en sécurité civile et en sécurité incendie?

Base : Tous les répondants citoyens

MENTION SPONTANÉE



8. SOURCES D'INFORMATION PRIVILÉGIÉES – SUITE

On remarque quelques différences significatives parmi les sous-groupes, notamment, les non-francophones préfèrent être informés par le biais du bulletin municipal (13%, contre 7%), alors que les francophones préfèrent l'être par la télévision (13%, contre 4%).

Base : Tous les répondants citoyens	2022 (n=1000)	Région			Langue	
		Montréal RMR (n=535)	Québec RMR (n=86)	Autre (n=379)	Français (n=835)	Autre (n=165)
L'Internet (sans précision)	19%	18%	21%	20%	18%	22%
Les réseaux sociaux / Facebook	17%	14%	19%	19%	18%	13%
La télévision	11%	11%	10%	11%	13%	4%
Le bulletin municipal / les dépliants envoyés par la poste	8%	10%	3%	7%	7%	13%
Des courriels	7%	7%	3%	7%	6%	8%
Le site Internet du gouvernement du Québec / quebec.ca	7%	6%	14%	6%	7%	7%
Les journaux	4%	4%	2%	4%	5%	2%
Les pompiers (porte-à-porte, visite de la caserne, etc.)	4%	3%	8%	4%	4%	2%
Campagne de sensibilisation / information dans les médias / publicités	3%	3%	0%	3%	2%	4%
Par téléphone (sans précision)	3%	4%	5%	2%	2%	5%
La radio	2%	2%	4%	2%	2%	0%
Alertes / messages sms	2%	2%	1%	3%	2%	2%
La municipalité / la Ville	2%	2%	3%	3%	3%	1%
L'Internet (autres) : site d'une municipalité, météo média, etc.	1%	1%	0%	1%	1%	1%
Autre	3%	3%	2%	2%	3%	4%
Aucun / Je suis bien informé	1%	2%	1%	1%	1%	2%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	7%	8%	6%	6%	6%	10%

Leger

