

**MONTRÉAL**

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

QUÉBEC

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

SONDAGE POST-CAMPAGNE PUBLICITAIRE

CAMPAGNE DE PROMOTION 2024 DES VILLAGES-RELAIS DU QUÉBEC

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DES TRANSPORTS ET DE LA MOBILITÉ
DURABLE DU QUÉBEC

03	/CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
04	/FAITS SAILLANTS
06	/PROFIL DES RÉPONDANTS
08	/CHAPITRE 1 : NOTORIÉTÉ ET CONNAISSANCE DES VILLAGES-RELAIS
19	/CHAPITRE 2 : ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DU MINISTÈRE
33	/CONCLUSIONS

ANNEXES

- /1.** MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /2.** QUESTIONNAIRE
- /3.** TABLEAUX STATISTIQUES (SOUS PLI SÉPARÉ)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



RAPPEL DU CONTEXTE

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

Le MTMD fait, depuis 2011, la promotion de ces lieux afin de les faire connaître aux usagers de la route, mais aussi pour encourager ces derniers à s'y arrêter, spontanément ou de façon planifiée, pour découvrir les attraits environnants et les services qui y sont offerts.

Le plan média à la base de la campagne faisant l'objet de la présente mesure est, en partie, différent de celui de la précédente campagne (mesure de 2023), entre autres en ce qui a trait aux intégrations télévisuelles et au volet web.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'étude vise à évaluer la notoriété, l'appréciation et l'impact de la campagne de promotion actuelle des villages-relais et à comparer les résultats obtenus (lorsque possible) avec ceux de la dernière campagne (mesure de 2023).

SONDAGE EN LIGNE		POPULATION CIBLE	➤ Les adultes québécois âgés de 18 ans ou plus ayant effectué, à titre de conducteur ou de passager, au moins un voyage en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), en moto ou en camion sur les routes du Québec au cours de l'été 2024.
		ÉCHANTILLONNAGE	➤ Un total de 1 025 répondants répartis non proportionnellement selon les 17 régions administratives du Québec ont pris part à l'étude.
		COLLECTE ET TAUX DE RÉPONSE	➤ Sondage en ligne réalisé du 5 au 13 novembre 2024. ✓ Taux de réponse du panel Or de SOM : 27,9 %.
		PONDÉRATION	➤ Pondération pour s'assurer d'une bonne représentativité des répondants en fonction de la région (regroupée et pour les 17 régions administratives couvrant le territoire du Québec), de l'âge, du genre, du fait de vivre seul ou non, de la langue maternelle, de la scolarité et du statut de propriétaire ou de locataire du logement habité.
		MARGE D'ERREUR	➤ La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants admissibles est de 4,1 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.
		INTERPRÉTATION ET ANALYSE DES RÉSULTATS	➤ Les différences statistiquement significatives (à la hausse ou à la baisse) observées par rapport à la mesure précédente (2023) sont indiquées par des flèches (↑↓) et celles entre les sous-groupes de répondants sont illustrées à l'aide des signes + et - pour signifier des écarts supérieurs ou inférieurs. Seules les différences pertinentes dont le niveau de confiance est d'au moins 95 % sont présentées, le cas échéant.



Faits saillants

FAITS SAILLANTS



NOTORIÉTÉ DES VILLAGES-RELAIS

Base : tous, n : 1 025

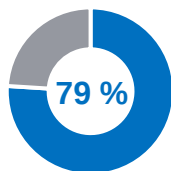
62 %
ont déjà entendu
parler des villages-
relais



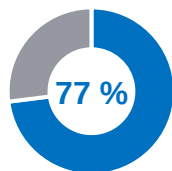
62 %
ont déjà remarqué un panneau routier
informant de la présence d'un village-
relais (notoriété assistée)

NIVEAU DE CONNAISSANCE DES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES AUX VILLAGES-RELAIS

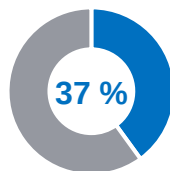
Base : ceux qui ont déjà entendu parler des villages-relais, n : 699



connaissent au moins une
caractéristique spécifique
aux villages-relais
(49 % sur l'ensemble
des répondants)



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



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

FRÉQUENTATION DES VILLAGES-RELAIS

Base : ceux qui ont déjà entendu parler des villages-relais, n : 699



67 %
affirment s'y être déjà arrêtés
(42 % sur l'ensemble des répondants)

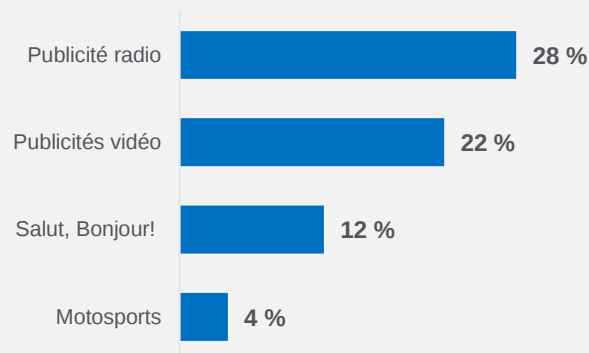
NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE

Base : tous, n : 1 025



38 % ↓
ont vu ou entendu au moins un élément de la
campagne publicitaire avant le sondage (45 %
en 2023)

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



Notes moyennes
sur 10
d'appréciation de
la campagne



7,5
pour le visuel



7,6
pour le contenu

IMPACT AVOUÉ DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Base : ceux qui ont été exposés à la campagne, n : 381

72 %

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



Profil des répondants

PROFIL DES RÉPONDANTS



	Ensemble %
RÉGION	n : 1 025
RMR de Québec	10
RMR de Montréal	48
Ailleurs au Québec	42
GENRE (sans la non-réponse)	n : 1 017
Homme	49
Femme	51
ÂGE	n : 1 025
18 à 34 ans	25
35 à 44 ans	16
45 à 54 ans	15
55 ans ou plus	44
REVENU FAMILIAL BRUT ANNUEL (sans la non-réponse)	n : 921
Moins de 35 000 \$	16
De 35 000 \$ à 54 999 \$	14
De 55 000 \$ à 74 999 \$	16
De 75 000 \$ à 99 999 \$	14
De 100 000 \$ à 149 999 \$	24
150 000 \$ ou plus	16
NIVEAU DE SCOLARITÉ (sans la non-réponse)	n : 1 015
Aucune/secondaire/DEP	51
Collégiale	19
Universitaire	30

	Ensemble %
TAILLE DU MÉNAGE	n : 1 025
1 personne	17
2 personnes	44
3 personnes	17
4 personnes	12
5 personnes ou plus	10
ENFANTS DE MOINS DE 18 ANS (sans la non-réponse)	n : 1 020
Aucun	70
1 ou plus	30
LANGUE MATERNELLE (plusieurs réponses possibles)	n : 1 025
Français	85
Anglais	15
Autre	14
OCCUPATION (sans la non-réponse)	n : 1 019
Travaille à temps plein	52
Travaille à temps partiel	7
Retraité	28
Étudiant	5
Sans emploi	3
Au foyer	3
Autre	2

	Ensemble %
NOMBRE DE VOYAGES EFFECTUÉS SUR LES ROUTES DU QUÉBEC DANS LA DERNIÈRE ANNÉE (sans la non-réponse)	n : 1 006
1 à 4 voyages	39
5 à 20 voyages	25
Plus de 20 voyages	36
DÉTIENT UN PERMIS DE CONDUIRE VALIDE AU QUÉBEC	n : 1 025
Oui	94
Non	6
POSSÈDE UN VÉHICULE RÉCRÉATIF (VR)	n : 1 025
Oui	31
Non	69
HABITE DANS UN VILLAGE-RELAIS (sans la non-réponse)	n : 1 016
Oui	6
Non	94

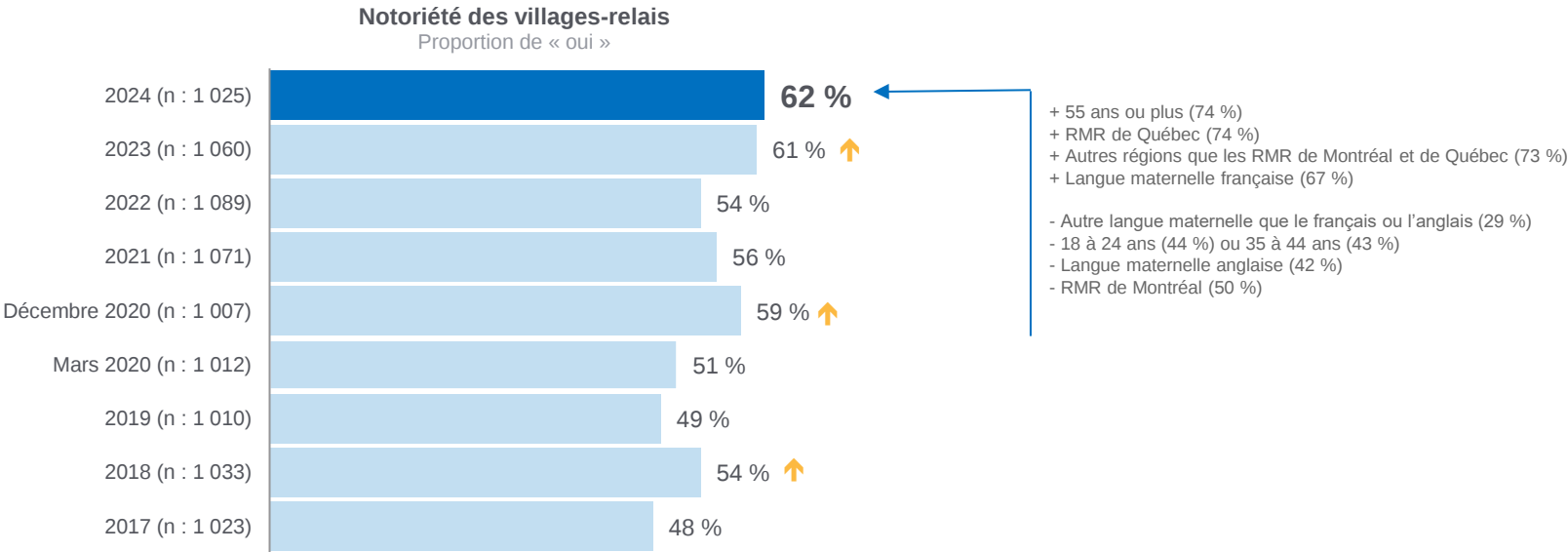


Chapitre 1

NOTORIÉTÉ ET CONNAISSANCE DES VILLAGES-RELAIS

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

QC1. Avez-vous déjà entendu parler des villages-relais?
Base : ensemble des répondants



La notoriété des villages-relais reste stable et élevée

C'est encore une fois trois répondants sur cinq qui déclarent avoir déjà entendu parler des villages-relais. Cette proportion préserve la progression notable observée l'année dernière, mais constitue également le meilleur résultat enregistré depuis 2017.

Toutefois, les répondants dont la langue maternelle n'est pas le français, les plus jeunes, ceux d'âge moyen ainsi que les résidents de la grande région de Montréal sont en proportion inférieure à dire connaître les villages-relais.

SIGNIFICATION DE L'APPELLATION « VILLAGE-RELAIS »



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

Base : répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais

Question ouverte, trois réponses possibles*

Principales réponses (1 % ou plus pour celles de 2024)	2024 n : 699 %	2023 n : 722 %
Un lieu qui offre des services	37	33
Un lieu où on peut s'arrêter	30	33
Un lieu où on peut manger	28	30
Un lieu où on a accès à un dépanneur ou une station-service	21	20
Un lieu avec de l'hébergement	16	17
C'est un endroit intéressant	13 ↑	7
Un endroit où faire des activités (ex. : parcs, tourisme)	12	15
Un village éloigné des grands centres (ex. : en région, sur une route secondaire)	6	5
Un endroit facile d'accès pour les voyageurs routiers	5 ↑	2
Un village situé entre deux grandes villes (ex. : un relais, un lien)	4	4
Un endroit où on est bien accueilli (un lieu d'accueil pour les voyageurs)	3	3
Un lieu qui offre des services accessibles en tout temps (24 heures sur 24)	2	3
Un endroit où se procurer des produits locaux (ex. : artisanat, produits du terroir)	2	2
Un lieu où on peut obtenir des renseignements touristiques	1	2
Un endroit sécuritaire (ex. : où s'arrêter en toute sécurité)	1	1
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	11	7

Un lieu riche en services pour les voyageurs

Pour ceux qui ont déjà entendu parler des villages-relais, cette appellation évoque un lieu qui offre des services utiles aux voyageurs, mais aussi un endroit opportun pour faire une pause sur la route.

De manière générale, les répondants perçoivent les villages-relais comme des lieux propices au repos, au ravitaillement ou au divertissement, une image qui reste constante par rapport à l'année dernière.

* 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.

CONNAISSANCE DES SERVICES OFFERTS DANS LES VILLAGES-RELAIS



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

Base : répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais
Question ouverte, cinq réponses possibles*

Principales réponses (2 % ou plus pour celles de 2024)	2024 n : 699 %	2023 n : 722 %
Restauration	63 ↓	73
Station-service (essence)	46	44
Auberges	22	24
Hôtels/motels	19	24
Installations sanitaires (toilettes, eau)	18	23
Épiceries	11 ↑	7
Attraits touristiques	10	10
Kiosques d'information	8	7
Aires de repos	7	6
Divertissements	6	3
Magasins	5	5
Bornes de recharge électrique (ex. : cellulaire, auto électrique)	4	4
Parcs	3	3
Marchés	3	<1
Stationnements	2	3
Halte routière	2	1
Aire de pique-nique	2	4
Garage	2	3
Artisanat	2	3
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	15 ↑	10

Les services de restauration et de distribution d'essence demeurent les plus cités

Encore cette année, les répondants qui connaissent les villages-relais évoquent avant tout les services de restauration, et ce, malgré une baisse significative observée cette fois-ci (63 % contre 73 % en 2023). En deuxième lieu se retrouve toujours le service de distribution d'essence, suivi de loin par divers types d'hébergement et les installations sanitaires, lesquels sont cités par environ un répondant sur cinq respectivement.

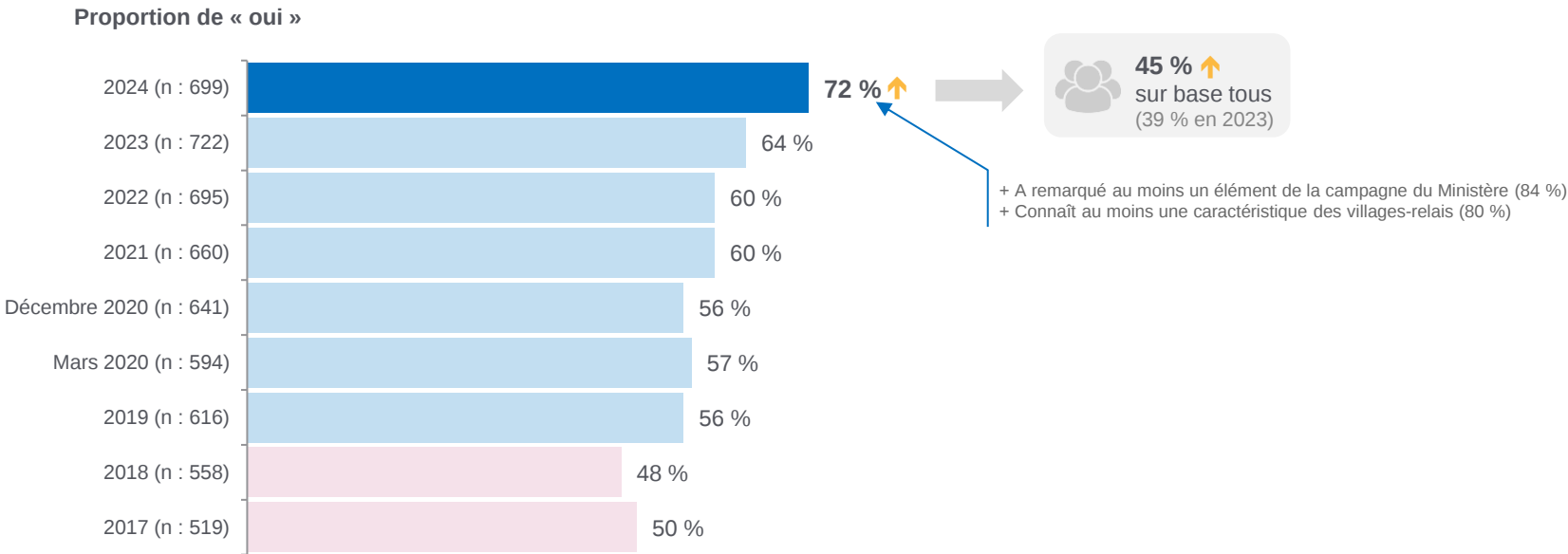
* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en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

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



QC3. Saviez-vous que pour être reconnue comme village-relais par le ministère des Transports et de la Mobilité durable, une municipalité doit répondre à des standards de qualité et offrir une gamme de services aux voyageurs (par exemple : alimentation, distribution d'essence, toilettes publiques), le tout dans un cadre agréable?*

Base : répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais



C'est maintenant près des trois quarts des répondants connaissant les villages-relais qui savent qu'une municipalité doit respecter certains critères pour obtenir cette reconnaissance

Il s'agit d'une augmentation significative par rapport à l'année dernière (72 % contre 64 % en 2023), ce qui témoigne d'un progrès notable de la connaissance des critères requis pour être désigné comme village-relais.

Cette hausse se reflète aussi sur le résultat basé sur tous les adultes québécois ayant voyagé sur les routes du Québec durant l'été 2024, près de la moitié d'entre eux étant au courant de ces standards.

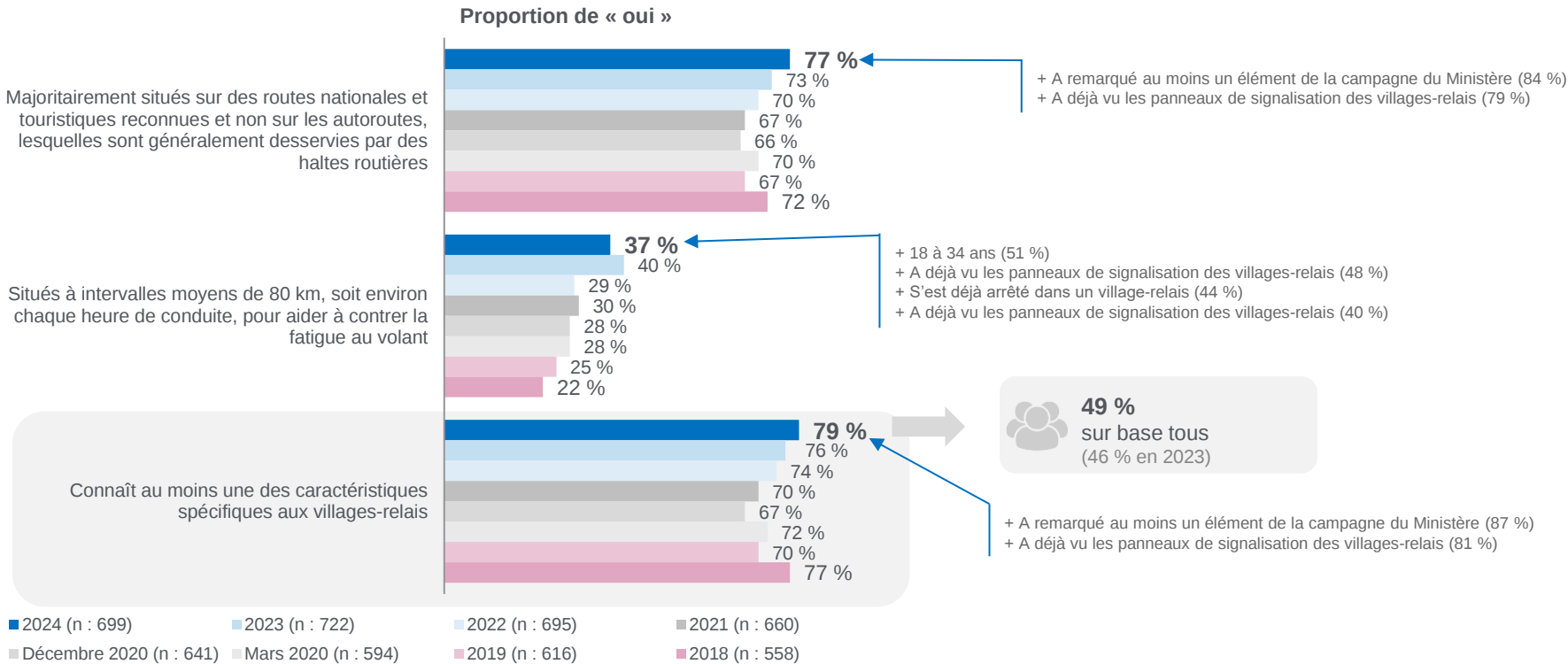
* Les exemples cités ont changé en 2024. Auparavant, on retrouvait : « (par exemple : restauration, distribution d'essence, dépannage automobile, hébergement et information touristique) ». La question des études de 2018 et de 2017 était légèrement différente et se lisait comme suit : « Saviez-vous que pour être reconnue comme village-relais par le ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports, il faut qu'une municipalité réponde à des standards de qualité et offre une gamme de services aux voyageurs? ».

CONNAISSANCE DES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES AUX VILLAGES-RELAIS



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

Base : répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais



C'est toujours le fait que les villages-relais ne sont pas situés sur les autoroutes qui est le plus connu

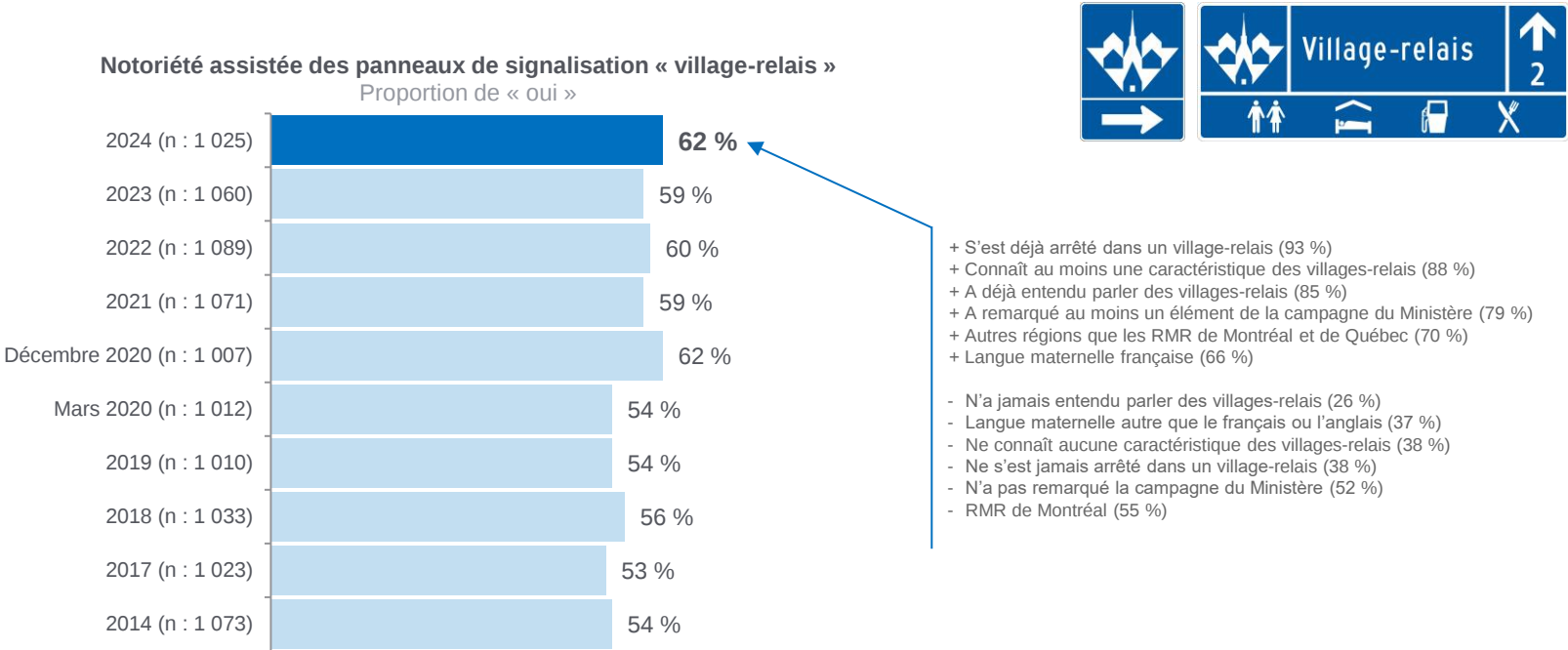
Leur situation géographique rapprochée, visant à contrer la fatigue au volant, pourrait être davantage mise de l'avant dans les communications. Sur la base de l'ensemble des répondants, la moitié connaissent au moins l'une de ces particularités.

* Les questions C4a et C4b étaient moins étoffées en 2018 et se lisaient comme suit : « Situés sur des routes nationales et touristiques reconnues. » et « Situés à intervalles moyens de 80 km (50 milles), soit environ chaque heure de conduite. ».

NOTORIÉTÉ DES PANNEAUX ROUTIERS DES VILLAGES-RELAIS



QD1. Voici des panneaux de signalisation qu'on peut voir sur certaines routes du Québec et qui visent à informer les usagers de la route de la présence d'un village-relais. Aviez-vous déjà vu l'un ou l'autre de ces panneaux routiers le long d'une route du Québec?
Base : ensemble des répondants



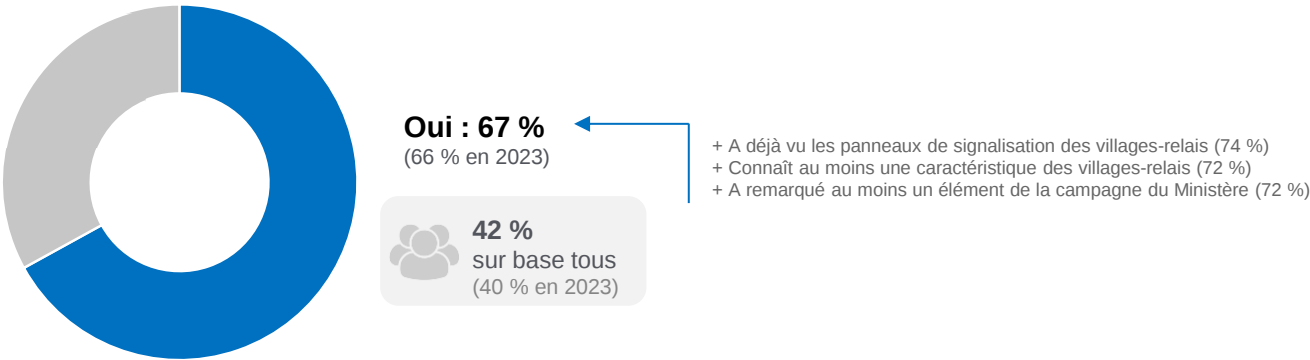
La notoriété des panneaux signalant les villages-relais reste constante

Trois répondants sur cinq disent avoir déjà vu ces panneaux le long des routes du Québec. Si ce résultat ne diverge pas outre mesure de celui de 2023, il égalise néanmoins le plus élevé enregistré antérieurement, soit en décembre 2020.

Des sous-groupes qui sont en proportion inférieure à les avoir déjà remarqués, relevons ceux qui ont une autre langue maternelle que le français ou l'anglais ainsi que ceux qui habitent la RMR de Montréal.

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

Base : répondants ayant déjà entendu parler des villages-relais, n : 699



S’être déjà arrêté dans un villages-relais rassemble toujours les deux tiers des répondants les connaissant

Cette proportion s’élève à deux personnes sur cinq sur l’ensemble des répondants, un résultat également stable par rapport à l’an dernier.

ARRÊT DANS UN VILLAGE-RELAIS (SUITE)



QC6a1. Dans quel(s) village(s)-relais vous êtes-vous arrêté(s) à l'été 2024?
Base : répondants ayant déjà fait un arrêt dans un village-relais, excluant la non-réponse, n : 379
Plusieurs réponses possibles*

	%
Baie-Saint-Paul	21
Montebello	18
Coaticook	17
La Pocatière	16
Saint-Donat	14
Mont-Joli	11
Yamachiche	11
Nicolet	10
Stanstead	10
Deschambault-Grondines	10
Acton Vale	10
Labelle	8
Amqui	8
Danville	8
L'Anse-Saint-Jean	8
Saint-Siméon	8
Lac-Bouchette	8
Les Escoumins-Essipit	7
Lac-Etchemin	7
Senneterre	6
Weedon	6
La Doré	6
Sainte-Eulalie	5
Lac-des-Écorces	5

	%
Forestville	5
Port-Cartier	5
Chapais	5
La Sarre	5
Hébertville	5
Dégelis	5
Brownsburg-Chatham	5
Saint-Fulgence	5
Sacré-Cœur-sur-le-Fjord-du-Saguenay	4
Pointe-à-la-Croix	4
Rivière-au-Renard (Gaspé)	4
Maniwaki	4
Saint-Maxime-du-Mont-Louis	4
La Guadeloupe	3
Pohénégamook	3
Chandler	3
Cap-Chat	3
Paspébiac	3
Stomoway	3
New Richmond	3
Val-des-Bois	3
Témiscaming	3
Mansfield et Fort-Coulonge	1
Rivière-au-Tonnerre	1

Baie-Saint-Paul reste le village le plus visité

Parmi les visiteurs de villages-relais, un sur cinq s'est rendu à Baie-Saint-Paul à l'été 2024, ce qui positionne ce lieu en première position. Cela dit, Montebello suit d'assez près, alors qu'il occupait le cinquième rang l'an dernier.

* Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement.

SERVICES UTILISÉS LORS D'ARRÊTS DANS DES VILLAGES-RELAIS



QC7a. À l'été 2024, quel(s) service(s) avez-vous utilisé(s) lors de vos arrêts dans des villages-relais?
Base : répondants ayant fait un arrêt dans un village-relais à l'été 2024
Plusieurs réponses possibles*

Principales réponses (3 % ou plus pour celles de 2024)	2024 n : 378 %	2023 n : 391 %
Restaurants	72	74
Station-service (essence)	72	73
Épicerie ou dépanneur	63	63
Toilettes publiques	57	65
Hébergement (ex : hôtel, motel, camping)	19	24
Stationnement réservé pour une pause de la route sécuritaire	16 ↓	24
Services bancaires (ex. : guichet automatique, service au comptoir)	12	13
Accès au WIFI public	10	15
Pharmacie	10	-
Borne de recharge électrique pour les véhicules	8	9
Centre mécanique (dépannage mécanique ou remorquage)	4	2
Dispositif de réception des eaux usées (pour les véhicules récréatifs)	3	4
Bornes de recharge pour vélos électriques	3	0
Aucun	1	1

Les services alimentaires et de commodités sont particulièrement prisés des voyageurs

Comme à l'accoutumée, les services les plus utilisés par les visiteurs de villages-relais à l'été 2024 incluent la restauration, les stations-service, les épiceries ou dépanneurs, ainsi que les installations sanitaires. En effet, plus de la moitié des répondants ont fait une halte dans ces villages pour utiliser au moins l'un de ces services.

* Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement.

QC8. De quelle(s) façon(s) l'expérience dans les villages-relais peut-elle être bonifiée?

Base : répondants ayant déjà fait un arrêt dans un village-relais

Question ouverte, trois réponses possibles*

Principales réponses (2 % ou plus)	2024 n : 466 %
Bonifier l'offre de services (ex. : plus de commodités, salles d'allaitement)	11
Améliorer la signalisation (ex. : indications, pancartes sur l'autoroute)	6
Améliorer l'offre de nourriture (ex. : restaurants, menu varié, santé)	6
Promouvoir davantage les villages-relais	5
Améliorer les heures d'ouverture des commerces (ex. : 24 h)	4
Améliorer la propreté des lieux publics	3
Assurer l'accès à du stationnement (ex. : 24 h)	3
Baisser le prix des services offerts aux voyageurs (ex. : offrir des rabais)	3
Faciliter l'accès aux informations touristiques (ex. : guides, cartes)	3
Assurer la bonne ambiance (ex. : amical, accueil)	3
Avoir un plus grand nombre de villages-relais (ex. : dans toutes les régions)	2
Assurer l'accessibilité des villages-relais	2
Offrir une plus grande variété de commerces aux voyageurs	2
Offrir des services pour les véhicules électriques (ex. : bornes de recharge)	2
Améliorer l'offre d'hébergement (ex. : hôtel, camping)	2
Rien, tout est satisfaisant	3
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	59

Les répondants proposent un large éventail d'idées

Deux répondants qui ont déjà fait une pause dans un village-relais sur cinq formulent des suggestions pour bonifier l'expérience vécue dans ces lieux (38 %, soit 100 % - 59 % de non-réponse et 3 % de « tout est satisfaisant »). Ils proposent plusieurs améliorations, mais aucune ne se distingue. En effet, la bonification de l'offre de services est la proposition la plus répandue, avec seulement 11 %.

* 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.



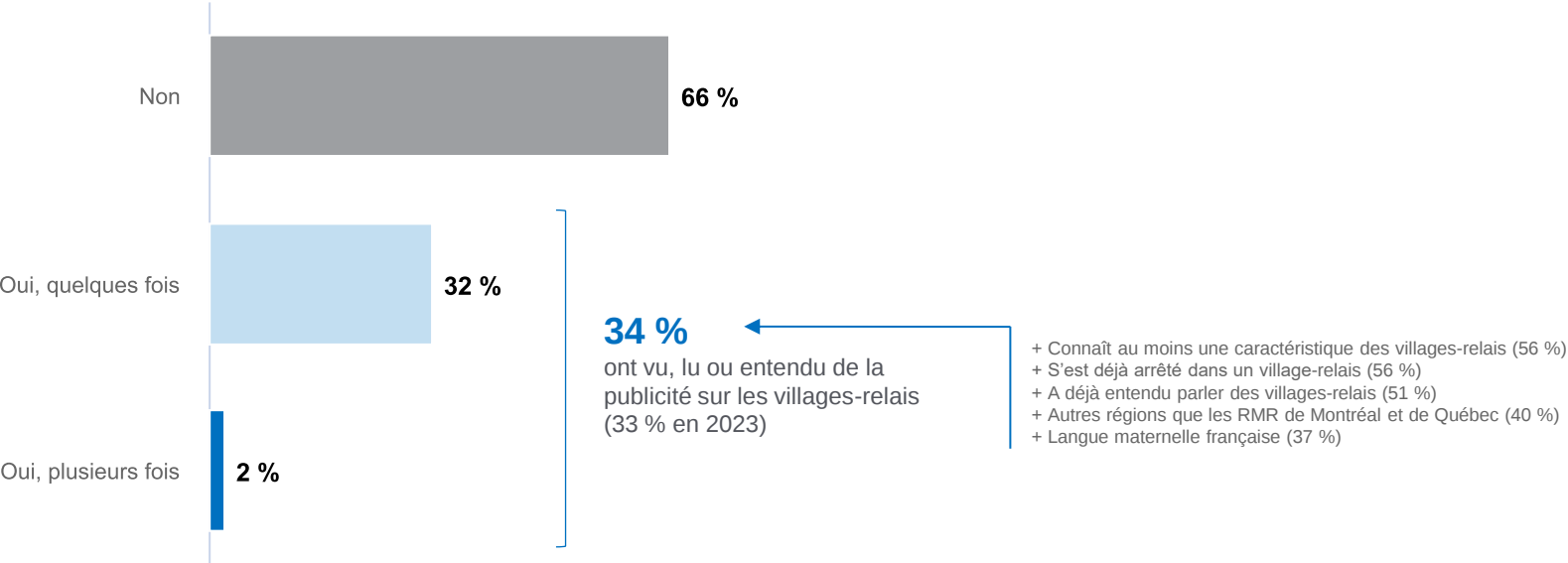
Chapitre 2

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DU MINISTÈRE

- Bruit publicitaire entourant les villages-relais
- Vecteurs de diffusion du bruit publicitaire remarquables
- Notoriété assistée de la publicité vidéo
- Médias retenus de la publicité vidéo
- Notoriété assistée de l'extrait dans l'émission *Salut Bonjour*
- Notoriété assistée de l'extrait dans l'émission *Motosports.tv*
- Notoriété assistée du message audio
- Notoriété totale de la campagne
- Appréciation de la campagne
- Motifs pour ne pas apprécier la campagne
- Impact avoué de la campagne
- Moyens de communication à privilégier pour transmettre de l'information sur les villages-relais
- Période de planification des vacances et outils de planification utilisés

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

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 967



Le bruit publicitaire concernant les villages-relais est stable

Le tiers des répondants déclarent avoir déjà été exposés à de la publicité faisant la promotion des villages-relais. Ainsi, la hausse significative observée l'an dernier (33 % contre 24 % en 2022) n'est pas démentie cette fois-ci.

QD3a. Où avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité sur les villages-relais?
Base : répondants ayant déjà remarqué des publicités faisant la promotion des villages-relais
Question ouverte, trois réponses possibles*

	2024 n : 361 %	2023 n : 382 %
Télévision	32	39
Radio	24 ↓	36
Internet	11	9
Médias sociaux	6	5
Panneaux publicitaires	5	3
Journaux	5	4
Magazines	2	3
Centre touristique, kiosque	2	2
Dans un sondage	2	1
Dans les villages-relais	1	1
Dépliant, documentation touristique	1	2
Guides touristiques	1	0
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	27	17

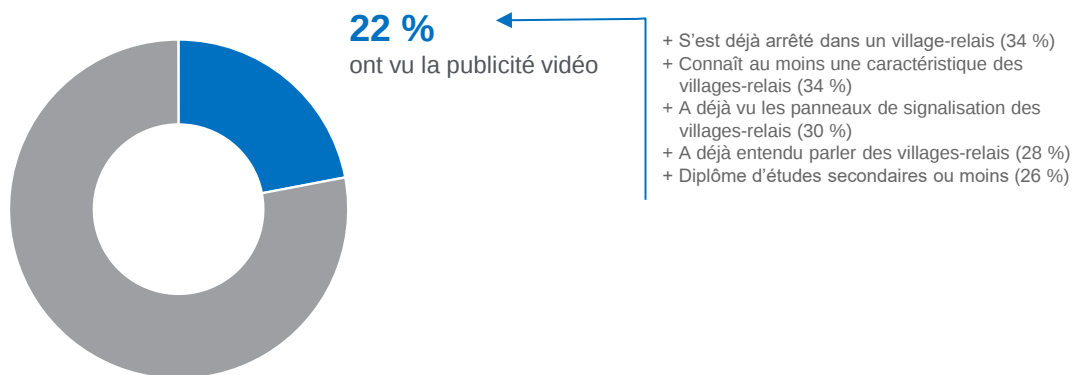
Comme toujours, la télévision et la radio sont les principaux canaux de diffusion évoqués spontanément

Les répondants qui disent avoir été exposés à des publicités sur les villages-relais ont principalement rapporté les avoir remarquées à la télévision ou à la radio. Néanmoins, il y a une diminution de la proportion de répondants ayant entendu de la publicité à la radio.

* 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.

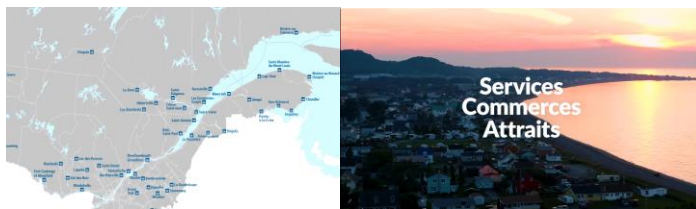
QTV1. Vous souvenez-vous d'avoir vu la publicité suivante au cours de l'été?

Base : ensemble des répondants, excluant les problèmes techniques et la non-réponse, n : 995



La notoriété pour la publicité vidéo est plutôt faible

Un répondant sur cinq se souvient d'avoir vu la publicité du Ministère diffusée à la télévision et sur le web. Ce résultat est relativement bas pour un média de masse comme la télévision.



villages-relais.qc.ca

Votre
gouvernement

Québec

Nouvelle
question

QTV1a. Sur quel(s) chaîne(s) télévisée(s) ou site(s) web avez-vous cette publicité au cours de l'été?
Base : répondants qui se souviennent d'avoir vu la publicité vidéo
Question ouverte, cinq réponses possibles*

	2024 n : 194 %
TVA	22
Radio-Canada	11
YouTube	3
Télé-Québec	2
Facebook	1
Google	1
LCN	1
RDI	1
La Presse	1
RDS	1
Autre	1
Ne sait pas	61

Les répondants peinent à se souvenir

Parmi les personnes qui se rappellent avoir vu la publicité vidéo, la majorité ne peut spécifier l'endroit où elle l'a vue. Il faut dire que le long laps de temps entre la diffusion et la tenue du sondage ne favorise pas un fort taux de rappel. Les chaînes les plus citées sont TVA et Radio-Canada, ce qui est encourageant puisque la publicité a effectivement été diffusée sur ces chaînes.

* 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.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE L'EXTRAIT DANS L'ÉMISSION SALUT BONJOUR



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

Base : ensemble des répondants, n : 1 025



**SALUT
BONJOUR**

32 %
ont écouté au moins une fois
l'émission *Salut Bonjour*
(32 % en 2023)

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

Base : répondants qui ont déjà écouté l'émission *Salut Bonjour*,
excluant les problèmes techniques et la non-réponse, n : 339



Oui : 39 %
(37 % en 2023)

12 %
sur base tous
(12 % en 2023)

- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (49 %)
- + Homme (47 %)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (46 %)

Les extraits diffusés à l'émission *Salut Bonjour* recueillent encore une fois une bonne notoriété

Le tiers des répondants indiquent avoir écouté l'émission *Salut Bonjour* au cours de l'été, un résultat constant depuis 2022. Parmi ces téléspectateurs, une proportion aussi élevée qu'en 2023 a remarqué les extraits portant sur les villages-relais.

Ce résultat, ramené sur la base de l'ensemble des répondants, démontre un niveau de notoriété similaire à ceux des trois dernières mesures (12 % en 2023 et 11 % en 2022 et en 2021).



NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE L'EXTRAIT DANS L'ÉMISSION MOTOSPORTS.TV



QMT1. Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission *Motosports.tv* diffusée à TVA au printemps 2024?

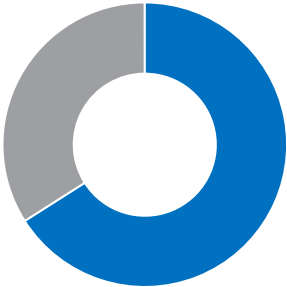
Base : ensemble des répondants, n : 1 025



7 %
ont écouté au moins une fois
l'émission *Motosports.tv*.
(5 % en 2023)

QMT2. Vous souvenez-vous d'avoir vu cet extrait concernant les villages-relais ou un extrait similaire?

Base : répondants qui ont déjà écouté l'émission *Motosports.tv*,
excluant les problèmes techniques et la non-réponse, n : 41



Oui : 66 %
(46 % en 2023)

4 %
sur base tous
(2 % en 2023)

Une émission toujours très nichée, mais dont la notoriété de l'extrait sur les villages-relais est remarquable

Si Motosports.tv rejoint moins d'un répondant sur dix, on observe une notoriété marquée des extraits portant sur les villages-relais. De plus, bien que ce ne soit pas significatif sur le plan statistique, on constate une hausse de 20 points par rapport à l'année dernière de ceux qui se souviennent d'avoir vu le passage sur les villages-relais.

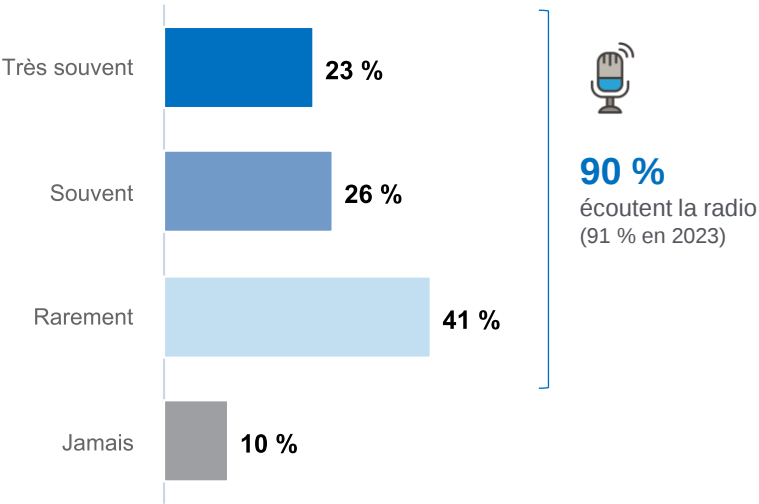


NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU MESSAGE AUDIO



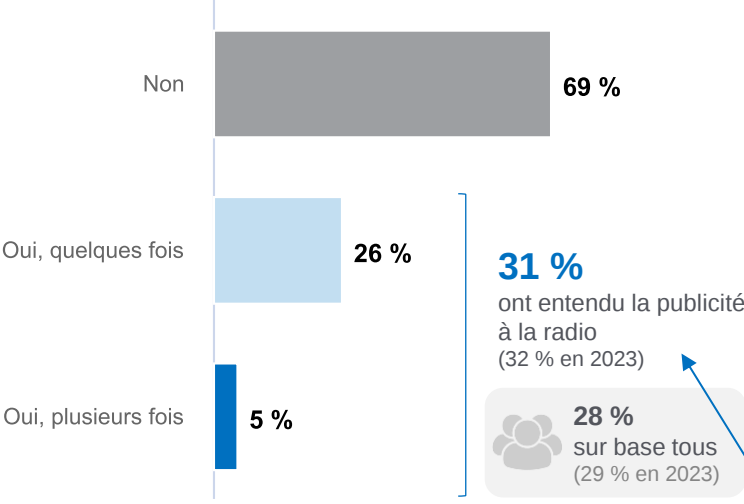
QR1. À quelle fréquence diriez-vous que vous écoutez la radio?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 1 023



QR2. Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir entendu la publicité suivante à la radio?

Base : répondants qui écoutent la radio, excluant les problèmes techniques et la non-réponse, n : 891



La notoriété du message audio demeure constante

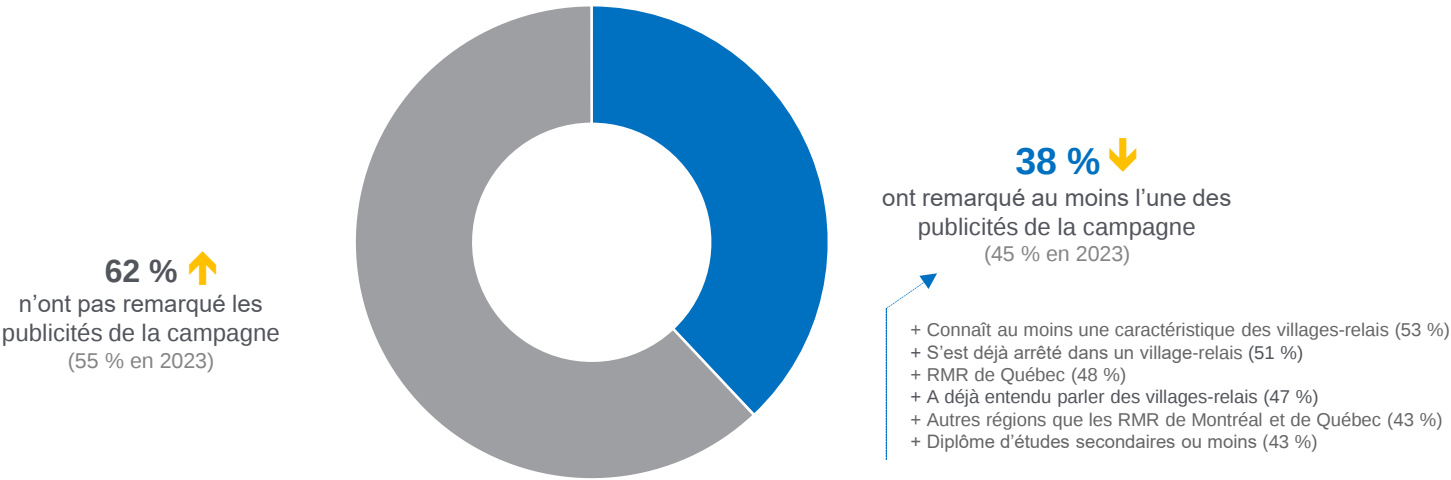
Le tiers des auditeurs de la radio se souviennent d'avoir entendu la publicité du Ministère. Ce résultat est similaire à celui obtenu en 2023.

- + RMR de Québec (47 %)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (45 %)
- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (43 %)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (40 %)

NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE



Notoriété totale de la campagne des villages-relais*
Base : ensemble des répondants, n : 1 025



La notoriété totale de la campagne accuse une baisse

La campagne 2024 a rejoint près de deux répondants sur cinq. La diminution observée cette fois-ci pourrait être attribuable au retrait de certains médias dans la stratégie de diffusion de 2024 par rapport à 2023. En effet, cette année, il n'y a pas eu de message publicitaire sur Spotify, dans l'XTRA de LaPresse+ ni dans l'émission La belle tournée. En 2023, les messages dans ces médias avaient touché respectivement 6 %, 9 % et 12 % de l'ensemble des répondants.

Bien que le taux de notoriété de la campagne soit en baisse, le taux de connaissance des villages-relais est stable (62 % contre 61 % en 2023, voir page 9). Le fait que la campagne publicitaire ait été moins vue ou entendue n'a donc pas eu d'impact négatif sur la notoriété des villages-relais, ce qui est somme toute positif.

* Notoriété calculée sur l'ensemble des répondants, à partir des réponses positives aux questions TV1, SB2, MT2 et R2 (excluant les panneaux de signalisation, QD1).

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

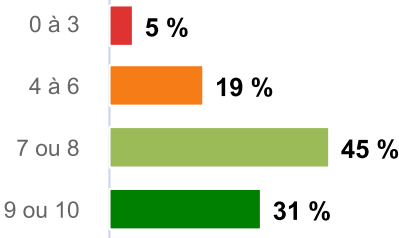


QF1 et F2. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire que vous le trouvez très mauvais et 10 que vous le trouvez excellent, quelle note donneriez-vous au...
de cette campagne publicitaire maintenant que vous avez visualisé les publicités?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse

APPRÉCIATION DU VISUEL

n : 988

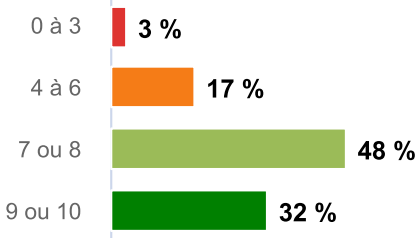


Note moyenne sur 10 : **7,5**
(7,4 en 2023)

- + 55 ans ou plus (8,0)
- + A remarqué au moins un élément de la campagne du Ministère (8,0)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (7,9)
- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (7,8)
- + Diplôme d'études secondaires ou moins (7,8)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (7,8)
- + Autres régions que les RMR de Montréal et de Québec (7,7)
- + Femme (7,7)

APPRÉCIATION DU CONTENU

n : 997



Note moyenne sur 10 : **7,6**
(7,5 en 2023)

- + 65 ans ou plus (8,3)
- + A remarqué au moins un élément de la campagne du Ministère (8,2)
- + Connaît au moins une caractéristique des villages-relais (8,0)
- + S'est déjà arrêté dans un village-relais (8,0)
- + Diplôme d'études secondaires ou moins (8,0)
- + Autres régions que les RMR de Montréal et de Québec (7,9)
- + A déjà entendu parler des villages-relais (7,9)
- + Femme (7,8)

Une appréciation toujours modérée

Le visuel et le contenu de la campagne recueillent des notes moyennes d'appréciation se rapprochant de celles obtenues l'an passé (7,5 contre 7,4 en 2023 pour le visuel et 7,6 par rapport à 7,5 pour le contenu). Il en va évidemment de même lorsqu'on combine les deux questions (7,6 contre 7,5 en 2023).

Une évaluation plus favorable de ces éléments est observée, entre autres, chez les répondants habitant ailleurs que les grandes régions de Montréal ou de Québec et chez les plus âgés.

MOTIFS POUR NE PAS APPRÉCIER LA CAMPAGNE



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

Base : ceux ayant attribué une note de 7 ou moins au visuel ou au contenu de la campagne (QF1 ou QF2)
Question ouverte, trois réponses possibles*

	2024 n : 500 %
La campagne n'est pas attrayante (ex. : pas accrocheuse, manque de punch)	19
Le message n'est pas clair (ex. : imprécis, difficile à comprendre)	14
La campagne est correcte (il y a toujours place à l'amélioration)	8
N'est pas concerné (ex. : déjà au courant, pas intéressé par les villages-relais)	7
La campagne manque d'originalité (ex. : banale, ordinaire, anonyme)	7
La campagne est inefficace (ex. : passe inaperçue, manque de visibilité)	5
La campagne est trop générale (ex. : ne mentionne pas les caractéristiques de chaque village)	4
N'aime aucune publicité en général	3
Les publicités sont mauvaises (ex. : mal conçues)	3
La campagne est inutile (ex. : n'améliore pas les services, gaspillage d'argent)	3
Le ton du message est condescendant (ex. : infantilisant, hautain)	2
La durée inadéquate des publicités (ex. : trop longues, trop courtes)	2
La campagne est diffusée en français seulement	1
La musique n'est pas agréable	1
Autre	1
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	31

Renforcer l’attrait de la campagne et clarifier son message

C'est encore cette année le manque d'attrait de la campagne qui est mis de l'avant pour expliquer l'octroi d'une note ne dépassant pas 7 sur 10. Dans le même ordre d'idées, certains révèlent son manque d'originalité (7 %).

En deuxième position, on retrouve un message qui est jugé peu clair (14 %). Quelques répondants ont indiqué avoir de la difficulté à distinguer un village standard d'un village-relais puisqu'à première vue, les deux semblent offrir des services similaires.

La publicité télé est peu engageante et ne se démarque aucunement de tout ce qui peut être diffusé. Celle pour les radios est un peu plus imaginative et intéressante.

Belles images, mais pas assez d'infos selon moi. Il n'y a rien qui démarque un village-relais d'un autre village qui n'a pas la certification. On peut facilement trouver ces services ailleurs surtout grâce aux infos sur nos cellulaires.

Pas assez percutante, attire peu l'attention.

On ne donne pas assez d'exemples précis de villages-relais (ex. : noms de villages, à quel endroit ils sont situés).

Je trouve que les images de la publicité font « vieux ».

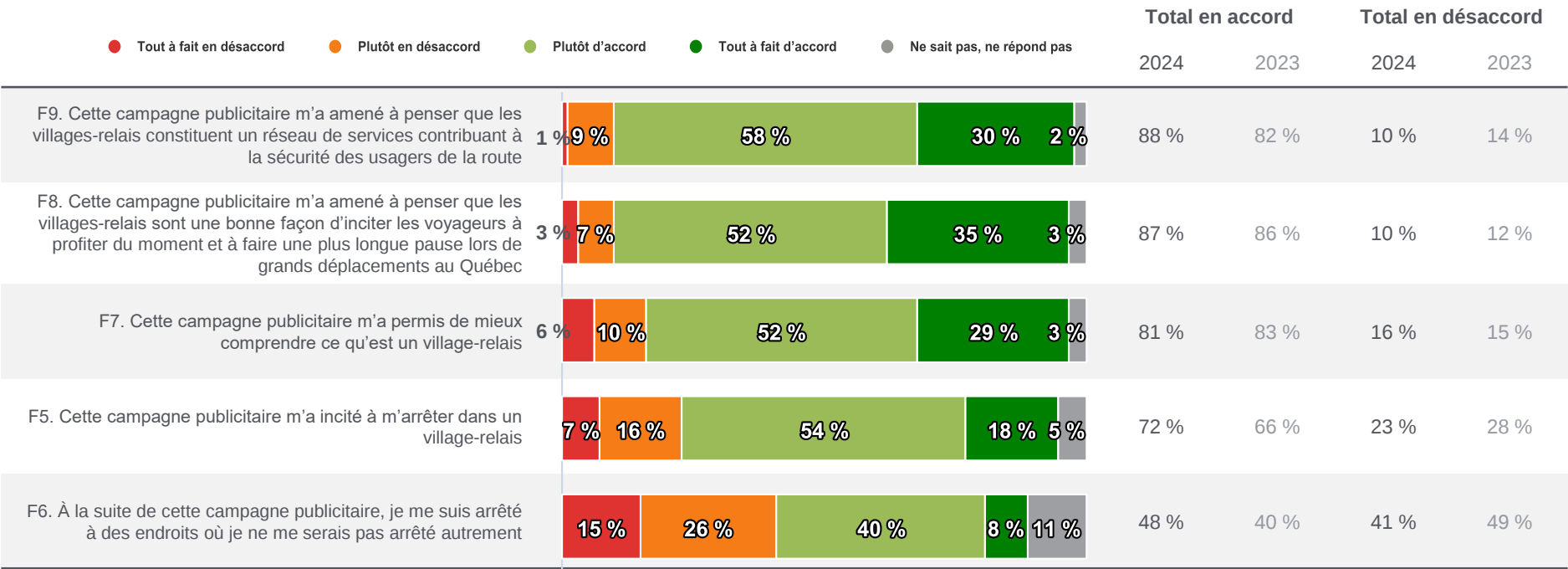
* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en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

IMPACT AVOUÉ DE LA CAMPAGNE



QF5 à QF9. Voici quelques énoncés à propos de cette campagne publicitaire. Dans chaque cas, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec l'énoncé.

Base : répondants ayant remarqué au moins un élément de la campagne avant le sondage, n de 2024 : 381 et n de 2023 : 496



Comme l'an dernier, l'impact de la campagne sur les villages-relais est positif

La campagne a eu un effet positif sur la connaissance des avantages offerts par des villages-relais. Effectivement, plus de quatre répondants sur cinq indiquent que la campagne leur a permis de reconnaître que les villages-relais encouragent les voyageurs à prendre des pauses plus longues (87 %) ou qu'ils contribuent à la sécurité routière (88 %). En outre, la campagne leur a permis d'améliorer leur compréhension générale des villages-relais (81 %).

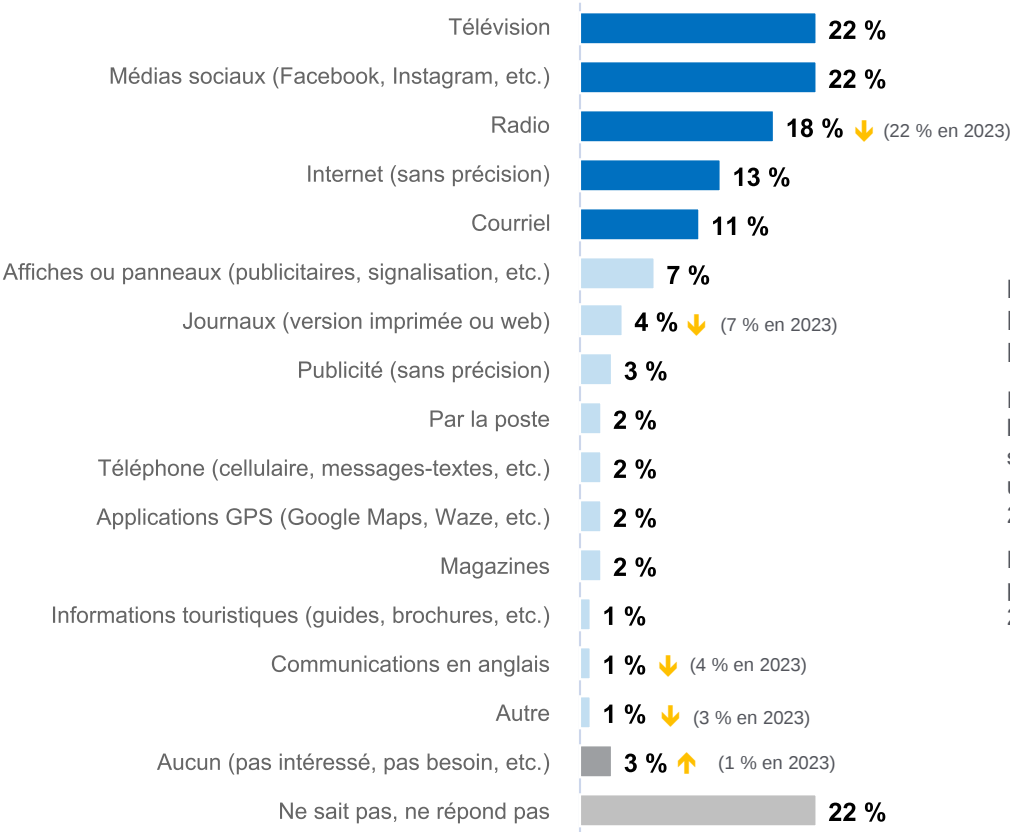
Bien qu'une proportion notable de répondants ait exprimé leur désaccord, la campagne s'est révélée efficace pour encourager les participants à s'arrêter dans un village-relais (72 % en accord) ou à faire une halte imprévue par rapport à leur itinéraire initial (48 %).

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



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

Base : ensemble des répondants, n : 1 025
Question ouverte, trois réponses possibles*



Les principaux canaux de communication souhaités par les répondants pour leur transmettre de l'information sur les villages-relais restent inchangés

Les voyageurs québécois ayant emprunté les routes du Québec à l'été 2024 privilégient encore une fois la télévision, les médias sociaux, la radio, internet et le courriel, et ce, même si l'on observe une baisse significative de la préférence pour la radio (18 % contre 22 % en 2023).

De même qu'à l'habitude, la télévision est davantage mentionnée par les répondants plus âgés (55 ans ou plus, 36 %), alors que les 25 à 34 ans préfèrent les médias sociaux (36 %).

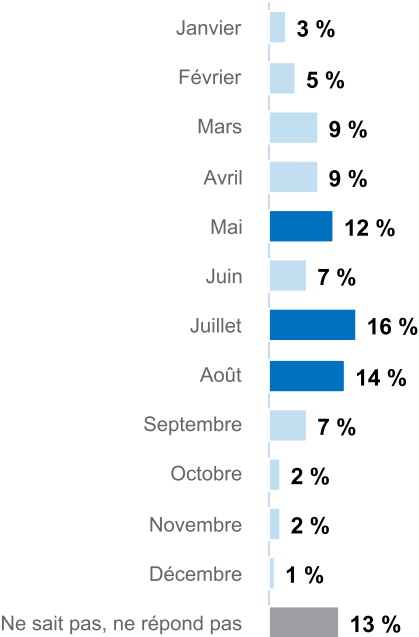
* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en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

PÉRIODE DE PLANIFICATION DES VACANCES ET OUTILS DE PLANIFICATION UTILISÉS



QF11a. Habituellement, à quel moment de l'année planifiez-vous vos vacances? Cochez le mois de l'année qui représente la période de planification de vacances la plus importante.

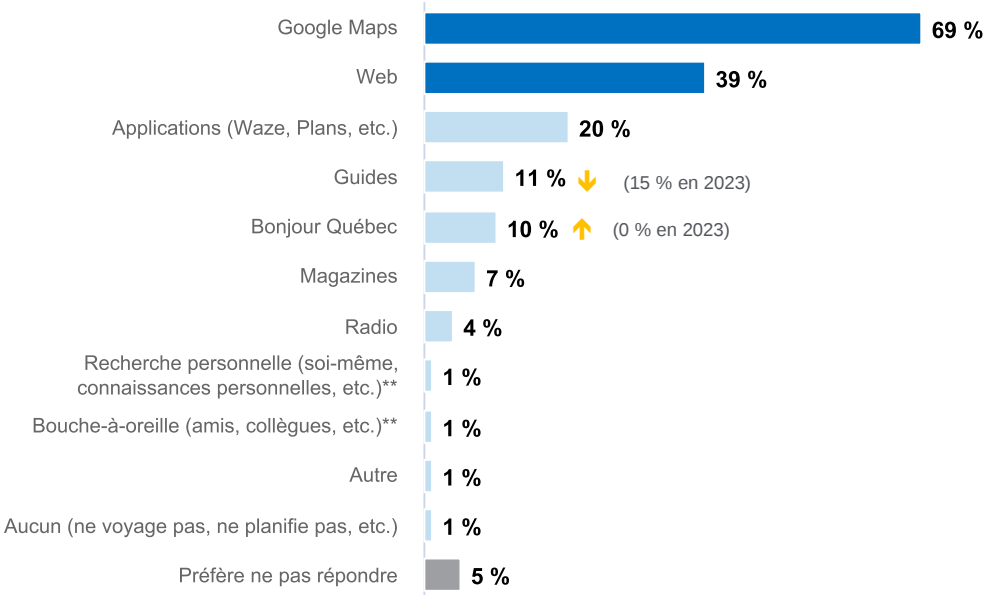
Base : ensemble des répondants, n : 1 025



QF12a. Quels outils parmi les suivants utilisez-vous pour planifier vos déplacements au Québec?

Base : ensemble des répondants, n : 1 025

Trois réponses possibles*



Trois répondants sur dix choisissent de planifier leurs vacances pendant les mois de juillet et août, ce qui en fait la période la plus populaire

Le mois de mai suit, rassemblant lui aussi plus du dixième des répondants. Malgré une tendance à la baisse, Google Maps reste l'outil préféré, loin devant les autres moyens utilisés pour la planification des déplacements. Les répondants âgés de 35 à 44 ans se démarquent à la hausse pour cet outil (84 %). Signalons l'arrivée de Bonjour Québec comme choix de réponse proposé cette année, qui obtient un taux d'utilisation de 10 %.

* Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement.
** Réponses mentionnées par les répondants dans la catégorie « Autre ». Ces réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie.



Conclusions

CONCLUSIONS



Les efforts de promotion des villages-relais continuent de montrer des résultats positifs, d'où la nécessité de les maintenir

La notoriété de l'appellation village-relais conserve l'augmentation observée en 2023 (62 % et 61 % en 2023 contre 54 % en 2022). Sur la base de l'ensemble des répondants, une proportion significativement plus élevée, soit près de la moitié, est au courant qu'un village-relais doit répondre à certains standards de qualité pour être reconnu comme tel (45 % contre 39 % en 2023). Pour sa part, la connaissance d'au moins une caractéristique spécifique aux villages-relais ne fléchit pas (49 % et 46 % en 2023). Pour ces trois éléments, ces taux sont les plus élevés enregistrés depuis le début des mesures.

Parmi les répondants qui ont entendu parler des villages-relais, de s'y être déjà arrêté affiche un résultat similaire à celui de l'an dernier (67 % et 66 % en 2023). Ces répondants suggèrent principalement une bonification des services offerts comme amélioration de leur expérience. Précision toutefois que cette proportion ne rassemble que le dixième d'entre eux (11 %).

Ces données montrent que les initiatives visant à promouvoir les villages-relais donnent des résultats tangibles. Il semble donc souhaitable de continuer ces efforts pour non seulement préserver les acquis, mais aussi pour stimuler une progression continue dans la reconnaissance et l'utilisation des villages-relais.

La notoriété totale de la campagne encaisse un recul

Dans l'ensemble, la campagne a touché deux répondants sur cinq (38 %). Toutefois, ce résultat présente une baisse significative par rapport à l'année dernière (45 %). Cette diminution pourrait être due au retrait de quelques canaux de diffusion utilisés en 2023. En effet, cette année, il n'y avait pas de publicités transmises sur Spotify, dans LaPresse+ ni dans l'émission La belle tournée. Lors de la mesure précédente, ces publicités avaient touché respectivement 6 %, 9 % et 12 % des répondants. Malgré la diminution de la notoriété totale de la campagne, cela n'a pas eu d'impact notable sur la notoriété des villages-relais, comme mentionné plus haut. Cependant, il sera important de surveiller ce dernier indicateur lors des prochaines évaluations pour déterminer si la baisse de rappel de la campagne pourrait avoir des répercussions futures.

Par ailleurs, l'impact de la campagne reste positif auprès de ceux qui y ont été exposés avant le sondage, en ayant un effet tangible sur la connaissance des avantages des villages-relais et sur la compréhension de ce que c'est (proportions d'accord variant de 81 % à 88 %). En outre, tout de même 72 % de ces répondants ont dit que la campagne les a incités à s'arrêter dans l'un de ces lieux. Toutefois, les notes moyennes d'appréciation demeurent modérées, soit de 7,5 sur 10 pour le visuel et de 7,6 pour le contenu. Les répondants plus critiques soulignent principalement que la campagne est peu accrocheuse ou que le message manque de clarté. Ces éléments sont récurrents, ayant été également soulevés lors des évaluations des trois années précédentes (2023, 2022 et 2021). À noter que le manque de clarté du message est parfois associé à une confusion entre un village-relais et un village standard, les répondants exprimant des difficultés à faire la distinction entre les deux.

Enfin, pour efficacement informer les Québécois ciblés par l'étude au sujet des villages-relais, les principaux moyens de communication à privilégier sont toujours la télévision, la radio et internet, les médias sociaux étant encore à éviter en raison du moratoire sur les réseaux de META par le Ministère.



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**

Les adultes québécois âgés de 18 ans ou plus ayant effectué, à titre de conducteur ou de passager, au moins un voyage en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), à moto ou en camion sur les routes du Québec au cours de l'été 2024, et ce, soit pour des vacances, pour une escapade ou pour un déplacement personnel ou professionnel.

Bases de sondage

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

Plan d'échantillonnage

Plan d'échantillonnage avec stratification régionale.
Le plan d'échantillonnage consistait à obtenir 1 000 répondants de la population ciblée selon un plan stratifié non proportionnel en 17 régions. Le nombre total final de répondants s'élève à 1 025.

Régions administratives du Québec	Nombre de répondants obtenu
Abitibi-Témiscamingue	32
Bas-Saint-Laurent	39
Centre-du-Québec	31
Chaudière-Appalaches	67
Côte-Nord	36
Estrie	59
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	27
Lanaudière	66
Laurentides	65
Laval	40
Mauricie	31
Montréal	96
Montréal	180
Nord-du-Québec	7
Outaouais	51
Québec	156
Saguenay-Lac-Saint-Jean	42
TOTAL	1 025

QUESTIONNAIRE Le questionnaire d'enquête a initialement été conçu conjointement par SOM et les responsables du projet au ministère des Transports, puis traduit et programmé par SOM. La grande majorité des questions sont les mêmes que celles posées lors de la mesure précédente (2023). Le questionnaire pouvait être rempli en français ou en anglais.

La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.
Sa durée moyenne est estimée à 9,6 minutes et la médiane, à 9,0 minutes.

COLLECTE **Période de collecte**
Du 5 au 13 novembre 2024.

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

Résultats administratifs
Les résultats administratifs détaillés sont présentés aux pages suivantes. Le taux de réponse est de 27,9 % pour les panélistes de SOM.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or de SOM

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	3 584	Désabonnement	2
Nombre d'entrevues visées	778	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 262
Invitations envoyées (A)	3 548	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	18	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	9	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	830	Autres messages de retour non reconnus	43
Hors de la population visée	159	Unité non jointe totale (D)	43
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	989	Courriel invalide (usager@)	1
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	158	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	0	Unité inexistante totale (E)	1
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	35,6 %
Abandon durant le questionnaire	113	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	78,4 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	27,9 %

- PONDÉRATION** La pondération, laquelle inclut les inadmissibles, 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 proportion d'adultes vivant seuls;
 - La scolarité (aucune/secondaire/DEP, collégiale, universitaire);
 - La langue maternelle (français seulement, autre);
 - La proportion estimée d'adultes propriétaires de leur résidence;
 - La population totale par région administrative.

Données de population utilisées :

- Recensement de 2021.
- Les données de la population par région administrative proviennent de l'Institut de la statistique du Québec (2023).

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

- TRAITEMENT** Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

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

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

L'effet de plan apparaît lorsque les répondants ne sont pas répartis proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants. Par exemple, au tableau ci-dessous, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 560 ($1\,025 \div 1,829$).

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Ensemble	Région		
		RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1025	169	386	470
EFFET DE PLAN	1,829	1,779	1,769	1,633
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,8 %	2,0 %	1,3 %	1,1 %
95 % ou 5 %	1,8 %	4,4 %	2,9 %	2,5 %
90 % ou 10 %	2,5 %	6,0 %	4,0 %	3,5 %
80 % ou 20 %	3,3 %	8,0 %	5,3 %	4,6 %
70 % ou 30 %	3,8 %	9,2 %	6,1 %	5,3 %
60 % ou 40 %	4,1 %	9,9 %	6,5 %	5,7 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	4,1 %	10,1 %	6,6 %	5,8 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





SONDAGE SUR LA CAMPAGNE DE PROMOTION DES VILLAGES-RELAIS

QUESTIONNAIRE WEB MTQ – ÉTÉ 2024

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

/*

Légende

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

*/

/*Légende

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

Q_Bi Bienvenue à ce sondage réalisé par SOM pour le ministère des Transports et de la Mobilité durable. Veuillez noter que le sondage vise seulement vos déplacements effectués durant l'été 2024.

->>calCON Prenez note que ce sondage se fait sur une base volontaire

Q_MP *Mot de passe* _____
Q_PID *Usager Externe* _____ /*STRATE 997*/

/*STRATES 101: Panel Or SOM Bas-Saint-Laurent
 102: Panel Or SOM Saguenay-Lac-Saint-Jean
 103 : Panel Or SOM Québec
 104 : Panel Or SOM Mauricie
 105 : Panel Or SOM Estrie
 106 : Panel Or SOM Montréal
 107 : Panel Or SOM Outaouais
 108 : Panel Or SOM Abitibi-Témiscamingue
 109 : Panel Or SOM Côte-Nord
 110 : Panel Or SOM Nord-du-Québec
 111 : Panel Or SOM Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
 112 : Panel Or SOM Chaudière-Appalaches
 113 : Panel Or SOM Laval
 114 : Panel Or SOM Lanaudière
 115 : Panel Or SOM Laurentides
 116 : Panel Or SOM Montérégie
 117 : Panel Or SOM Centre-du-Québec
 997 : Panel Externe*/

Q_sicalCON si strate=997->CON
->>SE20B

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

Q_EXTAGE À quel groupe d'âge appartenez-vous?

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

/*Légende

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

Q_EXTREG Vous est-il possible d'indiquer votre région administrative?

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

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

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

/*QUOTAS ICI*/

Q_incalQUO

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

/*Légende

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

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

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

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

Q_QUOTA1 *Liste des quotas 1*

101=18-24 Bas-Saint-Laurent (n : 3)
 102=18-24 Saguenay–Lac-Saint-Jean (n : 3)
 103=18-24 Capitale-Nationale (n : 11)
 104=18-24 Mauricie (n : 2)
 105=18-24 Estrie (n : 4)
 106=18-24 Montréal (n : 12)
 107=18-24 Outaouais (n : 4)
 108=18-24 Abitibi-Témiscamingue (n : 2)
 109=18-24 Côte-Nord (n : 2)
 110=18-24 Nord-du-Québec (n : 2)
 111=18-24 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (n : 2)
 112=18-24 Chaudière-Appalaches (n : 4)
 113=18-24 Laval (n : 3)
 114=18-24 Lanaudière (n : 4)
 115=18-24 Laurentides (n : 4)
 116=18-24 Montérégie (n : 7)
 117=18-24 Centre-du-Québec (n : 2)
 201=25-34 Bas-Saint-Laurent (n : 4)
 202=25-34 Saguenay–Lac-Saint-Jean (n : 4)
 203=25-34 Capitale-Nationale (n : 16)
 204=25-34 Mauricie (n : 3)
 205=25-34 Estrie (n : 5)
 206=25-34 Montréal (n : 20)
 207=25-34 Outaouais (n : 5)
 208=25-34 Abitibi-Témiscamingue (n : 3)
 209=25-34 Côte-Nord (n : 3)
 210=25-34 Nord-du-Québec (n : 3)
 211=25-34 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (n : 3)
 212=25-34 Chaudière-Appalaches (n : 5)
 213=25-34 Laval (n : 4)
 214=25-34 Lanaudière (n : 7)
 215=25-34 Laurentides (n : 7)

/*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*/

216=25-34 Montérégie (n : 11)
217=25-34 Centre-du-Québec (n : 3)
309=35+ Côte-Nord (n : 15)
310=35+ Nord-du-Québec (n : 25)
311=35+ Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (n : 15)

Q_QUOTA2 *Liste des quotas 2*

1=18-24 (n : 68)
2=25-34 (n : 109)
3=35+ (n : 55)

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

Q_siVERIF1 si quota1 atteint->FINQUOTA
->>VERIF2

Q_siVERIF2 si quota2 atteint->VERIF3
->>SE20B

Q_siVERIF3 si q#EXTAGE=1,2->SE20B
->>FINQUOTA

/*BLOC A */

Q_SE20B Détenez-vous un permis de conduire valide au Québec?

1=Oui
2=Non

Q_SE21B Possédez-vous un véhicule récréatif (motorisé ou remorqué)?

1=Oui
2=Non

/*NOTE A1 : Éligibilité. */

Q_A1 Avez-vous voyagé sur les routes du Québec ((S durant l'été 2024)), que ce soit à titre de conducteur(trice) ou de passager(ère) en voiture, à vélo, en véhicule tout-terrain, en véhicule récréatif (VR), en moto ou en camion, soit pour vos vacances, pour une escapade ou pour un déplacement personnel ou professionnel?

1=Oui
2=Non->calSD

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

Nous sommes désolés, mais cette étude vise seulement les personnes qui ont voyagé sur les routes du Québec durant la saison estivale. À une prochaine fois! Merci.*/

/*Légende

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

/*BLOC B **Fréquence des déplacements au cours de la dernière année. */**

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

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

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

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

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

1=Oui
2=Non->D1

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

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

Veuillez ne pas inscrire, dans vos réponses, de renseignements susceptibles de vous identifier ou d'identifier une tierce personne. Par exemple, n'inscrivez aucun renseignement relatif à votre identité (nom, prénom, numéro de téléphone, etc.) et évitez de mentionner toute situation particulière qui pourrait permettre de vous identifier ou d'identifier une autre personne.

*facultatif

<< _____ >>

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

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

Veuillez ne pas inscrire, dans vos réponses, de renseignements susceptibles de vous identifier ou d'identifier une tierce personne. Par exemple, n'inscrivez aucun renseignement relatif à votre identité (nom, prénom, numéro de téléphone, etc.) et évitez de mentionner toute situation particulière qui pourrait permettre de vous identifier ou d'identifier une autre personne.

*facultatif

<< _____ >>

/*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_C3

Saviez-vous que pour être reconnue comme village-relais par le ministère des Transports et de la Mobilité durable, une municipalité doit répondre à des standards de qualité et offrir une gamme de services aux voyageurs (par exemple : alimentation, distribution d'essence, toilettes publiques), le tout dans un cadre agréable?

1=Oui
2=Non

/*Légende

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

Q_C4a	Saviez-vous également que les villages-relais...
*format matriciel *pasdelegende	Sont majoritairement situés sur des routes nationales et touristiques reconnues et non sur les autoroutes, lesquelles sont généralement desservies par des haltes routières?
	1=Oui 2=Non
Q_C4b	Sont situés à intervalles moyens de 80 kilomètres, soit environ chaque heure de conduite, pour aider à contrer la fatigue au volant?
*format matriciel	
Q_C5	Avez-vous ((S <u>déjà</u>)) fait un arrêt dans un village-relais?
	1=Oui 2=Non->D1 9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->D1
Q_C6a1	Dans quel(s) village(s)-relais vous êtes-vous arrêté(e) ((s à l' <u>été 2024</u>))? *Plusieurs réponses possibles*
*Choix multiples *ChoixMinMax=1,49 *Selectif=95,99	<< <<95=Aucun, je ne me suis pas arrêté dans un village-relais à l'été 2024 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre>> [/]<hr>[/]((/)) <<((G Abitibi-Témiscamingue)) 1=La Sarre 47=Senneterre 2=Témiscaming ((/)) ((G Bas-Saint-Laurent&#8211;Gaspésie&#8211;Îles-de-la-Madeleine)) 3=Amqui 4=Cap-Chat 5=Chandler 6=Dégelis 7=La Pocatière 8=Mont-Joli 9=New Richmond 10=Paspébiac 11=Pohénégamook 12=Pointe-à-la-Croix

/*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*/

13=Rivière-au-Renard (Gaspé)
 14=Saint-Maxime-du-Mont-Louis
 (//)
((G Capitale-Nationale))
 15=Baie-Saint-Paul
 16=Deschambault-Grondines
 17=Saint-Siméon
 (//)
((G Chaudière-Appalaches))
 48=Lac-Etchemin
 18=La Guadeloupe
 (//)>><<**((G Côte-Nord))**
 19=Les Escoumins–Essipit
 20=Forestville
 50=Port-Cartier
 21=Rivière-au-Tonnerre
 22=Sacré-C&oeilig;ur-sur-le-Fjord-du-Saguenay
 (//)
((G Estrie))
 23=Coaticook
 24=Danville
 25=Stanstead
 26=Stornoway
 27=Weedon
 (//)
((G Laurentides-Lanaudière))
 49=Brownsburg-Chatham
 29=Labelle
 44=Lac-des-Écorces
 42=Saint-Donat
 (//)
((G Mauricie–Centre-du-Québec))
 30=Nicolet
 43=Sainte-Eulalie
 31=Yamachiche
 (//)
((G Montérégie))
 32=Acton Vale
 (//)
((G Nord-du-Québec))
 33=Chapais
 (//)>><<**((G Outaouais))**
 35=Maniwaki
 46=Mansfield et Fort-Coulonge

/*Légende

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

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

Q_sicalC7 si q#C6a1=95,99->C8NSP
 ->>C7a

/*Plusieurs réponses possibles, rotation des choix de réponses*/

Q_C7a À l'été 2024, quel(s) service(s) avez-vous utilisé(s) lors de vos arrêts dans des villages-relais?

Cochez tout ce qui s'applique.

*choix multiples
 *choixminmax=1,15
 *Selectif=95,99
 *rotation

1=Toilettes publiques
 2=Restaurants
 3=Station-service (essence)
 4=Épicerie ou dépanneur
 5=Borne de recharge électrique pour les véhicules
 6=Services bancaires (guichet automatique, service au comptoir, etc.)
 19=Pharmacie
 8=Centre mécanique (dépannage mécanique ou remorquage)
 9=Hébergement (hôtel, motel, camping, etc.)
 10=Stationnement réservé pour une pause de la route sécuritaire
 11=Accès au wifi public
 12=Dispositif de réception des eaux usées (pour les véhicules récréatifs)
 20=Bornes de recharge pour vélos électriques
 21=Borne de réparation pour vélos
 90=*((F #53555C Autre, veuillez préciser ci-dessous<précisez>))
 95=*((F #53555C Aucun))
 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Tros mentions possibles, prévoir 3 cases*/

Q_C8 De quelle(s) façon(s) l'expérience dans les villages-relais peut-elle être bonifiée? *Vous pouvez indiquer jusqu'à 3 façons*

/*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*/

Veuillez ne pas inscrire, dans vos réponses, de renseignements susceptibles de vous identifier ou d'identifier une tierce personne. Par exemple, n'inscrivez aucun renseignement relatif à votre identité (nom, prénom, numéro de téléphone, etc.) et évitez de mentionner toute situation particulière qui pourrait permettre de vous identifier ou d'identifier une autre personne.

*espace=1,80

*Exclusif=(C8a,C8NSP)

((F RED <AVERT1>))<<
 <<*H 1) *L=1 _____ *suf a>>
 <<*H 2) *L=1 _____ *suf b*facultatif>>
 <<*H 3) *L=1 _____ *suf c*facultatif>>
 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf NSP>>

Q_incalAV1

q#AVERT1=0 et
 lorsque (q#C8NSP=99 et q#C8b≠blanc et q#C8c=blanc) alors q#AVERT1=1 et
 lorsque (q#C8NSP=99 et q#C8b≠blanc et q#C8c≠blanc) alors q#AVERT1=1 et
 lorsque (q#C8NSP=99 et q#C8b=blanc et q#C8c≠blanc) alors q#AVERT1=1

->>calAVp1

Q_AVERT1

Auto-complétée

0=*

1=Veuillez indiquer au moins une suggestion OU cliquez sur « Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre ».

Q_sicalAVp1

si q#AVERT1=0->D1

->>C8a

/*SECTION D

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

Q_D1

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

Aviez-vous déjà vu l'un ou l'autre de ces panneaux routiers le long d'une route du Québec? *Cliquer sur une image pour l'agrandir.*

/*Insérer les panneaux suivants :

Panneau I-620-4-St-Fulgence.jpg

Panneau VR.jpg */

[/]

<div class="row img-row">

[/](M FULGENCE.JPG, md-6))[/]

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

[/](M imgD1.png, md-6))[/]

</div>

[/]

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*/

7=*J'ai un problème technique, je n'arrive pas à voir les images
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

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

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

1=Non->TV1
2=Oui, quelques fois
3=Oui, plusieurs fois
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->TV1

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

Q_D3a Où avez-vous déjà vu, lu ou entendu de la publicité sur les villages-relais?

Veuillez ne pas inscrire, dans vos réponses, de renseignements susceptibles de vous identifier ou d'identifier une tierce personne. Par exemple, n'inscrivez aucun renseignement relatif à votre identité (nom, prénom, numéro de téléphone, etc.) et évitez de mentionner toute situation particulière qui pourrait permettre de vous identifier ou d'identifier une autre personne.

*facultatif

<< _____ >>

/*Note **Notoriété assistée des composantes de la campagne publicitaire actuelle*/**

Q_TV1 Vous souvenez-vous d'avoir vu la publicité suivante au cours de l'été?

/*Insérer l'extrait :
Zbk_MTMD_M988NOW5_Villages-Relais_15sec_59i.mov*/

((V 4491d1b21b1be2cecd/9ee1328a2e67a1b5))

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

1=Oui
2=Non->SB1
7=*Je n'ai pas réussi à visionner la vidéo->SB1
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->SB1

/*NOTE **Coder jusqu'à 5 mentions*/**

/*Codes à prévoir pour la codi : TVA, Radio-Canada, site web de TVA, plates-formes web de Radio-Canada, tout.tv, etc.*/

/*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_TV1a Sur quel(s) chaîne(s) télévisée(s) ou site(s) web avez-vous vu cette publicité au cours de l'été?

Veuillez ne pas inscrire, dans vos réponses, de renseignements susceptibles de vous identifier ou d'identifier une tierce personne. Par exemple, n'inscrivez aucun renseignement relatif à votre identité (nom, prénom, numéro de téléphone, etc.) et évitez de mentionner toute situation particulière qui pourrait permettre de vous identifier ou d'identifier une autre personne.

*Exclusif=(TV1a,TV1aNSP)

<<
<< _____ >>
99=*Je ne sais pas*Suf NSP>>

Q_SB1 Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission ((i Salut Bonjour)) diffusée à TVA de 6((e1))h à 10((e1))h durant la période estivale?

1=Oui
2=Non->MT1
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->MT1

Q_SB2 Vous souvenez-vous d'avoir vu ces extraits où l'on parle des villages-relais ou un extrait similaire? *Visionnez les extraits jusqu'au bout SVP*

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

/*Insérer les extraits suivants :

**zbk_MTVillagesRelais_IntégrationVoyage_SBWE_14juillet2024_7h43.
mp4 de 1:49 à 2:21 et
zbk_MTVillagesRelais_Voyage_SBWE_11aout24_7h46.mp4 de 1:05 à
1:37*/**

((V d391d1b21b1ce6c65a/2cdb5881b95630e7))
((V a791d1b21b1ce6c22e/7275e1d42fbb3793))

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

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

Q_MT1 Avez-vous écouté, en tout ou en partie, et ne serait-ce qu'une seule fois, l'émission ((i Motosports.tv)) diffusée à TVA au printemps 2024?

1=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*/

2=Non->R1
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->R1

Q_MT2 Vous souvenez-vous d'avoir vu cet extrait concernant les villages-relais ou un extrait similaire? *Visionnez l'extrait jusqu'au bout SVP*

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

/*Insérer l'extrait : zbk.village-relais-2024-4(1080p).mp4 de 5 :43 à 6 :55*/

((V a791d1b21b1ce5c12e/c75d762ed82e4d17))

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

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

/*Note Notoriété des messages audio*/

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

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

Q_sicalR2 si q#R1=4,9->calF1
->>R2

Q_R2 Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir entendu la publicité suivante ((S à la radio))?

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

/*Insérer zbk_PUB_RADIO_VILLAGE_RELAIS.mp3*/

((A RADIO))

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

1=Non
2=Oui, quelques fois
3=Oui, plusieurs fois
7=*Je n'ai pas réussi à entendre le fichier son/la publicité
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Légende

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

Q_sicalF1
->>F10a

si (q#D1=1,2,9 ou q#TV1=1,2,9 ou q#SB2=1,2,9 ou q#MT2=1,2,9 ou q#R2=1,2,3,9)->calF1b

/*SECTION F

Appréciation et impact de la campagne.*/

Q_sicalF1b
->>F2
Q_F1

si (q#D1=1,2,9 ou q#TV1=1,2,9 ou q#SB2=1,2,9 ou q#MT2=1,2,9)->F1

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

*format linéaire

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

Q_F2

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

*format linéaire

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

Q_sicalF2
->>F5

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

/*Note

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

/*CODI

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

Q_F4a

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

Veuillez ne pas inscrire, dans vos réponses, de renseignements susceptibles de vous identifier ou d'identifier une tierce personne. Par exemple, n'inscrivez aucun renseignement relatif à votre identité (nom, prénom, numéro de téléphone, etc.) et évitez de mentionner toute situation particulière qui pourrait permettre de vous identifier ou d'identifier une autre personne.

*facultatif

<< _____ >>

/*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_F5 Voici quelques énoncés à propos de cette campagne publicitaire. Dans chaque cas, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec l'énoncé.

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

*format matriciel

*pasdelegende

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

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

*format matriciel

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

*format matriciel

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

*format matriciel

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

*format matriciel

/*CODI Coder jusqu'à 3 mentions pour la F10a. */

Q_F10a Quels sont le ou les moyens de communication à privilégier pour vous communiquer de l'information sur les villages-relais?

Veuillez ne pas inscrire, dans vos réponses, de renseignements susceptibles de vous identifier ou d'identifier une tierce personne. Par exemple, n'inscrivez aucun renseignement relatif à votre identité (nom, prénom, numéro de téléphone, etc.) et évitez de mentionner toute situation particulière qui pourrait permettre de vous identifier ou d'identifier une autre personne.

*facultatif

<< _____ >>

Q_F11a Habituellement, à quel moment de l'année planifiez-vous vos vacances?
Cochez le mois de l'année qui représente la période de planification de vacances la plus importante.

- 1=Janvier
- 2=Février

/*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*/

3=Mars
 4=Avril
 5=Mai
 6=Juin
 7=Juillet
 8=Août
 9=Septembre
 10=Octobre
 11=Novembre
 12=Décembre
 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_F12a

Quels outils utilisez-vous principalement pour planifier vos déplacements au Québec? *Jusqu'à 3 réponses possibles.*

*Choix multiples
 *ChoixMinMax=1,3
 *Selectif=99

1=Google Maps
 2=Web
 3=Magazines
 4=Guides
 5=Radio
 6=Applications (Waze, Plans...)
 24=Bonjour Québec
 90=Autre (précisez dans l'espace ci-dessous)<précisez>
 99=*Je préfère ne pas répondre

Q_F13

Habitez-vous dans un village-relais? ((S Si oui, lequel))?

<<
 <<92=Non, je n'habite pas dans un village-relais
 99=*Je préfère ne pas répondre>>
 [/]<hr>[/]((/))
 <<((G Abitibi-Témiscamingue))
 1=La Sarre
 2=Témiscaming
 47=Senneterre
 ((/))
 ((G Bas-Saint-Laurent-Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine))
 3=Amqui
 4=Cap-Chat
 5=Chandler
 6=Dégelis
 7=La Pocatière
 8=Mont-Joli
 9=New Richmond
 10=Paspébiac
 11=Pohénégamook
 12=Pointe-à-la-Croix

/*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*/

13=Rivière-au-Renard
 14=Saint-Maxime-du-Mont-Louis
 ((/))
((G Capitale-Nationale))
 15=Baie-Saint-Paul
 16=Deschambault-Grondines
 17=Saint-Siméon
 ((/))
((G Chaudière-Appalaches))
 48=Lac-Etchemin
 18=La Guadeloupe
 ((/))>><<(**G Côte-Nord**)
 19=Les Escoumins–Essipit
 20=Forestville
 50=Port-Cartier
 21=Rivière-au-Tonnerre
 22=Sacré-Cœur-sur-le-Fjord-du-Saguenay
 ((/))
((G Estrie))
 23=Coaticook
 24=Danville
 25=Stanstead
 26=Stornoway
 27=Weedon
 ((/))
((G Laurentides-Lanaudière))
 49=Brownburg-Chatam
 29=Labelle
 44=Lac-des-Écorces
 42=Saint-Donat
((G Mauricie–Centre-du-Québec))
 30=Nicolet
 43=Sainte-Eulalie
 31=Yamachiche
 ((/))
((G Montérégie))
 32=Acton Vale
 ((/))
((G Nord-du-Québec))
 33=Chapais
 ((/))>><<(**G Outaouais**)
 35=Maniwaki
 46=Mansfield et Fort-Coulonge
 36=Montebello

/*Légende

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

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

/*SECTION

Variables sociodémographiques du panel.

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

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

*/

Q_sicalSD si strate=997->putAGE /*EXTAGE*/
 ->>AGEGRP2

Q_inputAGE q#AGEGRP2=q#EXTAGE
 ->>putSE5

Q_AGEGRP2 À quel groupe d'âge appartenez-vous?

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

Q_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS')

Q_sicalSE5 si strate=997->SE5
 si (q#SE5JRS=blanc ou q#SE5JRS>365)->SE5
 ->>putSE5p3

Q_SE5JRS *Input* _____

Q_inputSE5p3 q#SE5=input('SE5')

/*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*/

->>putSE6

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

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

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

Q_sicalSE6p1 si strate=997->SE6
si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<183 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc)) ou ((q#SE7JRS=blanc) ou (q#SE7JRS>182) ou (q#SE7JRS<183 et q#VALSE7=99))->SE6/*Si donnée vieille > 6 mois pour SE6 ou SE7*/

->>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_SE7JRS *Input* _____

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

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

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

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

1=1

/*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*/

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

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

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

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

Q_SE7 De ces personnes, combien sont des enfants (personnes de ((g moins de))
 18 ans)?

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

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

Q_sicalSE10p1 si strate=997 ou (q#SE10JRS=blanc) ou (q#SE10JRS>182) ou (q#SE10JRS<183 et
 q#VALSE10=99)->SE102021/*Si donnée vieille > 6 mois*/
 ->>calSE10p2

Q_SE10JRS *Autocomplétée* _____

Q_VALSE10 *Autocomplétée* /*Contient les choix de réponse de la SE102021 */
 1=Moins de 15 000 \$
 2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
 3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
 4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
 5=De 55 000 \$ à 74 999 \$
 6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
 7=De 100 000 à 149 999 \$
 8=De 150 000 à 199 999 \$
 9=De 200 000 \$ ou plus
 99=*Je préfère ne pas répondre

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

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

1=Moins de 15 000 \$
 2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
 3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
 4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
 5=De 55 000 \$ à 74 999 \$

/*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*/

6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
 7=De 100 000 à 149 999 \$
 8=De 150 000 à 199 999 \$
 9=De 200 000 \$ ou plus
 99=*Je préfère ne pas répondre

Q_inputSE13 q#SE13JRS=input('SE13JRS')

Q_sicalSE13 si strate=997->SE13
 si (q#SE13JRS=blanc ou q#SE13JRS>365)->SE13
 ->>putSE13p3

Q_SE13JRS *Input* _____

Q_inputSE13P3 q#SE13=input('SE13')
 ->>putSE1

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

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

Q_inputSE1 q#SE1JRS=input('SE1JRS')

Q_sicalSE1 si strate=997 ou (q#SE1JRS=blanc ou q#SE1JRS>365)->SE1
 ->>putSE1p2

Q_SE1JRS *Input* _____

Q_inputSE1p2 q#SE1=input('SE1')
 ->>GNR

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

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

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

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

/*Légende

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

Q_GNR

Veuillez indiquer votre genre.

Les Québécois transgenres, transsexuels et intersexués doivent indiquer le genre auquel ils s'identifient le plus, comme indiqué par Statistique Canada.

1=Homme

2=Femme

3=Autre

99=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE11P0
->>putSE11p1

si strate=997->SE11P1

Q_inputSE11P1

q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

Q_sicalSE11P1
->>calEXTRMR

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

Q_SE11P1JRS

Input ____

Q_SE11p1

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

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

*choix multiples
*choixminmax=1,5

1=Anglais

2=Français

3=Allemand

4=Arabe

5=Arménien

6=Chinois

7=Créole

8=Espagnol

9=Grec

10=Italien

11=Indo-iranien

12=Hongrois

13=Polonais

14=Portugais

15=Néerlandais

16=Roumain

17=Russe

18=Tagalog

19=Ukrainien

20=Vietnamien

21=Yiddish

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

Q_sicalEXTRMR
->>calCPJ

si strate=997->EXTRMR

/*Légende

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

/*NOTE	La région est importée au traitement. Les questions EXTRMR et EXTCP sont posées aux panélistes externes seulement.*/
Q_EXTRMR	Dans quelle région habitez-vous? 2=Grande région de Montréal (île de Montréal; Laval et la couronne nord; couronne sud) 1=Grande région de Québec (ville de Québec et villes en périphérie; Rive-Sud, incluant Lévis et les villes en périphérie de Lévis) 3=Ailleurs au Québec
Q_sicalCPJ ->>putCPJ	si strate=997->IDCP
Q_inputCPJ ->>calCPp1	q#IDCPJRS=input('IDCPJRS')
Q_IDCPJRS	*input*_____
Q_sicalCPp1 ->>calOUT	si (q#IDCPJRS=9999 ou q#IDCPJRS=blanc)->IDCP
Q_IDCP	Quel est votre code postal? *Les 3 premiers caractères suffisent.* ((F RED <AVRTCP>))
*facultatif *codepostal *confidentiel	<<_____ [ex. : G1G]>>
Q_sicalCP ->>calOUT	si q#IDCP=blanc->calAVRT1
Q_incalAVRT1 ->>IDCP	q#AVRTCP=1
Q_AVRTCP	*Auto complété*
0=*	
1=Svp entrer les 3 premiers caractères de votre code postal. Merci!	
->>calOUT	
Q_sicalOUT ->>calCON2	si q#A1=2->OUT
Q_sicalCON2 ->>FIN	si strate=997->CON2
Q_siCON2 ->>FIN	si q#PID=1->OUT /*Test logique à modifier*/
Q_FINQUOTA	Le nombre de répondants ayant votre profil est atteint. Merci de votre collaboration!

/*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_FIN

Voilà. C'est tout. SOM et le ministère des Transports et de la Mobilité durable vous remercient de votre collaboration!

***Informations

PROJET=VILLAGES24NBK
FICHIER=FVILLAGES24NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\\SERVEUR1\\P24681NBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\\Users\\ygaudreault\\Documents\\P24681MTMDNBK\\pw24681nbk\
IMAGES=C:\\Users\\ygaudreault\\Documents\\P24681MTMDNBK\\IMG\
MODELES=C:\\Users\\ygaudreault\\Documents\\P24681MTMDNBK\\modeles6p24681\
DEBUT=calCON
EFFACER=Oui
EMAIL=pw24681nbk@web.som.ca
ESPACE=3,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=7
PRECEDENT=Oui
TESTESTRATE=Non
SEUIL=20
TITRE=Sondage
STATS=mdecourval
Arguments=(pid,PID)
QUOTA1=QUOTA1
QUOTA2=QUOTA2
SIQUOTA4=OUI

/*Légende

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