



MONTRÉAL

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

QUÉBEC

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

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE SUR LA VACCINATION CONTRE LA COVID-19 DES ENFANTS DE 5 À 11 ANS

RAPPORT FINAL
PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DU CONSEIL EXÉCUTIF

03 /Contexte, objectifs et méthodologie abrégée

04 /Description de la campagne « Grimace »

05 /Faits saillants

07 /Résultats

ANNEXES

/1. Méthodologie détaillée

/2. Questionnaire

/3. Tableaux statistiques détaillés (sous pli séparé)

Contexte	Depuis le mois de mars 2020, le gouvernement du Québec diffuse une vaste campagne d'information et de sensibilisation sur le virus de la COVID-19, ainsi que sur les mesures à prendre pour en limiter sa propagation. Les publicités évaluées dans ce sondage ont été diffusées entre novembre 2021 et février 2022. Elles portaient plus particulièrement sur la vaccination des enfants de 5 à 11 ans.
Objectifs	• Évaluer la notoriété, la compréhension, l'appréciation et l'effet incitatif des messages publicitaires. • Évaluer le degré d'intérêt de la population envers la campagne (usure publicitaire).
Population cible	L'ensemble des adultes québécois âgés de 18 ans ou plus.
Échantillonnage	1 057 répondants.
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 14 au 18 mars 2022.
Pondération	Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité selon l'âge, le sexe, la scolarité, la langue maternelle, la taille du ménage, la proportion d'adultes vivant seuls, le statut de propriétaire et la région.
Marge d'erreur	La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,6 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE « GRIMACE »



1 message vidéo « Grimace »
Télévision, web et médias sociaux
(français et anglais)



Québec

La vaccination des 5 à 11 ans est commencée.

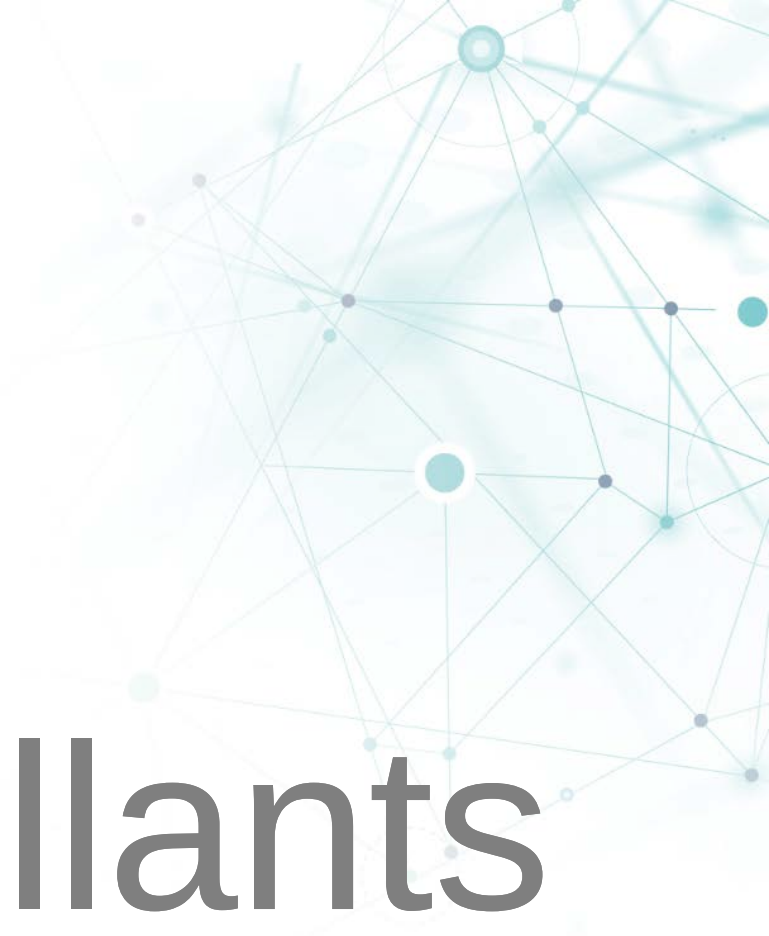
Votre
gouvernement

Québec.ca/vaccinJEUNE



Visuels « Grimace »
Imprimés, bannières, web et médias sociaux
(français et anglais)



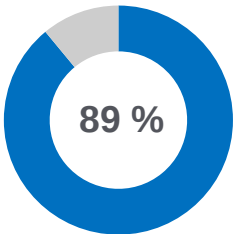
An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines in shades of teal and light blue, resembling a molecular or digital structure.

Faits saillants

FAITS SAILLANTS

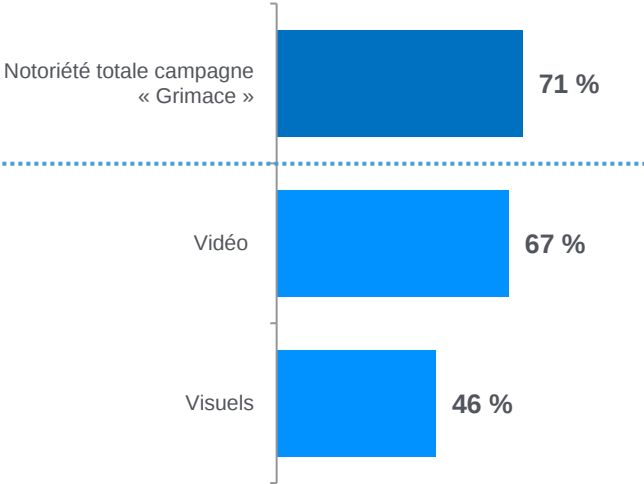


BRUIT PUBLICITAIRE ET NOTORIÉTÉ SPONTANÉE

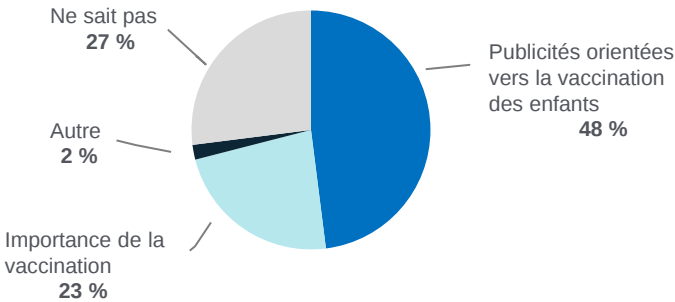


Notoriété spontanée
Publicité « Tiens-toi bien COVID-19 »
3 %

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE ET TOTALE



MESSAGES RETENUS



APPRÉCIATION ET IMPACT

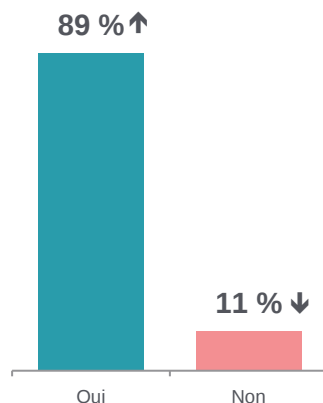
Le message de cette campagne est clair (tout à fait + plutôt d'accord)	80 %
Cette campagne attire mon attention (tout à fait + plutôt d'accord)	68 %
Cette campagne me fait prendre conscience de l'importance de la vaccination des enfants de 5 à 11 ans (tout à fait + plutôt d'accord)	67 %
Cette campagne m'incite à m'informer sur la vaccination des enfants de 5 à 11 ans contre la COVID-19 (tout à fait + plutôt d'accord)	54 %
Je me sens personnellement interpellé par la campagne (tout à fait + plutôt d'accord)	43 %

Résultats

A decorative graphic in the top right corner consisting of a network of teal and grey dots connected by thin lines, with some larger teal circles acting as hubs.

QA1. Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Québec en lien avec la COVID-19?

Base : tous, n : 1 057

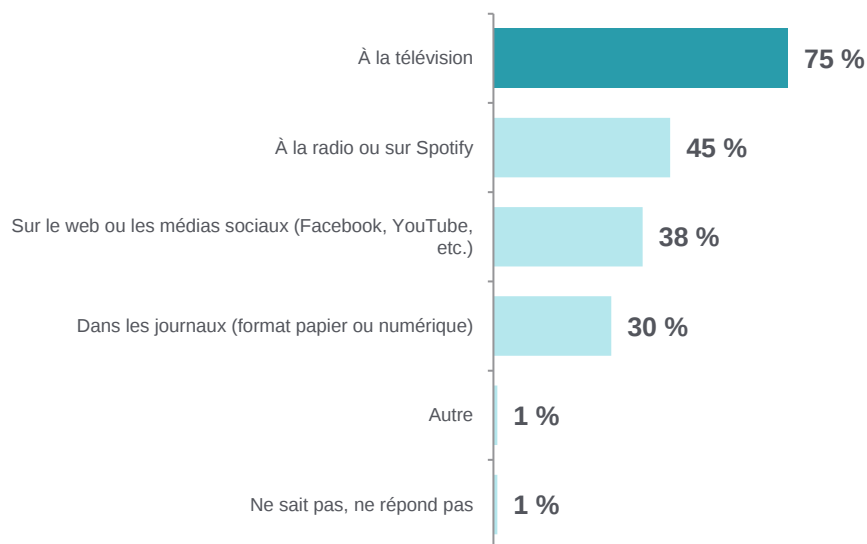


Près de neuf adultes québécois sur dix disent se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Québec en lien avec la COVID-19 au cours des derniers mois. Fait intéressant, cette proportion est significativement plus élevée (94 %) chez ceux dont le ménage compte des enfants de 5 à 11 ans, cible de la campagne actuelle. C'est également le cas chez les vaccinés (1 ou 2 doses, 90 %), les personnes de 55 ans ou plus (93 %) et ceux de langue maternelle française (91 %).

QA3a. Plus précisément, où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

Base : répondants qui affirment se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu des publicités en lien avec la COVID-19, n : 955

Plusieurs réponses possibles*



Depuis le début des mesures d'évaluation des campagnes portant sur la COVID-19, la **télévision est toujours le vecteur de diffusion le plus fréquemment cité** par les répondants ayant remarqué des publicités du gouvernement du Québec sur ce sujet.

Voici quelques écarts significatifs d'intérêt particulier pour cette campagne :

->>Télévision : **72 % de ceux qui vivent avec des enfants de 5 à 11 ans vaccinés** (contre 41 % de ceux dont leurs enfants de 5 à 11 ans ne sont pas vaccinés).

->>Radio ou Spotify : **58 % de ceux qui vivent avec des enfants de 5 à 11 ans** (contre 42 % chez les autres répondants).

->>Web ou médias sociaux : **de ceux qui vivent avec des enfants de 5 à 11 ans** (contre 35 % chez les autres répondants).

->>Journaux (imprimés ou numériques) : **36 % de ceux qui vivent avec des enfants de 5 à 11 ans vaccinés** (contre 20 % chez ceux dont leurs enfants de 5 à 11 ans ne sont pas vaccinés).

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



QA2. Veuillez décrire le plus précisément possible les publicités que vous avez vues, lues ou entendues.

Base : tous, n : 1 057*

	%
Publicité sur la vaccination (sans précision)	19
Publicité sur l'importance de la troisième dose	9
Publicité sur les moyens de protection (moyens pour diminuer la pandémie, etc.)	7
Publicité sur le port du masque	5
Publicité « Tiens-toi bien COVID-19 »	3
Publicité « N'attendez pas de frapper un mur »	1
Publicité sur la distanciation sociale	1
Publicité sur l'isolement (s'isoler en cas de symptômes, etc.)	1
Publicité sur le lavage des mains (sans précision)	1
Autre	4
Aucune	11
Ne sait pas, ne répond pas	38

Mentionnons au départ que les descriptions publicitaires faites par les répondants ne sont pas erronées. Ainsi, ils décrivent des publicités en lien avec la vaccination, l'importance de la troisième dose, les moyens de protection, le port du masque, la distanciation sociale, l'isolement ou le lavage des mains.

Toutefois, **très peu de (3 %)** décrivent spontanément des publicités diffusées dans le cadre de la **campagne « Grimace »**. On retrouve néanmoins une notoriété spontanée un peu plus forte chez les répondants ayant des enfants de 5 à 11 ans (6 %) et chez les 45 à 54 ans (7 %).

* Cette question était posée uniquement aux répondants qui ont donné une réponse positive à la QA1. Elle est toutefois ici reportée sur l'ensemble des répondants (ceux qui avaient répondu « non » à la QA1 correspondent au choix « Aucune ») pour apprécier la notoriété spontanée de la campagne sur l'ensemble de la population adulte québécoise,

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU MESSAGE VIDÉO ET DES VISUELS



QB1¹ Message vidéo – Grimace

Base : tous, n : 1 057



67 % de « oui »
Note d'appréciation moyenne :
6,3/10

Plus nombreux, en proportion, à avoir remarqué le **message vidéo « Grimace »** :

- Retraités (87 %)
- 55 ans ou plus (85 %)
- Résident ailleurs que dans les régions de Montréal et de Québec (74 %)
- Langue maternelle française (73 % contre 47 %)
- Vaccinés, une ou deux doses (68 % contre 49 % chez les non-vaccinés)
- Personnes vivant avec des enfants âgés de 5 à 11 ans vaccinés (64 % contre 38 % chez ceux dont leurs enfants de 5 à 11 ans ne sont pas vaccinés)



Les sous-groupes suivants présentent une note moyenne **d'appréciation supérieure** pour le **message vidéo « Grimace »** :

- 7,2 chez les personnes vivant avec des enfants âgés de 5 à 11 ans vaccinés
- 7,0 chez les personnes vivant avec des enfants âgés de 12 à 17 ans vaccinés
- 6,9 chez les retraités
- 6,6 chez les 55 ans ou plus
- 6,6 chez les vaccinés, une ou deux doses

QB2² Visuels – Grimace

Base : tous, n : 1 057



46 % de « oui »

Plus nombreux, en proportion, à avoir remarqué les **visuels « Grimace »** :

- Retraités (66 %)
- 55 ans ou plus (62 %)
- Langue maternelle française (49 % contre 34 %)
- Personnes vivant avec des enfants âgés de 5 à 11 ans vaccinés (43 % contre 23 % chez ceux dont leurs enfants de 5 à 11 ans ne sont pas vaccinés)

¹ QB1. Voici un message vidéo diffusé au cours des derniers mois. Veuillez le visionner au complet. Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message avant aujourd'hui à la télévision, sur le web ou dans les médias sociaux?

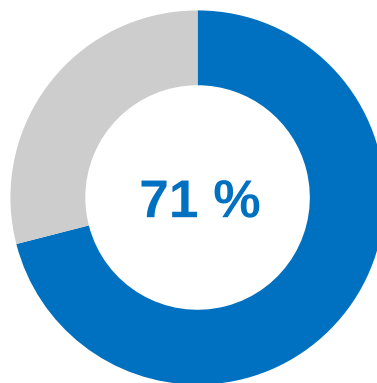
² QB2. Voici des visuels diffusés au cours des derniers mois. Vous souvenez-vous d'avoir vu l'un ou l'autre de ces visuels avant aujourd'hui?

NOTORIÉTÉ TOTALE Message vidéo + visuels (QB1 et QB2)

Base : tous, n : 1 057

(en bleu)

La **notoriété totale** de la campagne est **élevée (71 %)**. C'est particulièrement le cas au sein des sous-groupes identifiés dans l'encadré.



Plus nombreux, en proportion, à avoir remarqué la campagne :

- Retraités (89 %)
- 55 ans ou plus (87 %)
- Résident ailleurs que dans les régions de Montréal et de Québec (79 %)
- Langue maternelle française (77 % contre 51 %)
- Vaccinés, une ou deux doses (72 % contre 52 % chez les non-vaccinés)
- Personnes vivant avec des enfants âgés de 5 à 11 ans vaccinés (71 % contre 42 % chez ceux dont leurs enfants de 5 à 11 ans ne sont pas vaccinés)

COMPRÉHENSION DU MESSAGE

**QC1. Les publicités que vous venez de voir ont été diffusées par le gouvernement du Québec au cours des derniers mois.
Que reprenez-vous principalement de ces publicités?**

Base : tous, n : 1 057

	%
Le vaccin contre la COVID-19 est disponible pour les enfants (de 5 à 11 ans, etc.)	13
Il faut faire vacciner les enfants (pour les protéger, etc.)	13
Les enfants sont prêts à affronter la COVID-19 (font la grimace, n'ont pas peur, etc.)	11
La vaccination est importante (protège tout le monde contre la COVID-19, etc.)	9
Il faut tous se faire vacciner (le vaccin est pour tout le monde, etc.)	9
Vacciner les enfants freine la contagion (c'est important pour vaincre la COVID, etc.)	5
Les enfants n'ont pas peur (rient, font des grimaces, sont drôles, etc.)	4
Il faut continuer la lutte contre la COVID-19 (continuer les mesures pour gagner, etc.)	4
C'est un message qui s'adresse aux enfants (sans précision)	2
Il faut se protéger (sans précision, mieux vaut prévenir que guérir)	1
Autre	2
Ne sait pas, ne répond pas	27

 **Des publicités plus précisément orientées vers la vaccination des enfants**

Pour près de la moitié des répondants, les publicités de la campagne « Grimace » visent plus particulièrement la vaccination des enfants (48 %).

Aux yeux d'un répondant sur quatre (23 %), les publicités informent surtout sur l'importance de la vaccination et la nécessité de se protéger contre la COVID-19.

Notons que 27 % des répondants interrogés n'ont pas été en mesure de répondre à cette question.

IMPACT DE LA CAMPAGNE « GRIMACE »

QC2a à C2e. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants.

Base : tous, excluant la non-réponse

	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Total tout à fait ou plutôt d'accord
C2a. Le message de cette campagne est clair (n : 1028)	8	12	41	39	80
C2c. Cette campagne attire mon attention (n : 1038)	15	17	39	29	68
C2d. Cette campagne fait prendre conscience de l'importance de la vaccination des 5 à 11 ans contre la COVID-19 (n : 1029)	18	15	39	28	67
C2b. Cette campagne m'incite à m'informer sur la vaccination des enfants de 5 à 11 ans contre la COVID-19 (n : 998)	23	23	35	19	54
C2e. Je me sens personnellement interpellé(e) par cette campagne (n : 1012)	31	26	27	16	43

Si une forte majorité de répondants estime que le message de cette campagne est clair (tout à fait ou plutôt d'accord, 80 %), seulement les deux tiers d'entre eux sont d'avis qu'elle attire l'attention (68 %).

Base: répondants vivant avec un ou des enfants de 5 à 11 ans
(excluant la non-réponse)

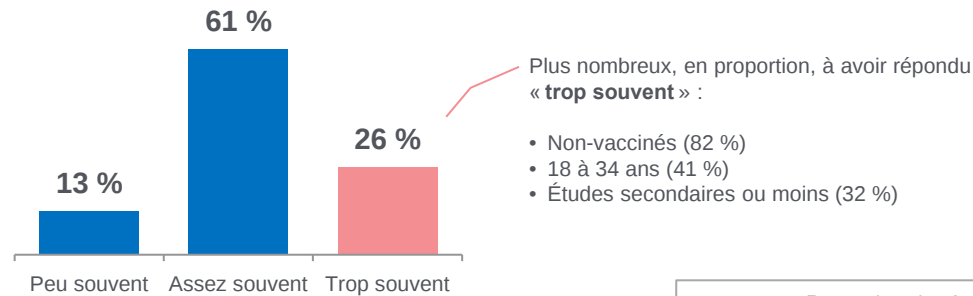
	Tout à fait ou plutôt en désaccord	Tout à fait ou plutôt d'accord
C2a. Le message de cette campagne est clair (n : 349)	18	82
C2c. Cette campagne attire mon attention (n : 357)	30	70
C2d. Cette campagne fait prendre conscience de l'importance de la vaccination des 5 à 11 ans contre la COVID-19 (n : 352)	39 ↑	61 ↓
C2b. Cette campagne m'incite à m'informer sur la vaccination des enfants de 5 à 11 ans contre la COVID-19 (n : 350)	43	57
C2e. Je me sens personnellement interpellé(e) par cette campagne (n : 350)	45 ↓	55 ↑

Considérant, de par la cible visée par la campagne, qu'il est normal que ce ne soit pas toute la population qui se sente personnellement interpellée par les messages diffusés (43 %), les deux autres résultats sont tout de même encourageants. D'une part, les deux tiers des répondants sont d'accord pour dire que la campagne permet de prendre conscience de l'importance de la vaccination des 5 à 11 ans contre la COVID-19 (67 %) et, d'autre part, plus de la moitié mentionnent que la campagne les incite à s'informer sur la vaccination des 5 à 11 ans (54 %).

Sans surprise, les personnes qui vivent avec des enfants âgés de 5 à 11 ans (tableau de gauche) sont plus nombreuses, en proportion, à se sentir personnellement interpellées par la campagne (55 % au cumul des réponses positives contre 41 % chez les autres répondants). Elles sont cependant en proportion inférieure à dire que la campagne leur fait prendre conscience de l'importance de la vaccination des 5 à 11 ans contre la COVID-19 (61 % contre 69 %).

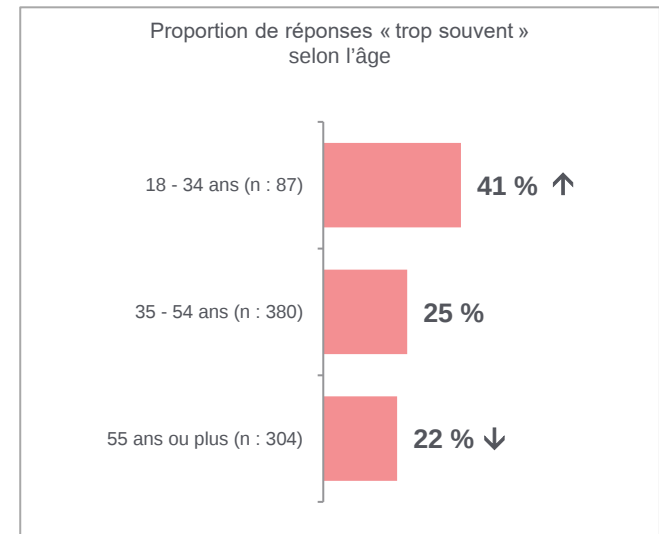
QE3. Diriez-vous que vous avez vu, lu ou entendu ces publicités...?

Base : répondants qui ont vu ou entendu l'une ou l'autre des publicités avant le sondage, excluant la non-réponse, n : 771



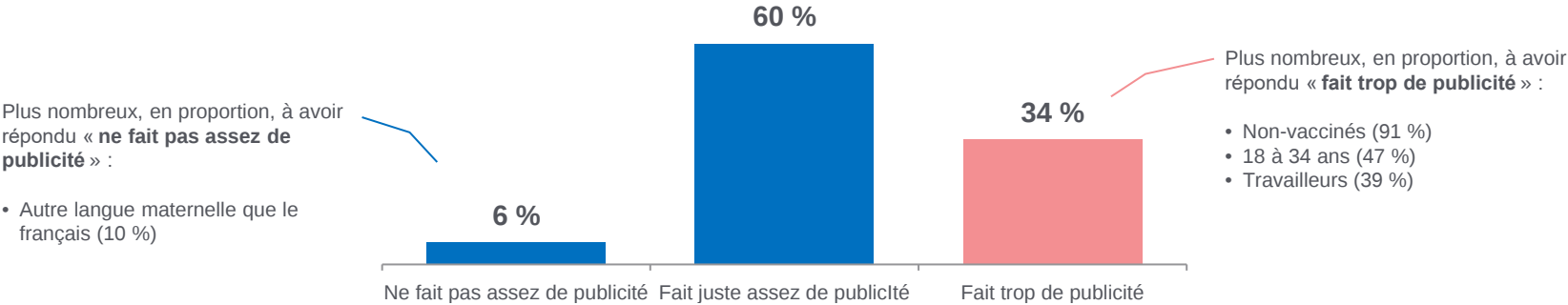
Parmi les **adultes québécois qui ont remarqué la campagne avant le sondage, six sur dix (61 %)** affirment avoir été exposés **assez souvent** à ses publicités. Les retraités (69 %), les personnes âgées de 65 ans ou plus (68 %) et les vaccinés (64 %) sont plus nombreux, en proportion, à dire avoir remarqué ces publicités assez souvent.

Si, dans l'ensemble, le quart des répondants exposés estiment avoir vu la campagne trop souvent (26 %), les 18 à 34 ans sont proportionnellement plus nombreux à partager cet avis (41 %), presque deux fois plus que les personnes de 55 ans ou plus (22 %).

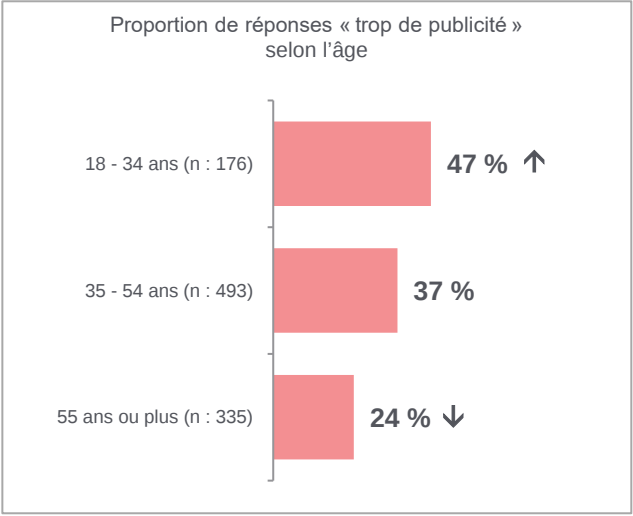


QF3. Concernant les publicités sur la vaccination contre la COVID-19, diriez-vous que le gouvernement du Québec...?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 004



Trois répondants sur cinq (60 %) estiment que la quantité de publicités entourant la COVID-19 produites par le gouvernement du Québec **est adéquate**. En contrepartie, le tiers (34 %) estime que le Gouvernement du Québec en **fait trop**. C'est particulièrement les cas des 18 à 34 ans, dont la proportion est deux fois plus élevée que chez les 55 ans ou plus (47 % contre 24 %).





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**
L'ensemble des adultes québécois âgés de 18 ans ou plus.

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

Plan d'échantillonnage
Un échantillon de membres du panel Or a été tiré à l'aide d'un algorithme visant la meilleure représentativité possible en fonction de la région, de l'âge, du sexe, de la langue maternelle, de la scolarité et de la taille du ménage.

Au total, le sondage compte 1 057 répondants (876 provenant du panel Or et 181 provenant du panel externe), répartis de la façon suivante :

Strate	Ensemble	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
Questionnaires remplis	1 057	204	447	406

QUESTIONNAIRE Le questionnaire a été élaboré par le client, puis révisé, traduit et programmé par SOM.
Le questionnaire était disponible en français et en anglais.
La version finale du questionnaire se retrouve à l'annexe 2.

- COLLECTE** **Période de collecte**
Du 14 au 18 mars 2022.
- Mode de collecte**
- Questionnaire autoadministré par internet.
 - Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or et par le fournisseur externe pour le panel externe.
 - Collecte web sur les serveurs de SOM.

Résultats administratifs de la collecte
Les résultats détaillés sont présentés aux pages suivantes.
Le taux de réponse est de 37,7 % pour le panel Or et de 9,7 % pour le panel externe.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or de SOM, parents d'enfants de 5 à 11 ans

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	948	Désabonnement	0
Nombre d'entrevues visées	0	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	342
Invitations envoyées (A)	835	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	5	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	302	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	302	Courriel invalide (usager@)	1
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	14	Unité inexistante totale (E)	1
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	41,0 %
Abandon durant le questionnaire	26	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	88,3 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	36,2 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or de SOM, autres panélistes

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB			
Taille de l'échantillon	1 743	Courriel indiquant refus de répondre	0
Nombre d'entrevues visées	0	Désabonnement	0
INVITATIONS ENVOYÉES		Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	1
Invitations envoyées (A)	1 524	UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	679
Adresse de courriel sur la liste noire	12	UNITÉ NON JOINTE	
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Quota de l'utilisateur dépassé	1
Questionnaires complétés	574	Détection par antipourriels	0
Hors de la population visée	0	Autres messages de retour non reconnus	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	Unité non jointe totale (D)	1
Unité jointe répondante totale (B)	574	UNITÉ INEXISTANTE	
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (usager@)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte terminée	27	Duplicata	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		Unité inexistante totale (E)	0
Abandon durant le questionnaire	77	TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	44,6 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	84,5 %
		TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	37,7 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel externe

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	266	Désabonnement	0
Nombre d'entrevues visées	180	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	262
Invitations envoyées (A)	2 533	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	0	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	181	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	24	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	41	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	246	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	0	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	10,3 %
Abandon durant le questionnaire	16	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	93,9 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	9,7 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée sur la base des adultes, en tenant compte des variables énumérées ci-dessous, pour chacune des trois grandes régions du Québec (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec) :

- La distribution conjointe d'âge (18-24 ans, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans ou plus) et de sexe;
- La langue maternelle (français seulement, autre);
- La proportion d'adultes vivant seuls;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- La proportion d'adultes propriétaires;
- La proportion d'adultes ayant au moins un enfant âgé de 5 à 11 ans.

Données de population utilisées : recensement de 2016.

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

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

MARGE D'ERREUR

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

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

L'effet de plan apparaît lorsque les questionnaires remplis ne sont pas répartis proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants. Par exemple, au tableau de la page suivante, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 722 ($1\ 057 \div 1,465$).

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

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

		Régions		
	Ensemble	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1057	204	447	406
EFFET DE PLAN	1,465	2,601	1,249	1,422
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,7 %	2,2 %	1,0 %	1,2 %
95 % ou 5 %	1,6 %	4,8 %	2,3 %	2,5 %
90 % ou 10 %	2,2 %	6,6 %	3,1 %	3,5 %
80 % ou 20 %	2,9 %	8,9 %	4,1 %	4,6 %
70 % ou 30 %	3,3 %	10,1 %	4,7 %	5,3 %
60 % ou 40 %	3,6 %	10,8 %	5,1 %	5,7 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,6 %	11,1 %	5,2 %	5,8 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





/*

Sondage web sur la campagne de sensibilisation liée à la COVID-19

Vaccination des enfants de 5 à 11 ans

(Grimace)

Ministère du Conseil exécutif

*/

/*Population cible : ensemble des internautes québécois de 18 ans ou plus, francophones et anglophones. */

Q_Bi Bienvenue dans ce sondage web qui porte sur une campagne publicitaire présentée par le gouvernement du Québec. Ce sondage est réalisé par SOM, pour le compte du gouvernement.

->>ROUTE0

Q_MP	Mot de passe _____
Q_DR	Usager Fournisseur _____
Q_DS	Study Fournisseur _____
Q_DL	Langue Fournisseur _____

/*Description des strates

1=Panel OR

2=Panel OR Parents de 5 à 11 ans

9=Fournisseur externe*/

Q_siROUTE0 si strate=9->EXTSE
->>SE6X

/*

Quotas Externe */

Q_EXTSE Les questions de cette section vous sont posées uniquement à des fins statistiques et nous vous assurons de préserver votre anonymat.

2=*Continuer

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

Q_EXTSE5 Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g possédez)) ou ((g avez terminé))?

1=Aucun

2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)

3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)

4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)

5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat

6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)

7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat

8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)

9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)

10=Doctorat acquis (ex. : Ph. D., D.Sc., D.Ed.)

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

99=*Je préfère ne pas répondre

Q_siEXTPROF0 si q#EXTSE5=99->OUT
->>EXTPROF1

Q_inEXTPROF1 lorsque (q#EXTAGE=1 et Langue=F) alors q#QUOTA1=1 et
lorsque (q#EXTAGE=1 et Langue=A) alors q#QUOTA1=2 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et Langue=F) alors q#QUOTA1=3 et
lorsque (q#EXTAGE=2 et Langue=A) alors q#QUOTA1=4 et
lorsque (q#EXTAGE=3,4 et Langue=F et q#EXTSE5=1,2,3) alors q#QUOTA1=5 et
lorsque (q#EXTAGE=3,4 et Langue=A et q#EXTSE5=1,2,3) alors q#QUOTA1=6 et
lorsque (q#EXTAGE=3,4 et q#EXTSE5=4,5,6,7,8,9,10,90) alors q#QUOTA1=7 et
lorsque (q#EXTAGE=5,6,7,8 et Langue=F) alors q#QUOTA1=8 et
lorsque (q#EXTAGE=5,6,7,8 et Langue=A) alors q#QUOTA1=9 et
lorsque q#EXTAGE=1 alors q#QUOTA2=1 et
lorsque q#EXTAGE=2 alors q#QUOTA2=2 et
lorsque q#EXTAGE=3,4 alors q#QUOTA2=3 et
lorsque q#EXTAGE=5,6,7,8 alors q#QUOTA2=4

->>VERIF1

Q_QUOTA1 *Liste des quotas 1*
1=18-24 Franco. (Max 54)
2=18-24 Anglo. (Max 15)
3=25-34 Franco. (Max 54)
4=25-34 Anglo. (Max 15)
5=35-54 Franco. Scolarité inférieure à collégial (Max 54)
6=35-54 Anglo. Scolarité inférieure à collégial (Max 15)
7=35-54 Plus scolarisés (0)
8=55+ Franco (0)
9=55+ Anglo (0)

Q_QUOTA2 *Liste des quotas 2*
1=18-24 (60)
2=25-34 (60)
3=35-54 (60)
4=55+ (0)

/*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_siVERIF1	si q#QUOTA1=7,8,9->OUT si q#QUOTA2=4->OUT
->>VERIF2	
Q_siVERIF2	si quota1 atteint->FINQUOTA
->>VERIF3	
Q_siVERIF3	si quota2 atteint->FINQUOTA
->>SE6X	
Q_SE6X	Au total, ((g combien de personnes)) habitent chez vous en vous incluant? *Compter aussi les enfants qui habitent chez vous, que ce soit en permanence ou de temps en temps (ex. : en garde partagée).*
	1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 ou plus
Q_sicalse7X	si q#SE6X=2,3,4,5->SE7X
->>calQUOTA3	
Q_SE7X	De ces personnes, y a-t-il des enfants (personnes de ((g moins de)) 18 ans)?
	1=Oui 2=Non
Q_sicalSE7Xa	si q#SE7X=1->SE7Xa
->>calQUOTA3	
Q_SE7Xa	De ces enfants, y en a-t-il qui sont âgés de 0 à 4 ans?
	1=Oui 2=Non
Q_SE7Xb	De ces enfants, y en a-t-il qui sont âgés de 5 à 11 ans?
	1=Oui 2=Non
Q_SE7Xc	De ces enfants, y en a-t-il qui sont âgés de 12 à 17 ans?
	1=Oui 2=Non
Q_sicalQUOTA3	si strate=1,2->PANELPROF1
->>A1	
Q_inPANELPROF1	q#QUOTA3=1 et lorsque (q#SE7Xb=1) alors q#QUOTA3=2
->>VERIF4	

/*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_QUOTA3 *Liste des quotas 3*
1=Non Parent de 5-11 (Max 545)
2=Parent de 5-11

Q_siVERIF4 si quota3 atteint->FINQUOTA
->>A1

/*Section A : Bruit publicitaire et notoriété spontanée*/

Q_A1 Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Québec en lien avec la COVID-19?

1=Oui
2=Non->ROTB

Q_A2 Veuillez décrire le plus précisément possible les publicités que vous avez vues, lues ou entendues.

*exclusif=(A2,A2NSP)

<<
<<_____>>
99=*Je ne sais pas/Je ne me souviens pas*suf NSP>>

Q_A3a Plus précisément, où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

Veuillez sélectionner tous les endroits où vous les avez vues, lues ou entendues.

*choix multiples
*choixminmax=1,5
*selectif=99

1=À la télévision
2=À la radio ou sur Spotify
3=Dans les journaux (format papier ou numérique)
4=Sur le web ou les médias sociaux (Facebook, YouTube, etc.)
90=Autre <préciser> (précisez dans la boîte ci-dessous)
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Section B Évaluation de la campagne Vaccination des enfants de 5 à 11 ans*/

/*Note Poser en rotation (Bloc QB1/B1Note et QB2)*/

Q_inROTB rotation=q#B1,q#B2 (après=q#C1)

/*Tous Notoriété assistée - Message vidéo « Grimace » (F+A)*/

Q_B1 Voici un message vidéo diffusé au cours des derniers mois. Veuillez le visionner au complet.

/*Vaccination_5-11_ans_Motivation_Grimace_WEB_FR - MCE21-253-W30F_Youtube.mp4*/
/*Vaccination_5-11_ans_Motivation_Grimace_WEB_EN - MCE21-254-W30E_Youtube.mp4 */

/*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*/



/*
(V 119eddb71e1de4cc98/5fad68d3092bb73f))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message avant aujourd'hui à la télévision, sur le web ou dans les médias sociaux?

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

1=Oui
2=Non
7=*J'ai un problème technique, je ne peux pas voir la vidéo->B2

Q_B1Note Sur une échelle de 0 à 10, quelle note d'appréciation donnez-vous à ce message vidéo?

*format linéaire

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

/*Notoriété assistée – Bannière et imprimés (F+A)*/

Q_B2 Voici des visuels diffusés au cours des derniers mois.

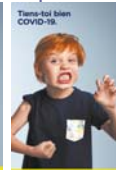
Cliquez sur les images pour les agrandir

/*Fr et ang : Bannière « MCE_Vacc_5-11_Bannières_FR_300x250_NonCompressé.gif »*/



/*
Tiens-toi bien COVID-19
*/

/* Fr et ang : Imprimés */



/*
Tiens-toi bien COVID-19
*/

[/]<div class="row">[/]
(M FR-VACC-5-11-300X250.GIF, SM-6))
[/]</div><div class="row">[/]
(M FR-VACC-5-11-A.PNG, XS-4 SM-4)) ((M FR-VACC-5-11-B.PNG, XS-4 SM-4)) ((M FR-VACC-5-11-C.PNG, XS-4 SM-4))
[/]</div>[/]

Vous souvenez-vous d'avoir vu l'un ou l'autre de ces visuels avant aujourd'hui?

1=Oui
2=Non

/*Légende

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

/*Section C

Compréhension et appréciation de la campagne Vaccination des enfants de 5 à 11 ans*/

Q_C1

Les publicités que vous venez de voir ont été diffusées par le gouvernement du Québec au cours des derniers mois. Que retenez-vous principalement de ces publicités?

<< _____ >>

/*Note

Questions C2a à C2e en rotation*/

Q_inrotC2a

rotation=q#C2a, q#C2b, q#C2c, q#C2d, q#C2e (après=q#calE3)

Q_C2a

*format matriciel

*pasdelegende

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

Le message de cette campagne est clair

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_C2b

Cette campagne m'incite à m'informer sur la vaccination des enfants de 5 à 11 ans contre la COVID-19

*format matriciel

Q_C2c

*format matriciel

Cette campagne attire mon attention

Q_C2d

Cette campagne me fait prendre conscience de l'importance de la vaccination des enfants de 5 à 11 ans contre la COVID-19

*format matriciel

Q_C2e

*format matriciel

Je me sens personnellement interpellé(e) par cette campagne

Q_sicalE3

->>F3

si (q#B1=1 ou q#B2=1)->E3

Q_E3

Diriez-vous que vous avez vu, lu ou entendu ces publicités...?

1=Peu souvent

2=Assez souvent

3=Trop souvent

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

Q_F3

Concernant les publicités sur la vaccination contre la COVID-19, diriez-vous que le gouvernement du Québec...?

/*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*/

1=Ne fait pas assez de publicité
 2=Fait juste assez de publicité
 3=Fait trop de publicité
 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_F1

Avez-vous été vacciné contre la COVID-19?

1=Oui, j'ai reçu une première dose
 2=Oui, j'ai reçu une deuxième dose
 6=Oui, j'ai reçu la dose de rappel
 3=Non, mais j'ai mon rendez-vous pour ma première dose
 4=Non, mais je souhaite me faire vacciner
 5=Non, et je ne souhaite pas me faire vacciner
 9=*Je préfère ne pas répondre

/*Note

Poser aux parents d'enfants de 5 à 17 ans*/

Q_sicalF4
 ->>calF5

si q#SE7Xb=1->F4

Q_F4

Vos enfants âgés de 5 à 11 ans ont-ils été vaccinés?

1=Oui, première dose
 2=Oui, deuxième dose
 3=Non
 9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalF5
 ->>putSD

si q#SE7Xc=1->F5

Q_F5

Vos enfants âgés de 12 à 17 ans ont-ils été vaccinés?

1=Oui, première dose
 2=Oui, deuxième dose
 3=Non
 9=*Je préfère ne pas répondre

/*Note

Poser les sociodémographiques au besoin (cf Yannick / Sylvain)

Principale occupation, revenu familial, scolarité, taille du ménage, enfants 18 ans ou moins (0-4 ans; 5-11 ans; 12-17 ans), propriétaire ou locataire, langue maternelle, sexe, code postal, RMR, âge */

Q_inputSD

q#SE1JRS=input('SE1JRS') et q#valSE1=input('SE1') et
 q#SE10JRS=input('SE102021JRS') et q#valSE10=input('SE102021') et
 q#SE5JRS=input('SE5JRS') et q#valSE5=input('SE5') et
 q#SE13JRS=input('SE13JRS') et q#valSE13=input('SE13')

->>calse1p1

Q_SE1JRS

Autocomplétée ____

/*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_VALSE1 *Autocomplétée*

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=Je suis dans une autre situation

99=Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE1p1 si strate=9 ou (q#SE1JRS=blanc) ou (q#SE1JRS>182) ou (q#SE1JRS<182 et q#VALSE1=99) ->SE1/*Si donnée vieille > 6 mois*/

->>calSE1p2

Q_incalSE1p2 q#SE1=q#valSE1

->>calSE10p1

Q_SE1 Avant de terminer, voici quelques questions de classification. Quelle est 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

Q_sicalSE10p1 /*Ici, SE10JRS = SE102021JRS, VALSE10 = VALSE102021 */

si strate=9 ou (q#SE10JRS=blanc) ou (q#SE10JRS>182) ou (q#SE10JRS<182 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 \$ et 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*/

99=*Je préfère ne pas répondre

Q_incalSE10p2 q#SE102021=q#valSE10
->>calSE5p1

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

- 1=Moins de 15 000 \$
- 2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
- 3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
- 4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
- 5=De 55 000 \$ à 74 999 \$
- 6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
- 7=De 100 000 à 149 999 \$
- 8=De 150 000 à 199 999 \$
- 9=De 200 000 \$ et plus
- 99=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE5p1 si (q#SE5JRS>182) ou (q#SE5JRS<182 et q#VALSE5=99) ->SE5/*Si donnée vieille > 6
mois*/
si q#EXTSE5=1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,90->calSE5p3

->>calSE5p2

Q_SE5JRS *Autocomplétée* ____

Q_VALSE5 *Autocomplétée*

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

Q_incalSE5p2 q#SE5=q#valSE5

->>calSE13p1

Q_incalSE5p3 q#SE5=q#EXTSE5

->>calSE13p1

Q_SE5 Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez terminé**))?

- 1=Aucun
- 2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)
- 3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)

/*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*/

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_sicalSE13p1 si strate=9 ou (q#SE13JRS=blanc) ou (q#SE13JRS>182) ou (q#SE13JRS<182 et q#VALSE13=9) ->SE13/*Si donnée vieille > 6 mois*/

->>calSE13p2

Q_SE13JRS *Autocomplétée* ____

Q_VALSE13 *Autocomplétée*
 1=Propriétaire
 2=Locataire
 9=*Je préfère ne pas répondre

Q_incalSE13p2 q#SE13=q#valSE13
 ->>calS7a

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_sicalS7a si strate=1,2/*panel*/->AGEGRP2
 ->>S7a /*Externe*/

Q_S7a 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

1=Anglais
 2=Français
 90=Autre

Q_SE12 Votre sexe à la naissance?

1=Masculin
 2=Féminin

Q_CP Quels sont ((G les 3 premiers caractères)) de votre code postal?
 *codepostal << _____[Ex. : **G1G**]>>

/*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_RMR 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_inFILLAGE q#AGEGRP2=q#EXTAGE
->>FIN

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

->>FIN

Q_FINQUOTA Merci, mais nous avons déjà suffisamment de participants ayant un profil similaire au vôtre.

Q_FIN Merci de votre collaboration!

***INFORMATIONS

PROJET=MCECAMP11NBK
FICHIER=FMCECAMP11NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\\SERVEUR1\\P22121NBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\Users\lyzhang\Documents\Projets\WEB\P22121MCECOVID11NBK\pw22121nbk\
IMAGES=C:\Users\lyzhang\Documents\Projets\WEB\P22121MCECOVID11NBK\IMG\
MODELES=C:\Users\lyzhang\Documents\Projets\WEB\P22121MCECOVID11NBK\modeles6p22121\
DEBUT=ROUTE0
EFFACER=Oui
EMAIL=pw22121nbk@web.som.ca
ESPACE=3,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1 /*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP /*Commenter si sondage type 2*/
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=6
PRECEDENT=Oui
SEUIL=30
TITRE=Sondage
STATS=ababineau
ARGUMENTS=(dr,DR),(ds,DS),(dl,DL)
QUOTA1=QUOTA1

/*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*