



MONTRÉAL

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

QUÉBEC

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

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE D'INFORMATION SUR LE CORONAVIRUS (12^E ÉDITION) – « LES FÊTES ARRIVENT VITE »

RAPPORT FINAL
PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DU CONSEIL EXÉCUTIF

03 /Contexte, objectifs et méthodologie abrégée

04 /Description de la campagne

05 /Faits saillants

07 /Résultats

ANNEXES

/1. Méthodologie détaillée

/2. Questionnaire

/3. Tableaux statistiques détaillés (sous pli séparé)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



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 le 14 novembre et le 18 décembre 2022 et portaient sur l'importance des doses de rappel du vaccin contre la COVID-19 à l'approche des fêtes.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• 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	1 062 répondants.
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 19 au 21 décembre 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 proportion de personnes vivant seules, le statut de propriétaire et la région.
Marge d'erreur	La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,3 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.
Note	Les flèches (↑ ou ↓) sont utilisées à l'occasion pour illustrer les différences significatives entre un sous-groupe de répondants et l'ensemble des autres répondants.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE « LES FÊTES ARRIVENT VITE »

PIÈCES DE COMMUNICATION ÉVALUÉES



Un message audio « Vaccination Fêtes »
(français et anglais)



Un message vidéo de 30 secondes
(français)



Affichage
(français)



Bannières web
(français et anglais)



Quotidiens et hebdomadaires
(papier et numériques)
(français et anglais)

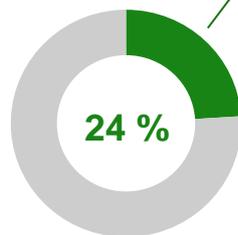
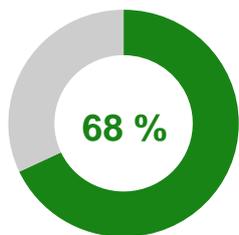


A network diagram background consisting of a complex web of thin, light blue lines connecting various nodes. The nodes are represented by small circles in shades of blue, teal, and grey. Some nodes are larger and more prominent, while others are smaller and less visible. The overall effect is a sense of interconnectedness and data flow.

Faits saillants

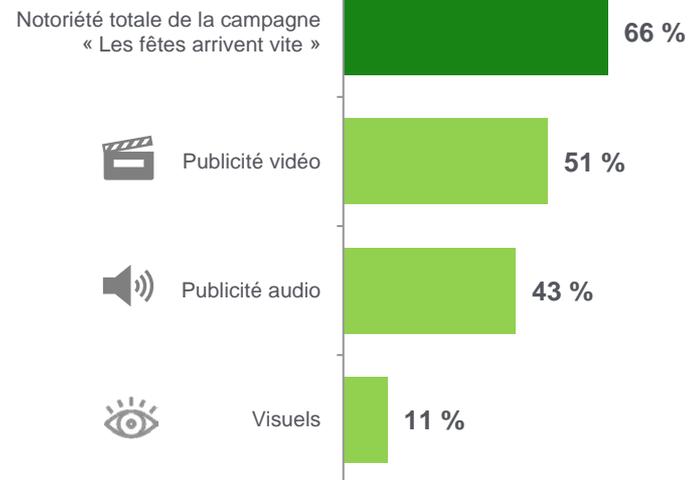
FAITS SAILLANTS

BRUIT PUBLICITAIRE ET NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



24 % ont décrit correctement une publicité (télé ou radio) de la campagne « Les fêtes arrivent vite ».

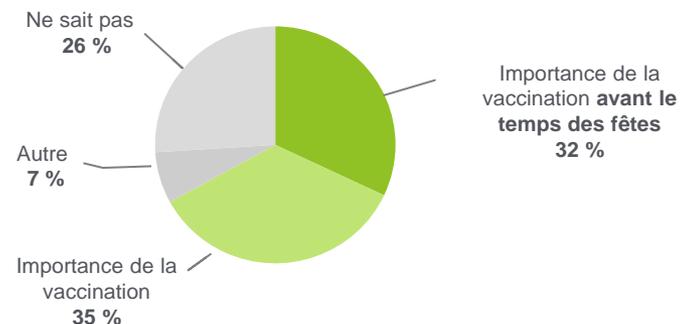
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE



APPRÉCIATION ET IMPACT

Le message de cette campagne est clair (tout à fait + plutôt d'accord)	86 %
Cette campagne attire mon attention (tout à fait + plutôt d'accord)	68 %
Cette campagne me fait prendre conscience de l'importance de la vaccination contre la COVID-19 (tout à fait + plutôt d'accord)	67 %
Cette campagne me fait réfléchir aux risques de la COVID-19 (tout à fait + plutôt d'accord)	58 %
Cette campagne m'incite à prendre rendez-vous pour me faire vacciner à temps pour les fêtes (tout à fait + plutôt d'accord)	58 %
Cette campagne m'incite à m'informer sur la vaccination contre la COVID-19 (tout à fait + plutôt d'accord)	52 %
Je me sens personnellement interpellé(e) par cette campagne (tout à fait + plutôt d'accord)	50 %

Compréhension du message



Résultats

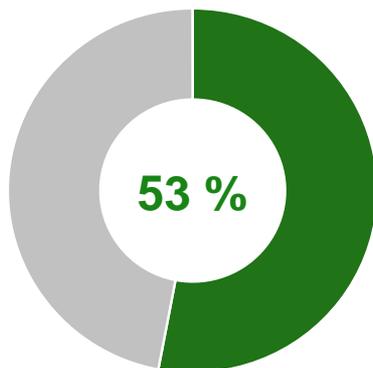
A decorative graphic in the top right corner consisting of a network of interconnected nodes and lines. The nodes are represented by small circles in various shades of teal and grey, connected by thin, light blue lines. The overall effect is a complex, web-like structure that fades into the background.

PROFIL DE VACCINATION

QF1. Avez-vous été vacciné contre la COVID-19 depuis le 15 août 2022?

Base : tous, n : 1 062

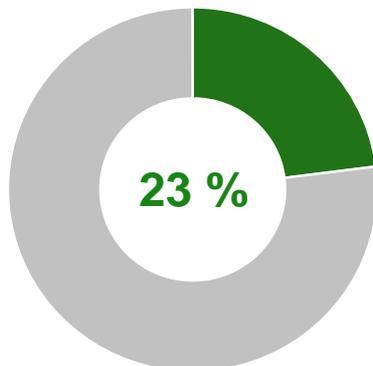
Le graphique présente le pourcentage de « oui »



QF2b. Avez-vous eu la COVID-19 depuis le 15 août 2022?

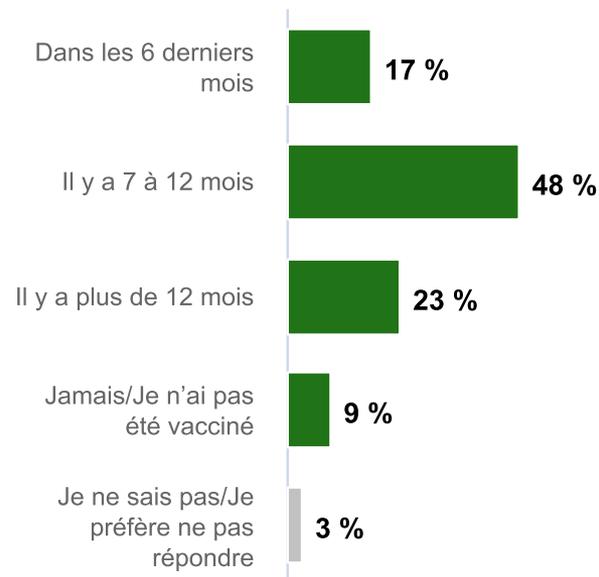
Base : tous, n : 1 062

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



QF2a. Quand avez-vous reçu votre dernière dose de vaccin contre la COVID-19?

Base : répondants n'ayant pas été vaccinés depuis le 15 août, n : 513



QF1+QF2b. Vacciné ou infecté depuis le 15 août 2022

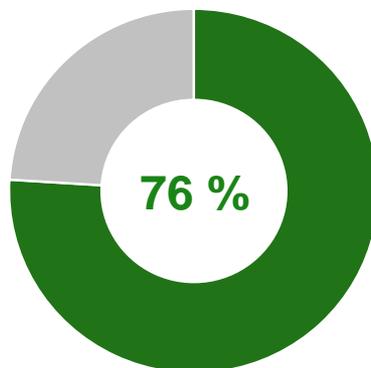
Base : tous, n : 1 062

64 %

QE4. Avez-vous l'intention de participer à des rassemblements pendant la période des fêtes?

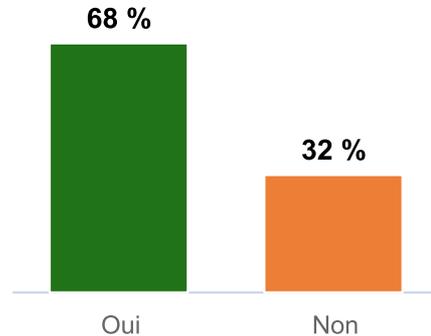
Base : tous, n : 1 062

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



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

Base : tous, n : 1 062

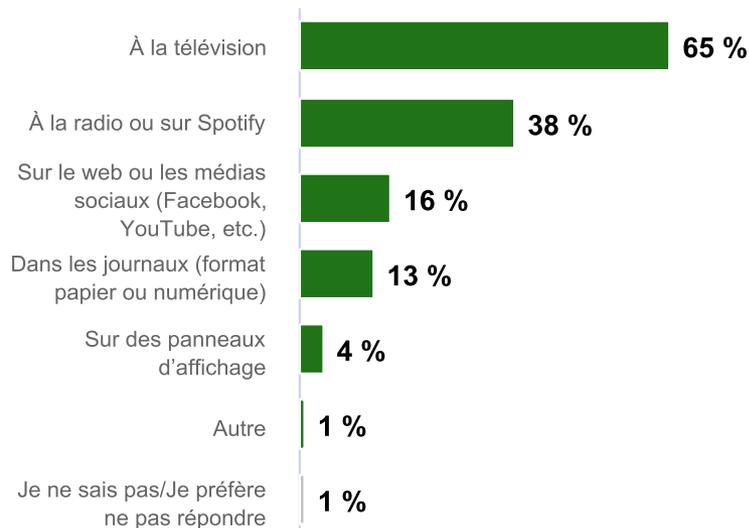


Près de sept adultes québécois sur dix (68 %) affirment se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Québec sur la vaccination contre la COVID-19 au cours des derniers jours. Cette proportion est significativement plus élevée chez les répondants âgés de 55 ans ou plus (77 %) et chez ceux qui ont été vaccinés au cours des six mois précédant le sondage (72 %).

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

Base : répondants qui affirment se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu une ou des publicités en lien avec la vaccination contre la COVID-19, n : 722

Plusieurs réponses possibles*



Les répondants ayant remarqué des publicités du gouvernement du Québec sur la vaccination contre la COVID-19 mentionnent principalement les avoir vues à la **télévision** (65 %) ou, dans une moindre mesure, les avoir entendues à la radio ou sur Spotify (38 %).

Sans surprise, les réponses varient selon l'âge :

- Les répondants de **18 à 34 ans** sont proportionnellement plus nombreux à avoir remarqué les publicités sur le web ou les médias sociaux (33 %).
- Ceux âgés de **25 à 44 ans** les ont davantage remarquées à la radio ou sur Spotify (54 %).
- Pour leur part, les **65 ans ou plus** ont plus souvent mentionné la télévision (82 %) ou les journaux (18 %).

* Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 %.

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



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

Base : tous, n : 1 062*

	%
Publicité 2022 télé « Faites-vous vacciner pour être protégé à temps »	18
Publicité sur la vaccination	8
Publicité 2022 radio « Faites-vous vacciner pour être protégé à temps »	6
Publicité sur les doses de rappels	3
Publicité sur le port du masque	2
Publicité « Le masque, notre filet de sécurité »	2
Publicité sur les moyens de protections	1
Publicité sur l'isolement	1
<i>Autre</i>	1
<i>Aucune</i>	33
<i>Ne sait pas, ne répond pas</i>	25

Près du quart de l'ensemble des répondants (24 %) a décrit correctement une publicité (télé ou radio) de la campagne « Les fêtes arrivent vite » (en vert foncé), donc une **bonne** notoriété spontanée.

En tenant compte des réponses en vert pâle, c'est plus du tiers des répondants (35 %) qui souligne que les publicités remarquées parlaient de vaccination contre la COVID-19.

* 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,

QB1 à QB3. Voici [un message vidéo/un message audio/des visuels] diffusé au cours des dernières semaines. Vous souvenez-vous d'avoir [vu/entendu ce message/vu l'un ou l'autre de ces visuels] avant aujourd'hui?

QB1-QB1Note. Message vidéo

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 960

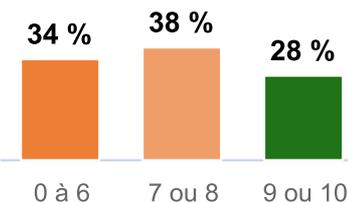


51 % de « oui »

Principaux groupes qui se distinguent :

- 55 ans ou plus (70 %)
- Vacciné dans les 6 derniers mois (61 %)
- Vacciné ou infecté depuis le 15 août (60 %)
- Études secondaires ou moins (56 %)

Note d'appréciation moyenne* :



Les répondants des sous-groupes suivants accordent une note moyenne **significativement plus élevée** :

- 55 ans ou plus (7,5)
- Vacciné ou infecté depuis le 15 août (7,5)

Avec une note moyenne en deçà de la barre des 7 points sur 10, **l'appréciation du message vidéo est plutôt faible.**

QB2. Message audio

Base : tous, n : 1 062



43 % de « oui »

Principaux groupes qui se distinguent :

- 35 à 44 ans (54 %)

QB3. Visuels

Base : tous, n : 1 062



11 % de « oui »

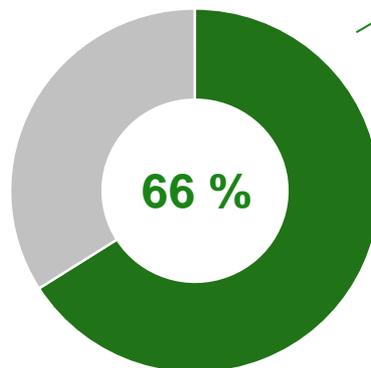
Principaux groupes qui se distinguent :

- 65 ans ou plus (17 %)
- Vacciné dans les 6 derniers mois (14 %)

Notoriété totale de la campagne

Base : tous, n : 1 062

Le graphique présente le taux de notoriété, c'est-à-dire le pourcentage de « oui »



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

- 55 ans ou plus (80 %)
- Habite ailleurs que dans les RMR de Montréal et de Québec (72 %)
- Vacciné dans les 6 derniers mois (72 %)
- Vacciné ou infecté depuis le 15 août (71 %)
- Langue maternelle française seulement (71 %)

Sur la base de ceux qui ont rempli le questionnaire en français (n : 960), la notoriété de la campagne s'élève à **70 %**.

Près des deux tiers des adultes québécois (66 %) ont été exposés à au moins l'une des composantes de la campagne « Les fêtes arrivent vite ».

La notoriété de la campagne est significativement plus élevée chez les répondants de 55 ans ou plus (80 %) et ceux n'habitant pas dans les RMR de Montréal ou de Québec (72 %), entre autres.

**QC1. 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?**

Base : tous, n : 1 062

	%
Il faut se vacciner contre la COVID-19	20
La vaccination permet de profiter des rassemblements des fêtes en toute sécurité	17
Il faut se faire vacciner à temps pour les fêtes	11
La vaccination est importante	7
La vaccination demeure prioritaire	5
Il faut être vacciné pour les fêtes	4
Il faut être prudent à l'approche des fêtes	3
Le vaccin est fiable	3
Il faut recevoir ses doses de rappel	3
<i>Autre</i>	1
<i>Ne sait pas, ne répond pas</i>	26

Vaccination contre la COVID-19 **et le temps des fêtes** : 32 %

Vaccination contre la COVID-19 : 35 %

Pour plus de trois répondants sur dix (32 %), le message retenu précise l'importance d'être vacciné **avant les fêtes** (en vert foncé), ce qui rejoint l'essence même de la campagne. Néanmoins, au total, les deux tiers des adultes québécois (67 %) retiennent **l'importance de se faire vacciner** (en vert foncé ou vert pâle).

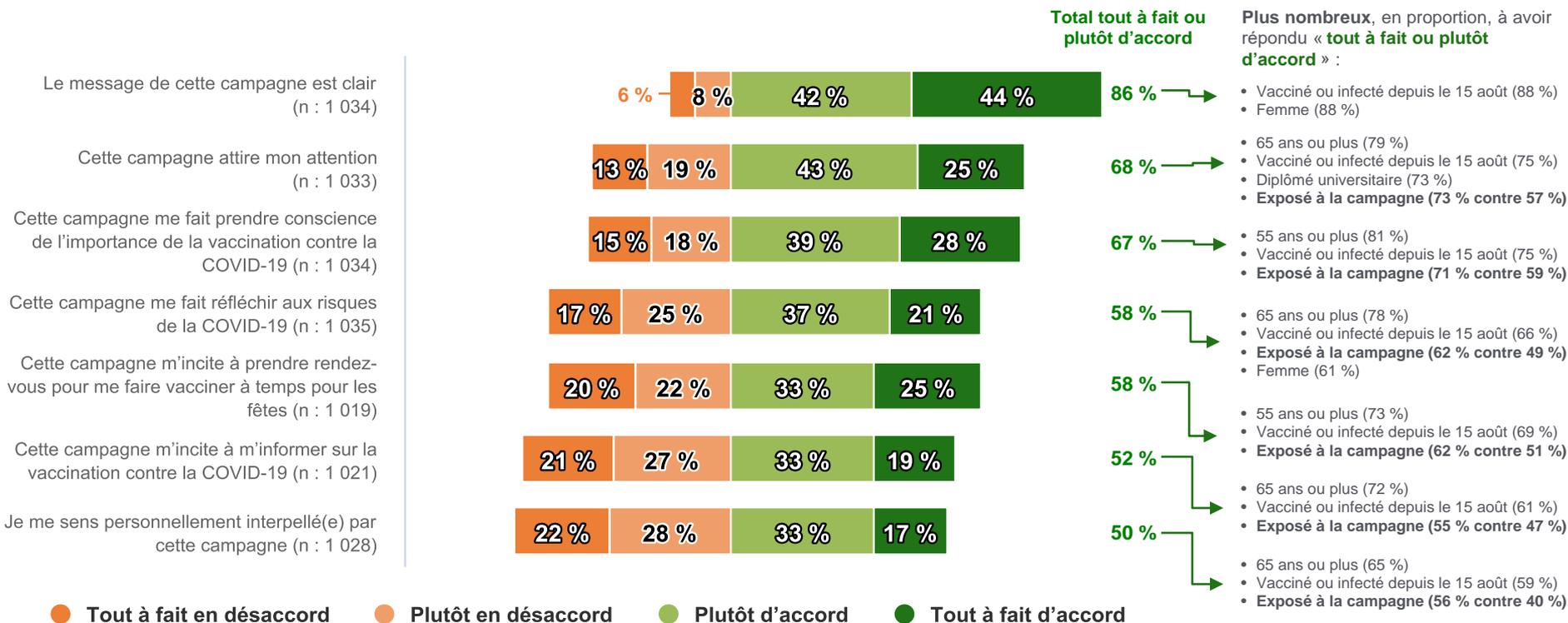
Notons que tout de même 26 % des répondants interrogés n'ont pas été en mesure de répondre à cette question.

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE



QC2a à C2g. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants.

Base : tous, excluant la non-réponse



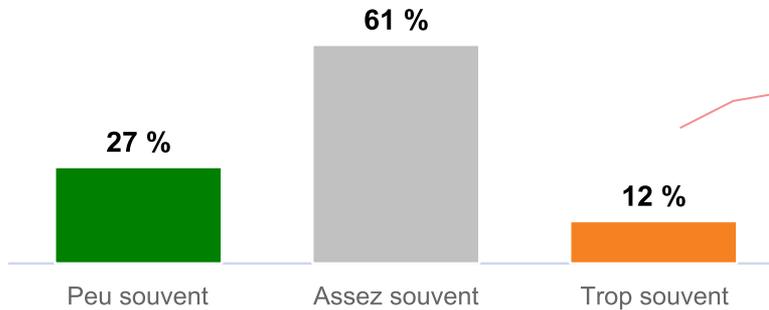
Si plus de huit adultes québécois sur dix (86 %) estiment que le message de la campagne est clair, moins de 70 % sont en accord avec le reste des énoncés.

Plus spécifiquement, entre la moitié et les deux tiers des répondants se montrent d'accord avec les éléments qui concernent des prises de conscience ou des actions possibles dues à la campagne (prendre conscience de l'importance de la vaccination, réfléchir aux risques de la COVID-19, être incité à prendre rendez-vous, être incité à s'informer).

Les répondants qui ont été exposés à la campagne avant le sondage ainsi que ceux qui ont été vaccinés contre la COVID-19 entre le 15 août 2022 et la période de la collecte des données se distinguent à la hausse pour tous les énoncés, ou presque. Par ailleurs, seul un répondant sur deux (50 %) se sent interpellé par cette campagne. Les 18 à 44 ans (41 %) et les personnes qui ont reçu leur dernière dose il y a plus de six mois (7 à 12 mois, 41 %; plus de 12 mois, 25; jamais, 5 %) sont **moins nombreux**, en proportion, à être d'accord avec cet énoncé.

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 : 715

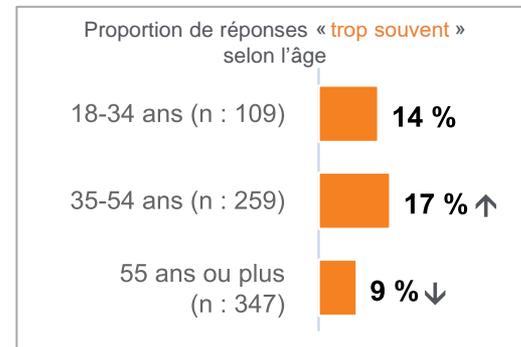


Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « **trop souvent** » :

- Non vacciné (50 %, n : 25, à interpréter avec prudence)
- Habite la RMR de Québec (24 %)
- Vacciné il y a plus de 12 mois (23 %)
- 35 à 54 ans (17 %)

Plus de six répondants sur dix (61 %) ayant remarqué la campagne avant le sondage considèrent avoir été exposés juste assez souvent aux publicités.

Les répondants concernés ici dont la dernière dose de vaccin date de plus d'un an (23 %), ceux habitant la RMR de Québec (24 %) et les répondants de 35 à 54 ans (17 %) sont plus nombreux, en proportion, à dire avoir remarqué ces publicités trop souvent.

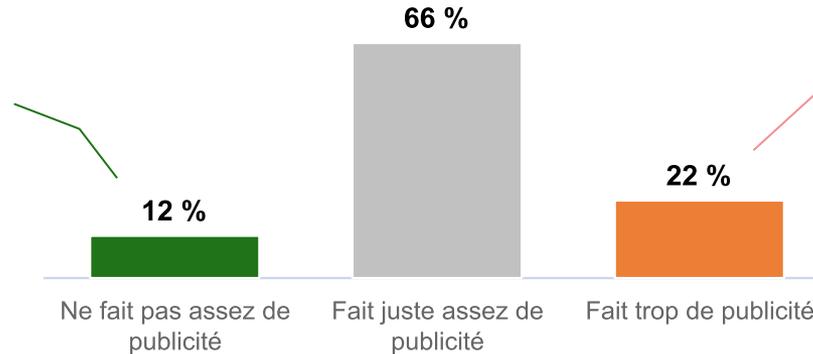


QF3. Concernant les publicités sur la vaccination contre la COVID-19, diriez-vous que le gouvernement du Québec...?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 003

Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « **ne fait pas assez de publicité** » :

- Langue maternelle autre que le français (23 %)
- 18 à 24 ans (21 %)
- Vacciné dans les 6 derniers mois (16 %)
- Non exposé à la campagne (16 %)
- Diplômé universitaire (15 %)
- Habite la RMR de Montréal (15 %)



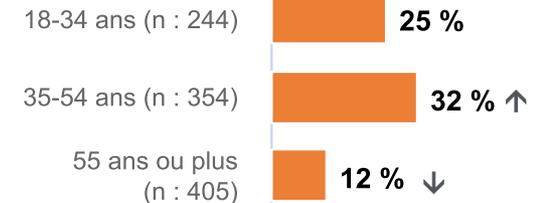
Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « **fait trop de publicité** » :

- Non vacciné (70 %)
- Vacciné il y a plus de 12 mois (43 %)
- Habite la RMR de Québec (36 %)
- 35 à 54 ans (32 %)
- Diplômé du collégial (27 %)
- Questionnaire en français (23 %)

Plus de six adultes québécois sur dix (66 %) considèrent que la quantité de publicités concernant la vaccination contre la COVID-19 produites par le gouvernement du Québec est adéquate.

D'un autre côté, 22 % des répondants estiment que le gouvernement du Québec **en fait trop**. C'est particulièrement le cas des 35 à 54 ans, dont la proportion est près de trois fois plus élevée que chez les 55 ans ou plus (32 % contre 12 %).

Proportion de réponses « **trop de publicité** » selon l'âge



A decorative background on the right side of the page featuring a network diagram. It consists of numerous small, semi-transparent teal and grey circular nodes connected by thin, light teal lines, creating a complex web-like structure. The nodes vary in size and some are highlighted with a white border.

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 1 062 répondants (849 provenant du panel Or et 212 provenant du panel externe), répartis de la façon suivante :

Strate	Ensemble	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
Questionnaires remplis	1 062	132	526	404

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 19 au 21 décembre 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 32,6 % pour le panel Or et de 7,5 % pour le panel externe.

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	2 741	Désabonnement	3
Nombre d'entrevues visées	0	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 105
Invitations envoyées (A)	2 607	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	35	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'usager dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	850	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)	850	Courriel invalide (usager@)	3
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	38	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	74	Unité inexistante totale (E)	3
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	42,4 %
Abandon durant le questionnaire	140	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	76,9 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	32,6 %

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	3 302		Désabonnement	0
Nombre d'entrevues visées	0		Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES			UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	263
Invitations envoyées (A)	3 302		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'usager dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE			Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	212		Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	32		Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	3		UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	247		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	1		Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE			TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	8,0 %
Abandon durant le questionnaire	15		TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	93,9 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0		TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	7,5 %

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.

Données de population utilisées : recensement de 2021.

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

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

MARGE D'ERREUR

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

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

L'effet de plan apparaît lorsque les questionnaires remplis ne sont pas répartis proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants. Par exemple, au tableau de la page suivante, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 892 ($1\ 062 \div 1,191$).

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

	Région			
	Ensemble	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1062	132	526	404
EFFET DE PLAN	1,191	1,377	1,156	1,180
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,7 %	2,0 %	0,9 %	1,1 %
95 % ou 5 %	1,4 %	4,4 %	2,0 %	2,3 %
90 % ou 10 %	2,0 %	6,0 %	2,8 %	3,2 %
80 % ou 20 %	2,6 %	8,0 %	3,7 %	4,2 %
70 % ou 30 %	3,0 %	9,2 %	4,2 %	4,9 %
60 % ou 40 %	3,2 %	9,8 %	4,5 %	5,2 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,3 %	10,0 %	4,6 %	5,3 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





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

Dose de rappel

(Les fêtes arrivent vite)

Ministère du Conseil exécutif

/*Population cible : ensemble des adultes québécois */

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.

->>calCON

Q_MP *Mot de passe _____
Q_PID *ID Fournisseur externe _____ *

/*Description des strates:
1=Panel Or
997=Fournisseur externe*/

Q_sicalCON si strate=1->A1
->>CON

Q_siCON si q#PID=1->OUT /*Test logique à modifier*/
->>AGEGRP2EXT

Q_AGEGRP2EXT À quel groupe d'âge appartenez-vous?

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

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

- 1=Aucun
- 2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)
- 3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)
- 4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)

5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)
7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat
8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)
9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)
10=Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)
90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_EXTRMR Dans quelle région habitez-vous?

2=Grande région de Montréal (Île de Montréal; Laval et la couronne nord; couronne sud)
1=Grande région de Québec (ville de Québec et villes en périphérie; Rive-Sud, incluant Lévis et les villes en périphérie de Lévis)
3=Ailleurs au Québec
4=Je n'habite pas au Québec->out

Q_sicalFL si (q#AGEGRP2EXT=5,6,7,8 et strate=997)->OUT
->>calquot si (q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=4,5,6,7,8,9,10,90,99 et strate=997)->OUT

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

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

Q_sicalout1 si quota1 atteint->FINQUOTA
->>A1

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

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

1=Oui
2=Non->Perm

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>>

/*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_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=1,6
*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.)
5=Sur des panneaux d'affichage
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 fêtes*/

/*Note

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

/*Tous

Notoriété assistée - Message vidéo « Vaccination fêtes » (format 30 secondes, FR)*/

Q_inPerm

Permutation Bloc1=q#calB1, q#B2 (après=q#B3)

Q_sicalB1
->>Dern1

si langue=F->B1

Q_B1

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le visionner au complet.

/*MCE_vaccination_fetes_TV_FR_MCE22-028-T30F_Appro.mp4*/
/*



*/

((V 709fddb3181ae0c1f9/95c94f680499da5c))

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

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

1=Oui
2=Non
7=*J'ai un problème technique, je ne peux pas voir la vidéo->Dern1

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

/*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_inDern1 Suivant de q#calB1 dans Bloc1

/*Tous Notoriété assistée – 1 message radio (30 sec. / Radio et radio numérique / FR+AN)*/

Q_B2 Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter au complet.

/*Fr et ang : MCE_Vaccination Fêtes_30s_FR_Appro Mix et MCE_Vaccination Fêtes_30s_ENG_Appro Mix*/

((A FETESFR))

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

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique, je ne peux pas entendre le message

Q_inDern2 Suivant de q#B2 dans Bloc1

/*Tous Notoriété assistée – Visuels (F+A)*/

Q_B3 Voici des visuels diffusés au cours des dernières semaines.

Cliquez sur les images pour les agrandir

/*FR : insérer les visuels « 81225-3_MCE_VaccNoël_Bannières_FR_300x250.gif » et « 81225-3_MCE_VaccNoël_Hebdos_FR_3,625x5_appro.pdf »



EN : insérer les visuels 81225-3_MCE_VaccNoël_Bannières_EN_300x250.gif et « 81225-3_MCE_VaccNoël_Hebdos_EN_3,625x5_appro.pdf »

/*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*/



((M VACCFR.GIF, SM-4))((M NOELFR.PNG, SM-4))

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

1=Oui
2=Non

/*Section C Compréhension et appréciation de la campagne Vaccination des fêtes*/

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 C2g en rotation*/

Q_inrotC2 rotation=q#C2a, q#C2b, q#C2c, q#C2d, q#C2e, q#C2f, q#C2g (après=q#calE3)
Q_C2a Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants.

*format matriciel
*pasdelegende

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 contre la COVID-19
*format matriciel

Q_C2c Cette campagne attire mon attention
*format matriciel

Q_C2d Cette campagne me fait prendre conscience de l'importance de la vaccination contre la COVID-19
*format matriciel

/*Légende

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

Q_C2e *format matriciel	Je me sens personnellement interpellé(e) par cette campagne
Q_C2f *format matriciel	Cette campagne me fait réfléchir aux risques de la COVID-19
Q_C2g *format matriciel	Cette campagne m'incite à prendre rendez-vous pour me faire vacciner contre la COVID-19 à temps pour les fêtes?
/*Note	Poser Q_E3 si Q_B1=1 ou Q_B2=1 ou Q_B3=1 sinon, poser Q_F3*/
Q_sicalE3 ->>F3	si (q#B1=1 ou q#B2=1 ou q#B3=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...? 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 depuis le 15 août 2022? 1=Oui->F2b 2=Non 9=*Je préfère ne pas répondre
/*Note	Poser Q_F2a si les gens n'ont pas été vaccinés depuis le 15 août (Q_F1=2 ou 9). Sinon, envoyer à Q_F2b*/
Q_F2a	Quand avez-vous reçu votre dernière dose de vaccin contre la COVID-19? 1=Dans les 6 derniers mois 2=Il y a 7 à 12 mois 3=Il y a plus de 12 mois 95=Jamais/Je n'ai pas été vacciné 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_F2b	Avez-vous eu la COVID-19 depuis le 15 août 2022?

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

Q_E4 Avez-vous l'intention de participer à des rassemblements pendant la période des fêtes?

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

/*Note Poser les sociodémographiques au besoin (cf Yannick)

Scolarité, taille du ménage, enfants 18 ans ou moins, propriétaire ou locataire, langue maternelle, sexe, code postal, RMR, âge */

/*Note Poser les sociodémographiques seulement si nécessaire*/

Q_sicalAGE
->>AGEGRP2 si strate=997->putAGEp1

Q_inputAGEp1
->>calSE5 q#AGEGRP2=q#AGEGRP2EXT
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_sicalSE5
->>putSE5p3 si strate=1->putSE5

Q_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS')

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

Q_SE5JRS *Input* _____

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

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

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

/*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=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')

Q_sicalSE6p1 si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<182 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc))>SE6 /*Si donnée vieille > 6 mois pour SE6*/
 ->>calSE6p2

Q_SE6JRS *Input* _____

Q_VALSE6 *Autocomplété*
 1=1
 2=2
 3=3
 4=4
 5=5 ou plus
 9=Je préfère ne pas répondre

Q_incalSE6p2 q#SE6=q#valSE6
 ->>calSE7x

Q_SE6 Au total, ((g **combien de personnes**)) habitent chez vous en vous incluant?
 Compter aussi les enfants qui habitent chez vous, que ce soit en permanence ou de temps en temps (ex. : en garde partagée).

1=1
 2=2
 3=3
 4=4
 5=5 ou plus
 9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalse7X si q#SE6=1,9->>calSE13
 ->>SE7X

Q_SE7X De ces personnes, y a-t-il des enfants (personnes de ((g **moins de**)) 18 ans)?

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*

9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE13 si strate=997->SE13
->>putSE13

Q_inputSE13 q#SE13JRS=input('SE13JRS') et q#SE13=input('SE13')

Q_sicalSE13p1 si (q#SE13JRS=blanc ou q#SE13JRS>365)->SE13
->>calS7a

Q_SE13JRS *Input* _____
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->putSE12
->>S7a
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
*choixminmax=1,3

1=Anglais
2=Français
90=Autre

Q_sicalSE12 si strate=997->SE12
->>putSE12

Q_inputSE12 q#SE12=input('SE12')
->>FIN /*Panel Or*/
Q_SE12 Quel est votre sexe à la naissance?

1=Masculin
2=Féminin

Q_sicalRMR si strate=997->EXTCP
->>FIN

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

((F RED <AVRTCP>))

*facultatif
*codepostal
*soumettre
*confidentiel

<< _____ [ex. : G1G]>>

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

/*Légende

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

Q_incalAVRT1 q#AVRTCP=1
->>EXTCP

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

->>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=MCECOVIDD22NBK
FICHER=FMCECOVIDD22NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P22715NBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\Users\gthibodeau\Documents\Projets\P22715MCECOVIDNBK\pw22715nbk\
IMAGES=C:\Users\gthibodeau\Documents\Projets\P22715MCECOVIDNBK\IMG\
MODELES=C:\Users\gthibodeau\Documents\Projets\P22715MCECOVIDNBK\Modeles6p22715\
DEBUT=calCON
EFFACER=Oui
EMAIL=pw22715@web.som.ca
ESPACE=5,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=7
PRECEDENT=Oui
TITRE=Sondage
TESTESTRATE=NON
STATS=jthirez
SEUIL=20
ARGUMENTS=(pid,PID)
Siquota4=oui
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*