



Transports
Québec 

Efficacité publicitaire de la campagne de sensibilisation à la sécurité routière dans les zones de chantiers et de travaux routiers 2011

Dossier 79045-021 Octobre 2011

Leger
MARKETING

L'intelligence Marketing

Léger
MARKETING

- Léger Marketing est la plus importante firme de recherche marketing et de sondages à propriété canadienne avec plus de 600 professionnels travaillant à ses bureaux au Canada et aux États-Unis.
- Léger Marketing est le partenaire nord-américain du plus important réseau mondial de recherche Worldwide Independent Network (WIN) of Market Research.



WIN
Worldwide
Independent Network
Of Market Research



Canada

Montréal

Québec

Toronto

Ottawa

Edmonton

Calgary

États-Unis

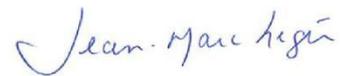
Philadelphie, PA

Denver, CO

Tampa, FL

**La plus importante
firme de recherche
marketing et de sondages
à propriété canadienne**

Nous sommes fiers de vous présenter ce rapport de recherche qui a été réalisé selon les normes rigoureuses de qualité de notre entreprise et de l'Association canadienne de recherche et d'intelligence marketing (ARIM). Nous sommes persuadés que cela répondra à vos préoccupations et nous espérons avoir le privilège de vous servir de nouveau dans un avenir rapproché.



Jean-Marc Léger
Président

TABLE DES MATIÈRES



<u>Le contexte et les objectifs</u>	7
<u>La méthodologie</u>	11
<u>Les faits saillants</u>	16
<u>L'analyse détaillée des résultats</u>	26
<u>1. L'évaluation de la campagne publicitaire</u>	27
1.1 Les messages radiophoniques	28
1.1.1 La notoriété des messages radiophoniques	29
1.1.2 L'appréciation des messages radiophoniques	30
1.1.3 La compréhension des messages radiophoniques	31
1.1.4 L'efficacité perçue des messages radiophoniques	32
1.2 La campagne d'affichage	33
1.2.1 La notoriété des affiches et des panneaux numériques	33
1.2.2 L'efficacité perçue des affiches et des panneaux numériques	35
1.3 Les chroniques MétéoMédia	36
1.4 Le lien sur le portail Internet Cyberpresse	37
1.5 Le service Québec 511 Info Transports	38
1.5.1 La notoriété de Québec 511 Info Transports	38
1.5.2 L'utilisation de Québec 511 Info Transports	39
1.5.3 La contribution des différents volets de la campagne quant à la notoriété de Québec 511 Info Transports	42
1.6 La notoriété de l'Opération Orange	43
1.7 La notoriété de l'augmentation des amendes dans les zones de chantiers routiers	44
1.8 Les impacts de la campagne publicitaire	45

TABLE DES MATIÈRES



<u>2. L'adéquation des limites de vitesse permises dans les zones de travaux et de chantiers routiers et la visibilité des signaleurs</u>	<u>47</u>
2.1 L'adéquation des limites de vitesse permises dans les zones de travaux et de chantiers routiers	48
2.2 La visibilité des signaleurs	49
<u>3. Les perceptions des conducteurs à l'égard des comportements et des risques dans les zones de chantiers et de travaux routiers</u>	<u>50</u>
3.1 Les comportements délinquants observés	51
3.2 La perception à l'égard du respect des limites de vitesse	52
3.3 Les motifs sous-jacents aux excès de vitesse	53
3.4 La perception du risque en situation d'excès de vitesse	55
<u>4. L'importance des communications</u>	<u>58</u>
4.1 L'importance de la campagne	59
4.2 Les moyens à privilégier pour inciter les conducteurs à respecter les limites de vitesse	60
<u>Le profil des répondants</u>	<u>63</u>
<u>Annexes</u>	<u>66</u>

CONTEXTE ET OBJECTIFS



contexte
objectifs
objectifs



CONTEXTE ET OBJECTIFS

8

La campagne publicitaire

Encore aujourd'hui, le comportement des conducteurs est en cause dans la majorité des accidents qui surviennent dans les zones de chantiers routiers. C'est pourquoi le ministère des Transports diffuse jusqu'au 16 octobre 2011 une campagne de sensibilisation pour rappeler aux conducteurs les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent dans les zones de chantiers, particulièrement cet été, alors qu'on estimait à 1 645 le nombre de chantiers, ce qui se traduit par la présence de près de 54 000 travailleurs sur nos routes.

Ainsi, à partir du 20 juin, une publicité a été diffusée sur les principaux réseaux de télévision. Le concept évoque les conséquences dramatiques que peut entraîner un excès de vitesse dans une zone de chantiers routiers où l'on trouve des signaleurs et des travailleurs. De plus, des publicités radiophoniques ont été diffusées partout au Québec pour inciter les conducteurs à faire preuve de prudence lors de leurs déplacements dans une zone de chantiers routiers ainsi qu'à respecter la limite de vitesse affichée et les consignes du signaleur. Dans cette optique, de l'affichage était également visible aux abords des chantiers routiers tout au long de l'été. La campagne comporte aussi des liens texte sur le Web afin d'inciter les usagers du réseau routier à planifier leurs déplacements pour mieux composer avec les entraves en consultant le site quebec511.gouv.qc.ca. Enfin, une journée de surveillance accrue appelée Opération Orange a eu lieu sur les chantiers routiers du Québec le 16 juin 2011.

Le tableau de la page suivante présente les éléments de la campagne. Soulignons que dans le cadre de cette étude, seuls les éléments suivants ont été évalués : les publicités radiophoniques, les chroniques télévisées diffusées à MétéoMédia, le lien texte sur le site de Cyberpresse, les panneaux routiers et les panneaux à affichage numérique.



CONTEXTE ET OBJECTIFS

9

La campagne publicitaire - suite

Publicités

Publicités radiophoniques

- 3 messages de 30 secondes
- 120 à 300 PEB/semaine (200 PEB en moyenne)



- « Enfant »: français / anglais
- « Excuse »: français / anglais
- « Convalescence »: français / anglais

Chroniques télévisées diffusées à MétéoMédia

- Marché francophone : Chroniques sur les travaux routiers présentées le matin du lundi au vendredi
- Commandite



Lien texte sur Internet

(« Travaux routiers Québec 511 »)

- 1 lien sur le site de Cyberpresse
- 1,2 million d'impressions par jour



Publicités

Panneaux routiers

- 3 exécutions, aux abords des chantiers routiers



Panneaux à affichage numérique

- Messages aux abords des chantiers routiers

« Dans les zones de chantiers, gardez une distance sécuritaire. »

« À l'approche d'un chantier, surveillez les panneaux orange. »

« Pour savoir où sont les entraves, consultez Québec 511. »

**PANNEAUX À
AFFICHAGE
NUMÉRIQUE**



CONTEXTE ET OBJECTIFS

10

L'étude



Le ministère des Transports du Québec a mandaté Léger Marketing afin d'évaluer les composantes de la campagne décrites précédemment.

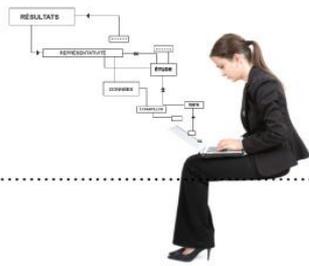
Cette étude visait, entre autres, à évaluer les éléments suivants :

- la notoriété de chacune des publicités et de la campagne publicitaire 2011;
- le niveau d'appréciation;
- la compréhension des messages radiophoniques « Enfant », « Excuse » et « Convalescence »;
- l'impact de la campagne sur les comportements personnels de conduite des répondants tel que perçu par ceux-ci;
- la notoriété de l'Opération Orange;
- la notoriété et le taux d'utilisation du service Québec 511;
- les perceptions et les comportements des automobilistes en matière de conduite et de sécurité dans les zones de travaux routiers relativement à la vitesse et aux comportements délinquants.

Les résultats de 2011 sont comparés avec ceux obtenus dans les années antérieures, lorsqu'applicables (2008, 2009 et 2010).

Lorsque pertinent, les résultats présentés prennent en compte l'exposition des répondants aux publicités.





MÉTHODOLOGIE

12

**Étude réalisée
auprès de 1000
conducteurs par
sondage
téléphonique.**

La population à l'étude

La population à l'étude est composée de Québécois âgés de 16 ans et plus, détenteurs d'un permis de conduire valide au Québec et ayant traversé, à titre de conducteurs, au moins une zone de chantiers routiers le long des autoroutes ou des grands axes routiers du Québec depuis le mois de juin 2011. De plus, les répondants devaient pouvoir s'exprimer en français ou en anglais. Des quotas minimaux ont été fixés afin de s'assurer d'un nombre suffisant de répondants en fonction des régions (400 Montréal RMR, 300 Québec RMR et 300 autres régions). Le taux d'incidence est de 70%.

Au total, l'échantillon est composé de 1000 répondants. Il a été tiré aléatoirement à l'aide du logiciel Échantillonneur Canada de la firme ASDE. Une sélection aléatoire du répondant à l'intérieur du ménage a ensuite été effectuée à partir de la technique de la date d'anniversaire.

L'instrument de mesure

Le questionnaire a été fourni par le client et révisé par Léger Marketing. Il a par la suite été traduit par Léger Marketing.

Le prétest

Avant de commencer la collecte officielle des données, un prétest téléphonique auprès de 15 personnes a été réalisé afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique et la compréhension des questions par les répondants.

La collecte des données

La collecte des données a été réalisée du 1^{er} au 18 septembre 2011. Les heures de collecte étaient entre 18 h et 21 h, en semaine, et entre 10 h et 17 h, le samedi. Les répondants ont pris, en moyenne, 13 minutes pour répondre au sondage.



MÉTHODOLOGIE

13

La formation des intervieweurs et le suivi de la collecte par sondage téléphonique

Les entrevues téléphoniques ont été réalisées par des intervieweurs expérimentés en collecte des données. Ces derniers ont reçu une formation approfondie de la part de la chargée de projet de Léger Marketing et du superviseur du centre d'appels dans le but de maîtriser parfaitement le questionnaire avant d'entreprendre la collecte des données. De manière plus précise, les sujets abordés lors de la formation des intervieweurs étaient la nature du sujet, les objectifs du sondage et l'explication de chacune des questions de manière détaillée.

Toutes les entrevues téléphoniques ont été réalisées et surveillées en continu au centre d'appels de Léger Marketing. Les superviseurs étaient présents en tout temps afin d'assurer le contrôle et la qualité des entrevues. L'écoute monitoring en cours de sondage a été effectuée de façon constante, avec surveillance simultanée des informations inscrites sur le fichier informatique. Les superviseurs contrôlaient ainsi non seulement la qualité de l'entrevue, mais aussi la bonne adéquation entre les réponses fournies et le code entré au fichier.

De manière à maximiser le taux de réponse, entre 5 et 10 rappels ont eu lieu à différents moments de la journée et de la semaine pour rejoindre une personne si la ligne était occupée, si on ne répondait pas ou si un répondeur était en fonction. Des rendez-vous ont été pris lorsque la personne préférait répondre à un autre moment. Ce nombre de rappels assure une meilleure représentativité de la population sondée.

Le taux de réponse et la précision statistique

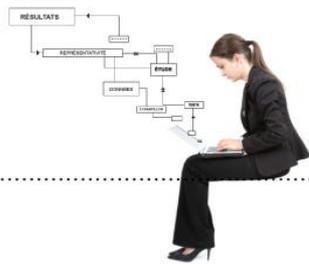
Le taux de réponse est de 26% et la marge d'erreur maximale est de +/- 3,3% en tenant compte de l'effet de plan (dans un intervalle de confiance de 95%, 19 fois sur 20). Le détail est présenté à la page suivante.

La pondération des données

Les données ont été pondérées en fonction de la distribution réelle de la population québécoise. Les variables utilisées pour la pondération sont le sexe, l'âge, la langue maternelle et la région de résidence (source : Statistiques Canada, 2006).

L'analyse des résultats

Pour chacune des variables à l'étude, les résultats sont présentés de manière globale ainsi que selon la méthodologie utilisée.



MÉTHODOLOGIE

14

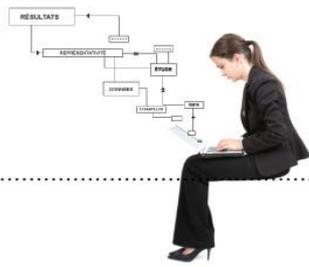
Marge d'erreur tenant compte de l'effet de plan

Marge d'erreur selon la proportion estimée avec un intervalle de confiance de 95%

	Nombre de répondants		Effet de plan
	absolu	pondéré	
Montréal RMR	400	467	Non applicable
Québec RMR	300	134	Non applicable
Autres régions	300	399	Non applicable
Échantillon total	1000	1000	
Proportion :	99% ou 1%		± 0,66%
	95% ou 5%		± 1,45%
	90% ou 10%		± 2,00%
	80% ou 20%		± 2,67%
	70% ou 30%		± 3,05%
	60% ou 40%		± 3,26%
Marge maximale (50%)			± 3,33%

Tableau de calcul du taux de réponse

EB. Échantillon de base	7477
NV. Numéros non valides	1391
Pas de service	1125
Non résidentiel	52
Numéro en doublon	4
Fax / modem / cellulaire / téléavertisseur	210
HE. Numéros hors échantillon	589
Langue étrangère	71
Quota atteint	6
Non admissibles (incapacité à compléter le sondage, décès, pas disponible, mauvais contact)	80
Aucune personne de 16 ans ou plus avec un permis de conduire	299
Moins de 16 ans	5
N'a pas conduit dans une zone de chantiers routiers	128
EF. Échantillon effectif	5497
Entrevues non complétées	4497
Refus	2616
Pas de réponse	375
Répondeur	715
Occupé	33
Incomplet	50
Rendez-vous fixé	708
CO. Entrevues complétées	1000
Taux de réponse estimé : (CO + HE) / (EB - NV)	26,1%



MÉTHODOLOGIE

15

Notes de lecture

Afin de faciliter la lecture de ce rapport, le lecteur est invité à prendre connaissance des informations suivantes :

- Dans les tableaux et les graphiques, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées.
- Le cas échéant, les totaux différents de 100% sont dus à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier.
- Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Par conséquent, les totaux à ces questions excèdent 100%.
- Les résultats dont le n est inférieur à 30 sont présentés à titre informatif seulement, étant donné le faible nombre de répondants que cela représente.
- La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.
- Pour chacune des questions, les résultats sont présentés de manière globale et, lorsque cela s'avère pertinent, en fonction de l'exposition publicitaire.
- Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude dans les tableaux, les proportions significatives supérieures sont identifiées en **bleu** et celles qui sont inférieures sont identifiées en **rouge**.
- Lorsque cela est pertinent, les résultats sont comparés avec ceux d'études antérieures : Léger Marketing (2010), Ad hoc (2009) et CROP (2008). Précisons que ces sondages étaient réalisés par téléphone. Lorsque des différences significatives sont observées entre les résultats de 2011 et ceux de 2010, elles sont indiquées par des flèches (↑ et ↓).
- Finalement, une comparaison des résultats de 2011 avec les Normes Léger Marketing est aussi effectuée. Ces normes sont construites à partir des sondages postcampagnes publicitaires réalisés au cours des cinq dernières années auprès d'entreprises privées, de ministères et d'organismes gouvernementaux. Elles sont actualisées une fois par année.



FAITS SAILLANTS



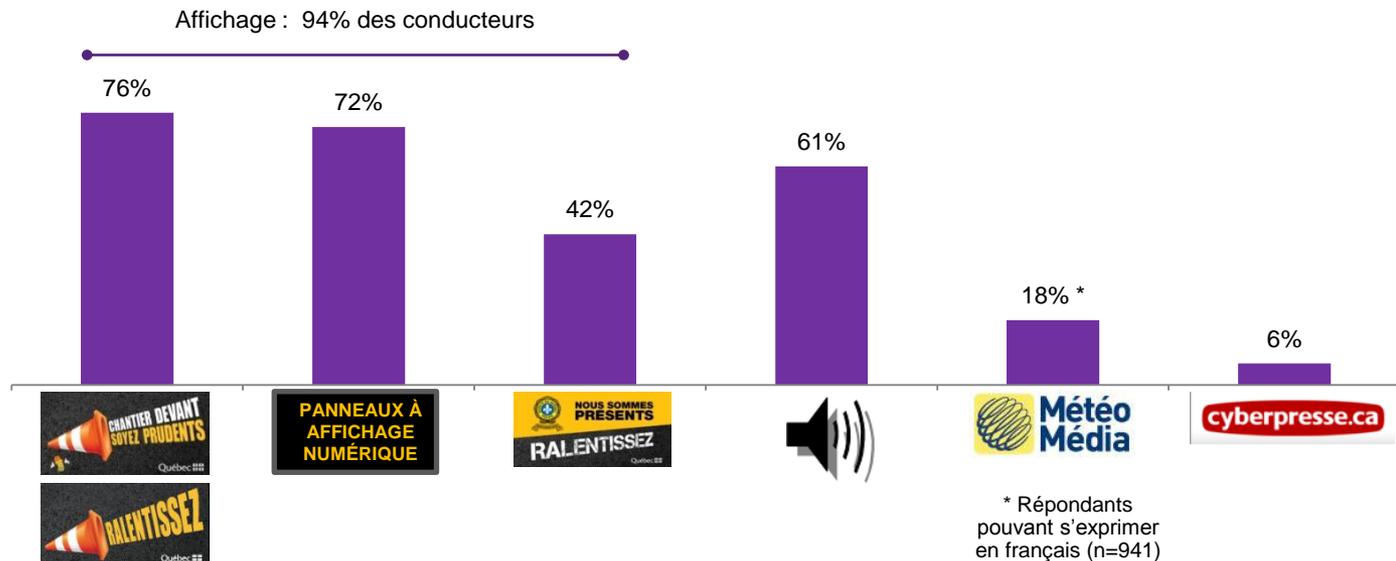
FAITS SAILLANTS

La notoriété de la campagne publicitaire

Une campagne publicitaire qui a rejoint presque tous les conducteurs québécois concernés.

- La quasi-totalité des conducteurs ciblés (97%) a été exposée à la campagne de sensibilisation à la sécurité routière dans les zones de chantiers et de travaux routiers en 2011. Rappelons que la cible est constituée des conducteurs québécois ayant traversé une zone de chantiers routiers depuis juin 2011.
- L'affichage (94%) et la radio (61%) demeurent les principaux médias par lesquels les conducteurs ont été exposés à la campagne.

Notoriété assistée des éléments de la campagne publicitaire 2011
% de conducteurs exposés (n=1000)





FAITS SAILLANTS

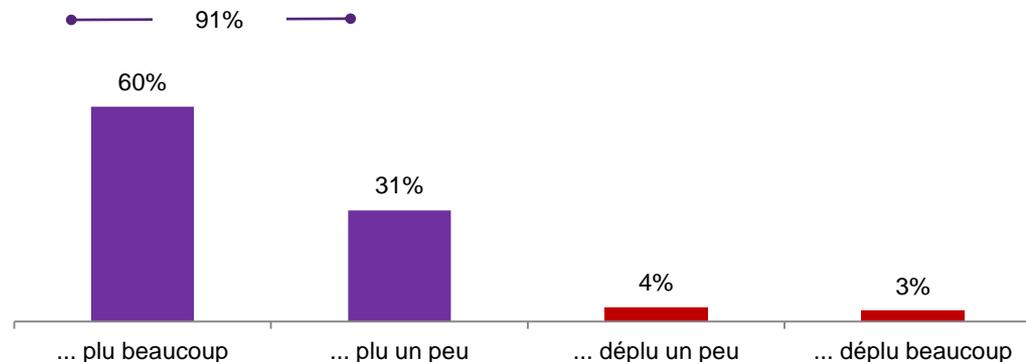
18

L'appréciation des publicités radiophoniques et la compréhension du message

Les publicités radiophoniques ont été largement appréciées et leur message est bien compris.

- Parmi les auditeurs radio, 91% ont apprécié les publicités radiophoniques.
- Le message véhiculé a été bien compris. De fait, 66% des conducteurs ont mentionné que le message concerne le respect des limites de vitesse dans les zones de chantiers. D'autres éléments en lien avec l'essence de la campagne publicitaire ont été cités tels que l'importance de faire attention aux travailleurs des chantiers routiers (14%) et d'adopter des comportements de conduite sécuritaire (12%).

Dans l'ensemble, diriez-vous que cette publicité radio (ou celles similaires) vous a... ?
- Répondants ayant écouté la radio au cours des 3 derniers mois (n=867) -





FAITS SAILLANTS

La notoriété et l'utilisation du service Québec 511 Info Transports

Le service Québec 511 Info Transports est de plus en plus connu. De fait, il a fait un gain de notoriété considérable (de 69% en 2010 à 77% en 2011).

- Plus des trois quarts des conducteurs interrogés (77%) connaissent le service Québec 511 Info Transports, soit un résultat en hausse de huit points de pourcentage par rapport à 2010.
- Plus précisément, 12% des conducteurs connaissent et ont utilisé ce service spécifiquement pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers au cours des derniers mois. Ces utilisateurs sont proportionnellement plus nombreux parmi les personnes âgées de 25 à 34 ans (20%).
- Le site Internet est le moyen d'y accéder le plus populaire (8% de l'ensemble des conducteurs).
- Environ quatre utilisateurs sur dix ont eu recours à ce service au moins occasionnellement pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers, mais on remarque qu'il est utilisé plus régulièrement pour les déplacements inhabituels et de longue distance.
- Par ailleurs, 72% des utilisateurs affirment avoir modifié leur itinéraire ou leurs heures de déplacement après avoir consulté les informations sur les entraves causées par les travaux routiers par le biais de Québec 511 Info Transports.

Q15 et Q16. Taux de notoriété et d'utilisation du service Québec 511 *

- Résultats reportés sur l'ensemble des répondants -

	2011 (n=1000)
Connaît et utilise Québec 511 pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers	12%
Utilise le site Internet	8%
Utilise le service téléphonique	5%
Utilise l'application sur un téléphone intelligent	1%
Connaît, mais n'utilise pas Québec 511 pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers	65%
Ne connaît pas Québec 511	23%

* Q16. Au cours des derniers mois, avez-vous utilisé le service Québec 511 Info Transports pour vous informer sur les entraves causées par les travaux routiers ? Si oui, dites-moi si vous avez utilisé le service téléphonique, le site Internet et/ou l'assistant numérique de poche (iPhone, BlackBerry, Palm, Android).



FAITS SAILLANTS

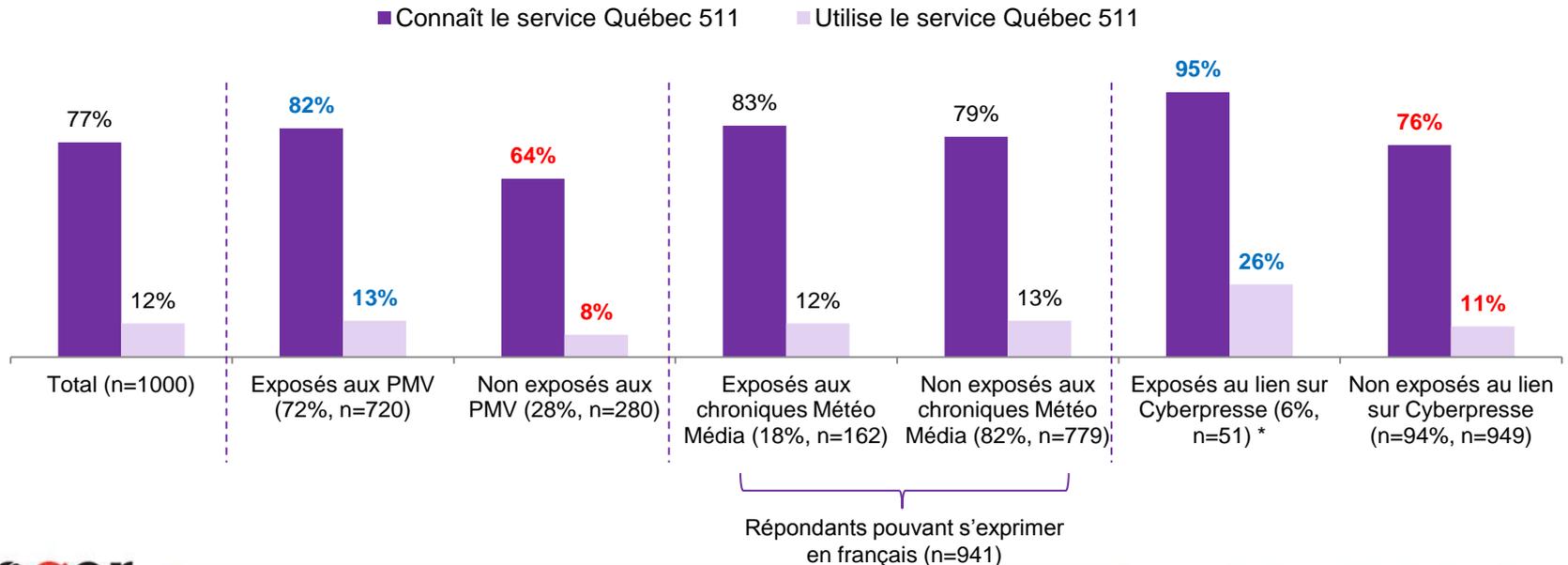
La notoriété et l'utilisation du service Québec 511 Info Transports - suite

Des publicités qui contribuent à faire connaître le service Québec 511 Info Transports.

Au regard des résultats présentés dans le graphique ci-dessous, on constate que les personnes ayant été exposées aux éléments publicitaires faisant la promotion du service Québec 511 Info Transports sont plus susceptibles de connaître et utiliser ce service.

Les panneaux à affichage numérique et le lien sur Cyberpresse ont été d'autant plus efficaces pour promouvoir ce service. Toutefois, rappelons que les panneaux à affichage numérique ont une portée largement supérieure.

Q15 et Q16. Taux de notoriété et d'utilisation du service Québec 511
 - Résultats reportés sur l'ensemble des répondants (n=1000) -



* Ce résultat doit être interprété comme une tendance étant donné le faible nombre de répondants (n=51).



FAITS SAILLANTS

21

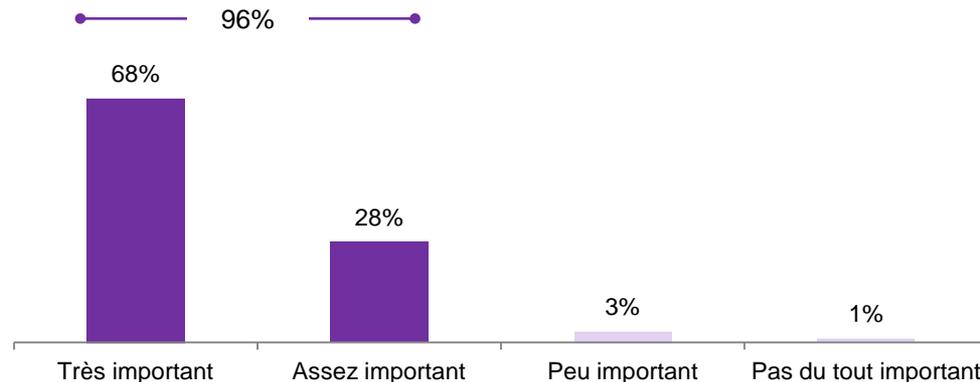
L'importance de la campagne publicitaire

La sécurité routière dans les zones de chantiers routiers est un enjeu important aux yeux des conducteurs.

De fait, presque tous les conducteurs interrogés reconnaissent l'importance d'une campagne promouvant l'adoption de comportements sécuritaires.

- La quasi-totalité des conducteurs interrogés (96%) estime qu'il est assez (28%) ou très important (68%) de diffuser une campagne publicitaire pour rappeler aux usagers de la route les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent pendant la période des chantiers routiers.

L'importance de diffuser une campagne publicitaire pour rappeler aux usagers de la route les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent pendant la période des chantiers routiers
- Tous les répondants (n=1000) -





FAITS SAILLANTS

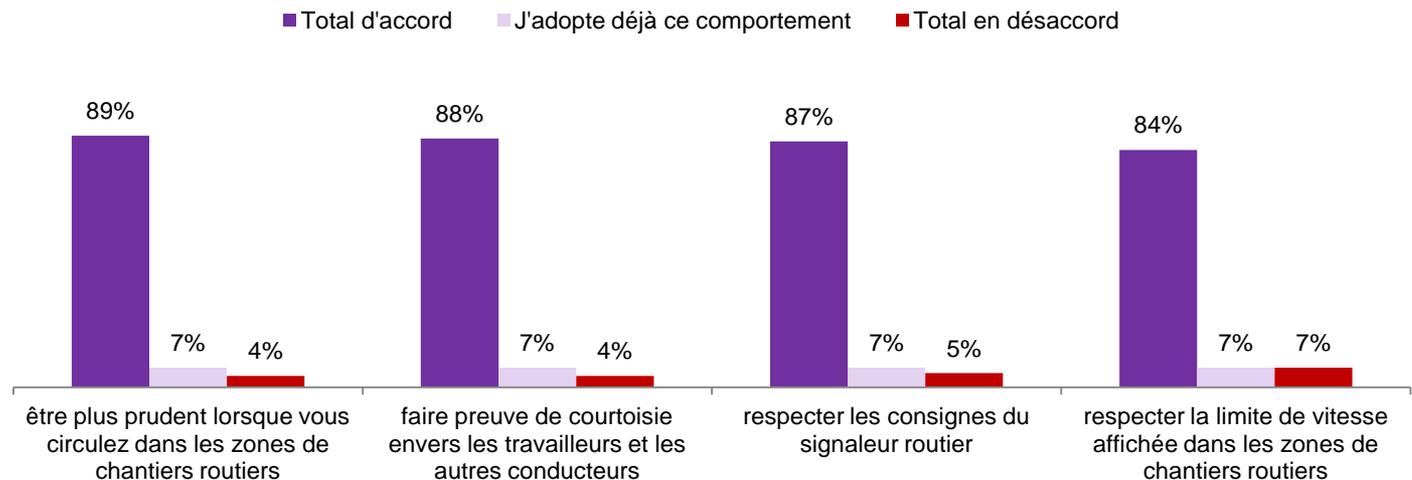
Les impacts de la campagne publicitaire

Les conducteurs reconnaissent que la campagne a eu des impacts positifs sur leurs propres comportements dans les zones de chantiers routiers.

- Parmi les conducteurs exposés à la campagne publicitaire, plus de huit sur dix sont d'avis que la campagne les a personnellement amenés à modifier certains de leurs comportements au volant dans les zones de chantiers routiers tel que l'illustre le graphique ci-dessous.

Cette campagne publicitaire vous a personnellement amené à ... ?

- Conducteurs exposés à la campagne (n=965) -





FAITS SAILLANTS

23

L'efficacité perçue des publicités radiophoniques et de l'affichage

Les publicités radiophoniques et l'affichage sont des moyens efficaces pour sensibiliser les conducteurs à la prudence dans les zones de chantiers routiers.

- Selon les personnes se souvenant avoir été exposées aux publicités, la campagne d'affichage serait un moyen d'autant plus efficace (75% assez ou très efficace) pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers.
- La campagne radio est également jugée efficace (67% assez ou très efficace).

Efficacité perçue des publicités radio / de l'affichage pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers

	Campagne radio (Exposés à la campagne radio, n=589)	Campagne d'affichage (Exposés à la campagne d'affichage, n=935)
Très efficace	67% 16%	75% 21%
Assez efficace	52%	54%
Peu efficace	26%	22%
Pas du tout efficace	6%	3%



FAITS SAILLANTS

24

Autres éléments évalués

L'Opération Orange et l'augmentation des amendes dans les zones de chantiers routiers

- L'Opération Orange a rejoint 25% des conducteurs interrogés en 2011, soit un résultat comparable à celui de 2010 (28%).
- Par ailleurs, 64% des répondants savaient que, depuis le 10 mars 2011, les amendes sont doublées pour quiconque dépasse la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers. Cette proportion grimpe à 81% parmi les conducteurs qui avaient entendu parler de l'Opération Orange tenue en 2011.
- Soulignons que les hommes semblent avoir été davantage rejoints par ces mesures. De fait, 33% des hommes ont entendu parler de l'Opération Orange (contre 16% pour les femmes) et 74% étaient informés de l'augmentation des amendes dans les zones de chantiers routiers (contre 53% pour les femmes).

La visibilité des signaleurs

- Dans l'ensemble, 87% des répondants estiment que la veste portée par les signaleurs dans les zones de chantiers routiers rend ces travailleurs suffisamment visibles pour les conducteurs.

La perception à l'égard du respect des limites de vitesse

- Selon ce qu'ils ont pu voir au cours des derniers mois, 82% des répondants estiment que les conducteurs réduisent leur vitesse dans les zones de chantiers routiers. Toutefois, seulement 16% affirment que les conducteurs ralentissent à la limite de vitesse affichée.

La perception du risque en situation d'excès de vitesse

- Les conducteurs ont été invités à évaluer quel serait le niveau de risque pour leur sécurité, celle des autres conducteurs et des travailleurs de chantiers routiers s'ils dépassaient la limite de vitesse. Dans l'ensemble, 86% des conducteurs considèrent que les risques seraient plutôt élevés (50%) ou très élevés (36%).



CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

25

- ❖ En 2011, tout comme l'an passé, la campagne a rejoint la quasi-totalité des conducteurs ciblés et a certes été efficace pour les inciter à la prudence dans les zones de chantiers et de travaux routiers. En effet, plusieurs affirment avoir personnellement modifié leurs comportements après y avoir été exposés, notamment en faisant preuve d'une plus grande prudence et de courtoisie, en respectant la limite de vitesse et les consignes du signaleur.
- ❖ Par rapport à 2010, les conducteurs attribuent moins les excès de vitesse dans les zones de chantiers routiers à l'inconscience des dangers. Notons que ce changement d'opinion est cohérent avec l'assise de la campagne qui consistait à démontrer les conséquences dramatiques qui peuvent résulter d'un excès de vitesse.
- ❖ Enfin, il semble important de maintenir les efforts de sensibilisation pour les raisons suivantes :
 - ✓ 96% des conducteurs reconnaissent l'importance d'une campagne de communication axée sur la sécurité dans les zones de chantiers routiers;
 - ✓ 14% des conducteurs ne reconnaissent toujours pas les risques reliés aux excès de vitesse dans les zones de chantiers routiers;
 - ✓ moins d'un conducteur sur dix (7%) affirme spontanément respecter les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers;
 - ✓ seulement 16% des répondants observent que les conducteurs ralentissent généralement à la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers.

2005	25%
2006	35%
2007	36%
2008	48%
2009	55%
2010	80%
2011	85%

2012 2013 2015

+40%

+10%

ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS



1. L'évaluation de la campagne publicitaire



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

28

1.1 Les messages radiophoniques Description des messages radiophoniques

Trois messages publicitaires ont été diffusés sur les ondes de la radio, en français et en anglais.



Dans le cadre du présent sondage, seuls les répondants ayant écouté la radio au cours des trois derniers mois (n=867, soit 88% de l'échantillon total) ont été invités à évaluer les messages publicitaires radiophoniques. Après avoir fait écouter un des trois messages aux répondants de manière aléatoire, des questions relatives à la notoriété assistée, à l'appréciation et à la compréhension des messages leur ont été posées. Ces résultats ont ensuite été reportés à l'ensemble de l'échantillon.

Description des messages radiophoniques	
« Enfant »	<p>« Comment explique-t-on à un enfant de cinq ans que son papa est mort parce qu'un conducteur n'a pas tenu compte des consignes de sécurité en traversant le chantier routier où son papa travaillait? Comment explique-t-on à un enfant de cinq ans que ce conducteur-là était trop pressé pour respecter la vitesse affichée? Comment expliquer ça à un enfant de cinq ans? »</p> <p>« Dans les zones de chantiers routiers, respectez la limite de vitesse affichée. Un message du gouvernement du Québec. »</p>
« Excuse »	<p>« Je n'ai pas d'excuse. J'ai vu les panneaux, mais comme je ne voyais pas de travailleurs, j'ai traversé le chantier routier sans ralentir. C'est là que j'ai frappé l'autre véhicule devant moi. Ça a cogné pas mal fort. J'ai vu la conductrice partir en ambulance. Je sais pas quoi dire, j'sais pas... »</p> <p>« Dans les zones de chantiers routiers, respectez la limite de vitesse affichée. Un message du gouvernement du Québec. »</p>
« Convalescence »	<p>« François va s'en tirer. Six mois de convalescence et ça devrait aller. François aimerait juste comprendre pourquoi. Pourquoi le conducteur qui l'a frappé sur le chantier routier où il travaillait n'a pas respecté les consignes du signaleur? Pourquoi avoir roulé comme si de rien n'était? Cloué à son lit d'hôpital, François voudrait juste savoir pourquoi. »</p> <p>« Dans les zones de chantiers routiers, respectez les consignes du signaleur. Un message du gouvernement du Québec. »</p>



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

29

La campagne radio a rejoint six conducteurs sur dix.

1.1 Les messages radiophoniques

1.1.1 La notoriété des messages radiophoniques

Parmi les personnes ayant écouté la radio au cours des trois derniers mois, 70% se souviennent avoir été exposés à au moins un des trois messages radiophoniques. Les répondants auxquels on a fait écouter le message « Enfant » sont proportionnellement plus nombreux que les autres à se souvenir avoir entendu cette publicité ou une autre variante sur le même thème à la radio (78%). **Si l'on rapporte ces résultats à l'ensemble des répondants, on constate que la campagne radio a rejoint 61% des conducteurs interrogés, soit un résultat légèrement inférieur à celui de 2010 (67%).**

À titre comparatif, un message radiophonique ayant un placement média de 200 à 300 PEB/semaine rejoint en moyenne de 20% à 25% des Québécois selon les normes de l'industrie selon Léger Marketing. Ainsi, la performance de la campagne radiophonique de 2011 demeure largement supérieure à la norme.

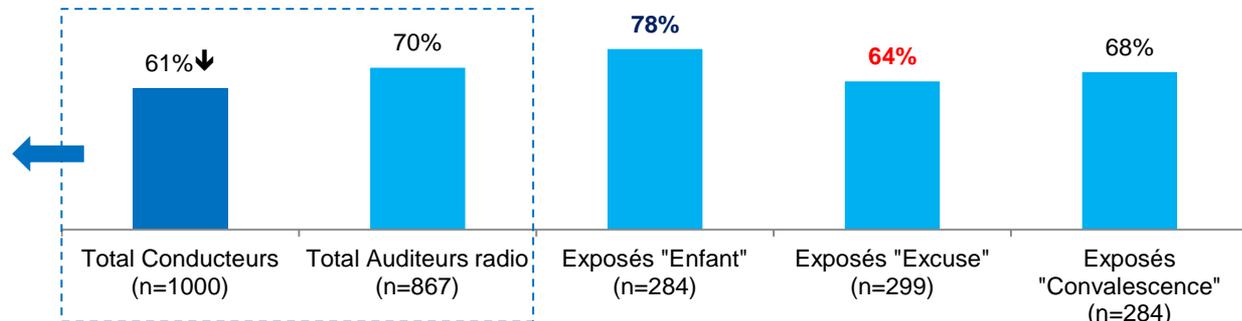


Le taux de notoriété de la campagne radiophonique est plus élevé parmi les sous-groupes suivants (70% des auditeurs):

- les conducteurs qui parcourent annuellement 20 000 km et plus (77%);
- les conducteurs ayant traversé plus de 50 fois une zone de chantiers routiers depuis le mois de juin dernier (76%);
- les personnes détenant un permis de conduire depuis 10 à 30 ans (75%);
- les travailleurs (73%).

Q22. Vous souvenez-vous avoir déjà entendu cette publicité ou une autre variante sur le même thème à la radio?

% OUI



2010 : 67% (LM, n=1000)
2009 : 48% (Ad hoc, n=1004)
2008 : 61% (CROP, n=1000)



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

30

La campagne radio a été appréciée par plus de neuf auditeurs sur dix.

1.1 Les messages radiophoniques

1.1.2 L'appréciation des messages radiophoniques

Les auditeurs radio se sont ensuite prononcés sur leur niveau d'appréciation des messages, et ce, qu'ils aient ou non été préalablement exposés à ceux-ci. On constate que 91% des auditeurs radio ont apprécié la campagne radio, soit une performance comparable à celle de 2010 (93%). Notons que 60% des répondants ont même affirmé que la ou les publicité(s) radio leur ont plu *beaucoup*.

À titre comparatif, l'appréciation moyenne d'un message radiophonique varie de 62% à 72% selon les normes de l'industrie selon Léger Marketing.*

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à avoir apprécié les publicités radio (91% des auditeurs) :

- les personnes qui avaient déjà été exposées à la campagne radio avant la tenue du sondage (94%);
- les résidents de régions autres que celles de Montréal et Québec (94%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (94%).

Q23. Dans l'ensemble, diriez-vous que cette publicité radio (ou celles similaires) vous a... ?

- Répondants ayant écouté la radio au cours des 3 derniers mois (n=867) –

	Total 2011 (n=867)	Total 2010 93%	Exposés à la campagne radio (n=589)
TOTAL plu	91%		94%
... plu beaucoup	60%		65%
... plu un peu	31%		29%
TOTAL déplu	7%		5%
... déplu un peu	4%		3%
... déplu beaucoup	3%		2%
Ne sait pas / Refus	2%		1%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

1.1 Les messages radiophoniques

1.1.3 La compréhension des messages radiophoniques

Q24. Selon vous, quel était le PRINCIPAL MESSAGE que l'on tentait de vous communiquer dans cette publicité radiophonique?

- Répondants ayant écouté la radio au cours des 3 derniers mois (n=867) -

Des messages radiophoniques bien compris, et ce, même à la première écoute.

Le respect des limites de vitesse, la vigilance à l'égard des travailleurs des chantiers routiers et l'adoption de comportements sécuritaires sont les principaux messages assimilés.

Plusieurs mentions spontanées possibles	Total (n=867)	Exposés (n=589)	Non exposés (n=262)
Respecter la limite de vitesse affichée (ralentir à la limite permise) dans les zones de chantiers routiers	66%	68%	60%
Faire attention aux travailleurs des chantiers routiers	14%	15%	12%
Adopter des comportements de conduite sécuritaires dans les zones de chantiers routiers	12%	13%	9%
Respecter les consignes du signaleur dans les zones de chantiers routiers	9%	9%	8%
Être prudent / faire attention / être vigilant sur la route (en général)	6%	6%	7%
Sensibiliser / faire réfléchir / faire prendre conscience / responsabiliser / culpabiliser (en général)	6%	6%	4%
Un accident, ça peut toucher beaucoup de monde / peut arriver à un proche	5%	4%	9%
Faire attention aux autres sur la route (en général) / vous n'êtes pas seul sur la route / risque de frapper / tuer une personne	4%	3%	4%
Ralentir / c'est dangereux d'aller trop vite / de ne pas respecter les limites de vitesse (en général)	3%	3%	4%
Il sera difficile de vivre avec un accident mortel sur la conscience / d'oser l'expliquer aux proches	2%	1%	2%
Être patient et courtois envers les travailleurs et les autres conducteurs	1%	1%	1%
Autres mentions	1%	1%	1%
Ne sait pas / Refus	1%	1%	3%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

32

1.1 Les messages radiophoniques

1.1.4 L'efficacité perçue des messages radiophoniques

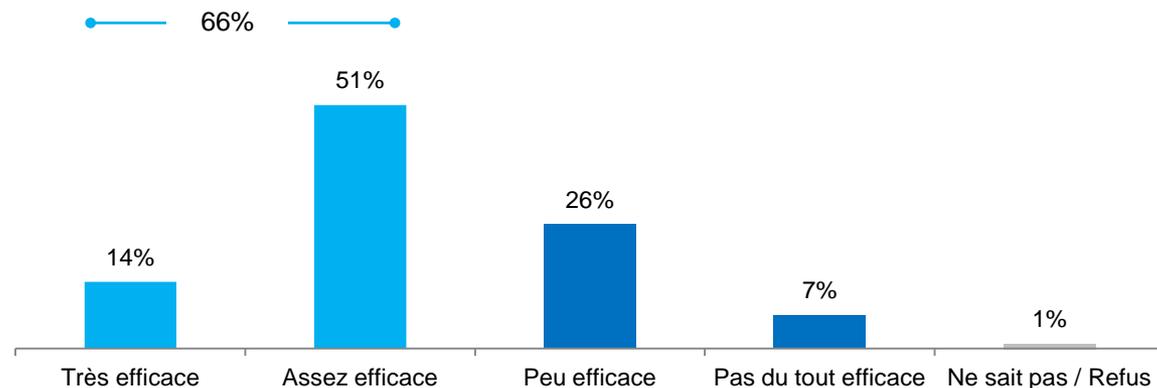
Les deux tiers des auditeurs estiment que les publicités radiophoniques sont efficaces pour amener les conducteurs à être prudents dans les zones de chantiers routiers.

Les auditeurs ont ensuite été invités à se prononcer sur l'efficacité des publicités radiophoniques pour amener les conducteurs à être prudents dans les zones de chantiers routiers. Ainsi, 66% sont d'avis que ces publicités sont efficaces. Ce résultat est similaire parmi les personnes qui ont préalablement été exposées à la campagne radio (67%).

Les auditeurs qui partagent cet avis sont plus particulièrement les femmes (73% contre 60% pour les hommes) et les personnes détenant un permis de conduire depuis neuf ans ou moins (75%).

Q25. Selon vous, cette publicité radio (ou celles similaires) est-elle un moyen très efficace, assez, peu ou pas du tout efficace pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers ?

- Répondants ayant écouté la radio au cours des 3 derniers mois (n=867) -





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

1.2 La campagne d'affichage

1.2.1 La notoriété des affiches et des panneaux numériques

La campagne d'affichage a rejoint plus de neuf conducteurs sur dix.

Dans l'ensemble, 94% des répondants ont remarqué la campagne d'affichage. Soulignons que la notoriété des affiches où figure un cône de signalisation (76%) a augmenté de dix points de pourcentage par rapport à 2010. Les panneaux à affichage numérique ont, quant à eux, été remarqués par 72% des conducteurs (diminution de 14 points de pourcentage). Finalement, l'affiche « *Nous sommes présents, ralentissez* » a été remarquée par 42% des conducteurs (diminution de huit points de pourcentage).

Q26, Q27, Q28. Au cours des derniers mois, avez-vous remarqué aux abords des chantiers ... ?

- Tous les répondants (n=1000) -

% OUI	2011 (n=1000)	2010 (LM, n=1000)	2009 (Ad hoc, n=491)
Notoriété totale de la campagne d'affichage	94%↓	96%	-
... des AFFICHES représentant un cône de signalisation orange servant de porte-voix avec l'inscription « Chantiers devant, soyez prudents » ou l'inscription « Ralentissez »	76%↑	66%	77%
... des AFFICHES jaune et noir avec l'inscription « Nous sommes présents, ralentissez » signalant une présence policière accrue	42%↓	50%	-
... des PANNEAUX À AFFICHAGE NUMÉRIQUE avec des conseils de sécurité (...)	72%↓	86%	-





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

34

1.2 La campagne d'affichage

1.2.1 La notoriété des affiches et des panneaux numériques - suite

Les sous-groupes suivants sont plus nombreux à avoir remarqué les éléments suivants :



(76% de l'ensemble)

- les conducteurs qui parcourent 20 000 km ou plus annuellement (81%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (81%).



(42% de l'ensemble)

- les conducteurs qui parcourent 20 000 km ou plus annuellement (53%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (51%);
- les hommes (48% contre 35% pour les femmes).



(72% de l'ensemble)

- les 16-34 ans (81%);
- les résidents de la région métropolitaine de Québec (81%);
- les conducteurs qui parcourent 20 000 km ou plus annuellement (80%);
- les conducteurs qui ont traversé plus de 50 fois une zone de chantiers routiers (78%);
- les conducteurs qui détiennent un permis de conduire depuis 10 à 30 ans (76%);
- les hommes (75%);
- les travailleurs (75%).



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

35

1.2 La campagne d'affichage

1.2.2 L'efficacité perçue des affiches et des panneaux numériques

Les trois quarts des personnes qui ont préalablement été exposées à la campagne d'affichage sont d'avis qu'elle est efficace pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers.

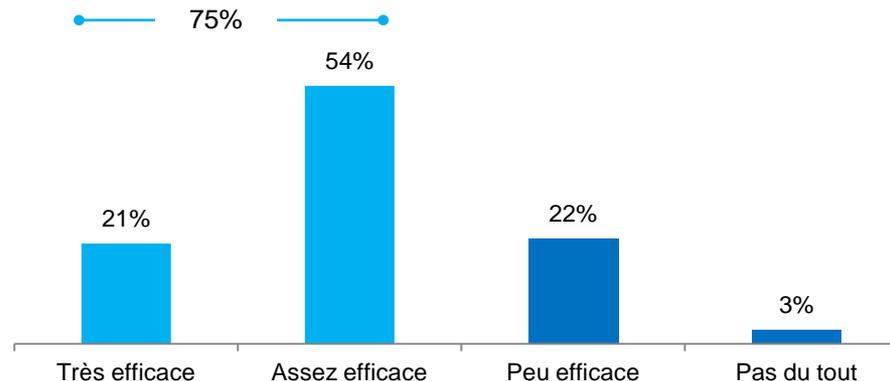
Les personnes ayant été préalablement exposées à la campagne d'affichage (94% de l'ensemble) ont été interrogées sur son efficacité pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers. Ainsi, 75% sont d'avis que la campagne d'affichage est assez (54%) ou très efficace (21%).

Les sous-groupes ci-dessous sont plus nombreux à partager cet avis (75% de l'ensemble) :

- les résidents de régions autres que celles de Montréal et Québec (82%);
- les non-francophones (82% contre 73% pour les francophones);
- les conducteurs qui parcourent annuellement moins de 10 000 km (80%);
- les personnes qui ont remarqué les panneaux à affichage numérique (77% contre 67% pour les autres).

Q29. Selon vous, la diffusion de conseils de sécurité sur ces affiches et ces panneaux électroniques le long des routes est-il un moyen très efficace, assez, peu ou pas du tout efficace pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers ?

- Répondants exposés à la campagne d'affichage (n=935) -





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

36

1.3 Les chroniques MétéoMédia

Les chroniques diffusées à MétéoMédia ont rejoint 18% des personnes pouvant s'exprimer en français.

Dans l'ensemble, 58% des répondants pouvant s'exprimer en français ont regardé la chaîne télévisée de MétéoMédia au cours des trois derniers mois. Parmi eux, 31% ont remarqué les chroniques sur les travaux routiers.

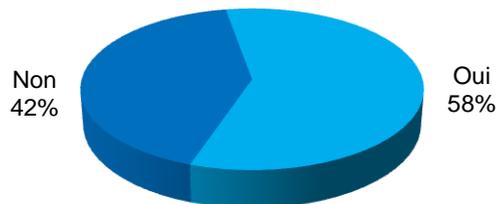
Si l'on rapporte ce résultat à l'ensemble, on constate que ce sont 18% des répondants qui ont remarqué ces capsules, soit un résultat comparable à celui de 2010 (21%).

Le taux de notoriété des chroniques est plus élevé parmi les sous-groupes suivants (18% de l'ensemble) :

- les conducteurs qui parcourent 20 000 km ou plus annuellement (23%);
- les résidents de régions autres que celles de Montréal et Québec (22%);
- les conducteurs détenant un permis de conduire depuis plus de 30 ans (21%);
- les hommes (20% contre 15% pour les femmes).

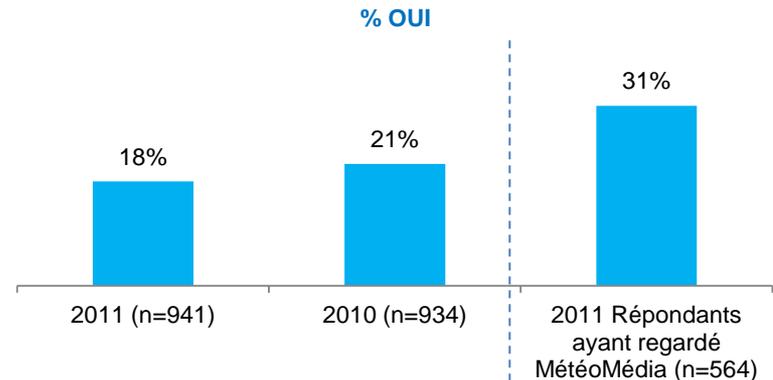
Q30. Avez-vous regardé la chaîne télévisée de MétéoMédia au cours des trois derniers mois ?

- Répondants pouvant s'exprimer en français (n=941) -



Q31. Au cours des derniers mois, avez-vous vu au moins une des chroniques de la programmation de MétéoMédia sur les « Travaux routiers » diffusées le matin du lundi au vendredi, où une voix hors champ décrit les entraves du jour, avec cartes à l'appui à l'écran ?

- Répondants pouvant s'exprimer en français (n=941) -





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

1.4 Le lien sur le portail Internet Cyberpresse

Le lien texte placé sur le portail Internet Cyberpresse a été remarqué par 6% des conducteurs interrogés.

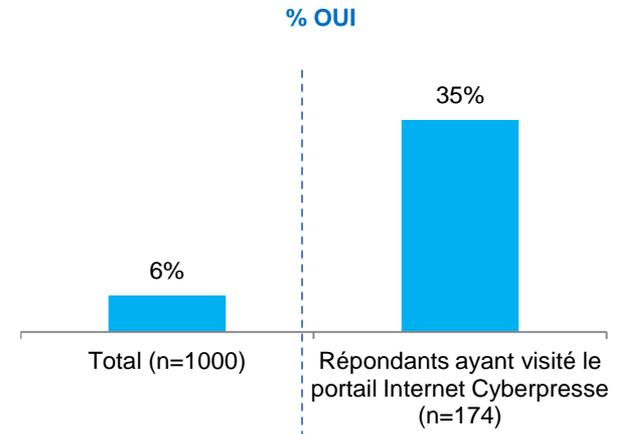
Le portail Internet Cyberpresse a été consulté par 16% des répondants entre le 20 juin et le 14 août 2011. Parmi eux, 35% ont remarqué le lien texte « Travaux routiers Québec 511 » sous le menu principal de la page d'accueil Cyberpresse.

Si l'on rapporte ce résultat à l'ensemble des répondants, il appert que 6% des conducteurs interrogés ont vu le lien texte « Travaux routiers Québec 511 », dont une plus forte proportion de personnes détenant une scolarité de niveau universitaire (10%).

Q32. Avez-vous consulté le portail Internet Cyberpresse entre le 20 juin et le 14 août 2011?
- Tous les répondants (n=1000) -



Q33. Sous le menu principal de la page d'accueil Cyberpresse, avez-vous remarqué un lien texte «Travaux routiers Québec 511 » ?





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

38

1.5 Le service Québec 511 Info Transports

1.5.1 La notoriété de Québec 511 Info Transports



Un service en hausse de notoriété (77% en 2011 comparativement à 69% en 2010).

Dans l'espace d'un an, le service Québec 511 Info Transports a réalisé un gain de notoriété important. De fait, 77% des conducteurs interrogés affirment connaître ce service, soit une hausse de huit points de pourcentage par rapport à 2010.

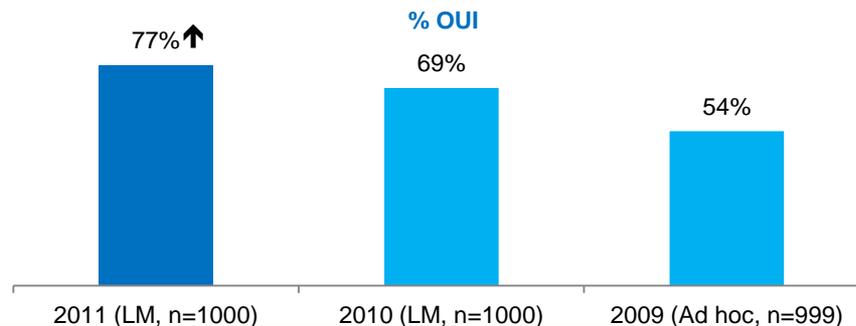
La notoriété de ce service est plus particulièrement élevée parmi les sous-groupes suivants (77% de l'ensemble) :

- les conducteurs qui parcourent 20 000 km et plus annuellement (88%);
- les conducteurs ayant traversé une zone de chantiers routiers 11 à 50 fois (83%);
- les personnes détenant un permis de conduire depuis 10 à 30 ans (81%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau collégial (81%);
- les hommes (80% contre 74% pour les femmes);
- les francophones (80% contre 63% pour les non-francophones);
- les travailleurs (80%).

Les personnes ayant remarqué les panneaux à affichage numérique sont également proportionnellement plus nombreuses à connaître le service Québec 511 Info Transports (81%). Rappelons qu'un des messages affichés sur ces panneaux invitait les conducteurs à consulter Québec 511.

Q15. Connaissez-vous le service Québec 511 Info Transports permettant aux usagers de la route d'obtenir des renseignements pour mieux planifier leurs déplacements sur le réseau routier ?

- Tous les répondants (n=1000) -





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

39

1.5 La notoriété et l'utilisation du service Québec 511 Info Transports 1.5.2 L'utilisation de Québec 511 Info Transports

Environ un conducteur interrogé sur dix a utilisé le service Québec 511 Info Transports spécifiquement pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers.



Dans l'ensemble, 12% des conducteurs interrogés connaissent et ont utilisé le service Québec 511 Info Transports pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers au cours des derniers mois. Parmi les trois moyens permettant d'utiliser Québec 511 Info Transports, le site Internet est le plus populaire (8%), suivi du service téléphonique (5%). L'application pour téléphone intelligent, quant à elle, a été nouvellement offerte aux usagers de la route en 2010 et est utilisée par 1% d'entre eux.

Tous services confondus, on retrouve de plus fortes proportions d'utilisateurs parmi les sous-groupes suivants (12% de l'ensemble) :

- les 25-34 ans (20%);
- les conducteurs ayant traversé plus de 50 fois une zone de chantiers routiers depuis le mois de juin dernier (16%);
- les conducteurs détenant un permis de conduire depuis 10 à 30 ans (16%);
- les résidents de la région métropolitaine de Montréal (16%);
- les personnes détenant une scolarité de niveau collégial (15%);
- les travailleurs (15%).

Q15 et Q16. Taux de notoriété et d'utilisation du service Québec 511 * - Résultats reportés sur l'ensemble des répondants -

	2011 (n=1000)
Connaît et utilise Québec 511 pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers	12%
Utilise le site Internet	8%
Utilise le service téléphonique	5%
Utilise l'application sur un téléphone intelligent	1%
Connaît, mais n'utilise pas Québec 511 pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers	65%
Ne connaît pas Québec 511	23%

* Q16. Au cours des derniers mois, avez-vous utilisé le service Québec 511 Info Transports pour vous informer sur les entraves causées par les travaux routiers ? Si oui, dites-moi si vous avez utilisé le service téléphonique, le site Internet et/ou l'assistant numérique de poche (iPhone, BlackBerry, Palm, Android).



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

40

1.5 La notoriété et l'utilisation du service Québec 511 Info Transports 1.5.2 L'utilisation de Québec 511 Info Transports - suite

Québec 511 Info Transports : un service davantage utilisé pour s'informer sur les entraves lors des trajets inhabituels et de longue distance (88% des utilisateurs contre 71% pour les déplacements habituels et de courte distance).

Les utilisateurs du service Québec 511 Info Transports ont été interrogés sur la fréquence à laquelle ils ont recours à ce service pour s'informer sur les entraves causées par les travaux routiers selon le type de déplacement. Ainsi, lors de déplacements habituels et de courte distance, 40% des répondants utilisent régulièrement ou occasionnellement le service. Lors de déplacements inhabituels et de longue distance, cette proportion est de 44%.

Notons qu'on n'observe pas de différence selon le type de service utilisé.

Q17 et Q18. Au cours des derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé le service Québec 511 Info Transports pour vous informer sur les entraves causées par les travaux routiers lors de vos déplacements ... ?

- Utilisateurs du service Québec 511 Info Transports (n=111) -

	Utilisateurs (n=111)	Service téléphonique (n=43)	Site Internet (n=73)
... habituels et de courte distance			
Régulièrement	10%	8%	9%
Occasionnellement	30%	29%	32%
Rarement	31%	30%	31%
Jamais	29%	34%	28%
... inhabituels et de longue distance			
Régulièrement	18%	20%	20%
Occasionnellement	26%	23%	27%
Rarement	44%	42%	41%
Jamais	12%	15%	12%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

41

1.5 La notoriété et l'utilisation du service Québec 511 Info Transports 1.5.2 L'utilisation de Québec 511 Info Transports - suite

Près d'un utilisateur sur cinq (18%) modifie régulièrement son itinéraire ou son horaire de déplacement après avoir consulté des informations sur les entraves causées par les travaux routiers par le biais de Québec 511 Info Transports.

Parmi les utilisateurs du service Québec 511 Info Transports, 72% affirment modifier leur itinéraire ou leurs heures de déplacement après avoir consulté les informations sur les entraves causées par les travaux routiers dans Québec 511 Info Transports. Plus précisément, 47% des utilisateurs l'ont fait régulièrement (18%) ou occasionnellement (29%).

On n'observe pas de différence significative entre les sous-groupes.

Q19. Vous est-il arrivé de modifier votre itinéraire ou vos heures de déplacement après avoir consulté les informations sur les entraves causées par les travaux routiers dans Québec 511 Info Transports ?

- Utilisateurs du service Québec 511 Info Transports (n=111) -

	Utilisateurs (n=111)	Service téléphonique (n=43)	Site Internet (n=73)
Oui	72%	69%	74%
Régulièrement	18%	17%	15%
Occasionnellement	29%	32%	32%
Rarement	25%	20%	27%
Jamais	29%	30%	26%



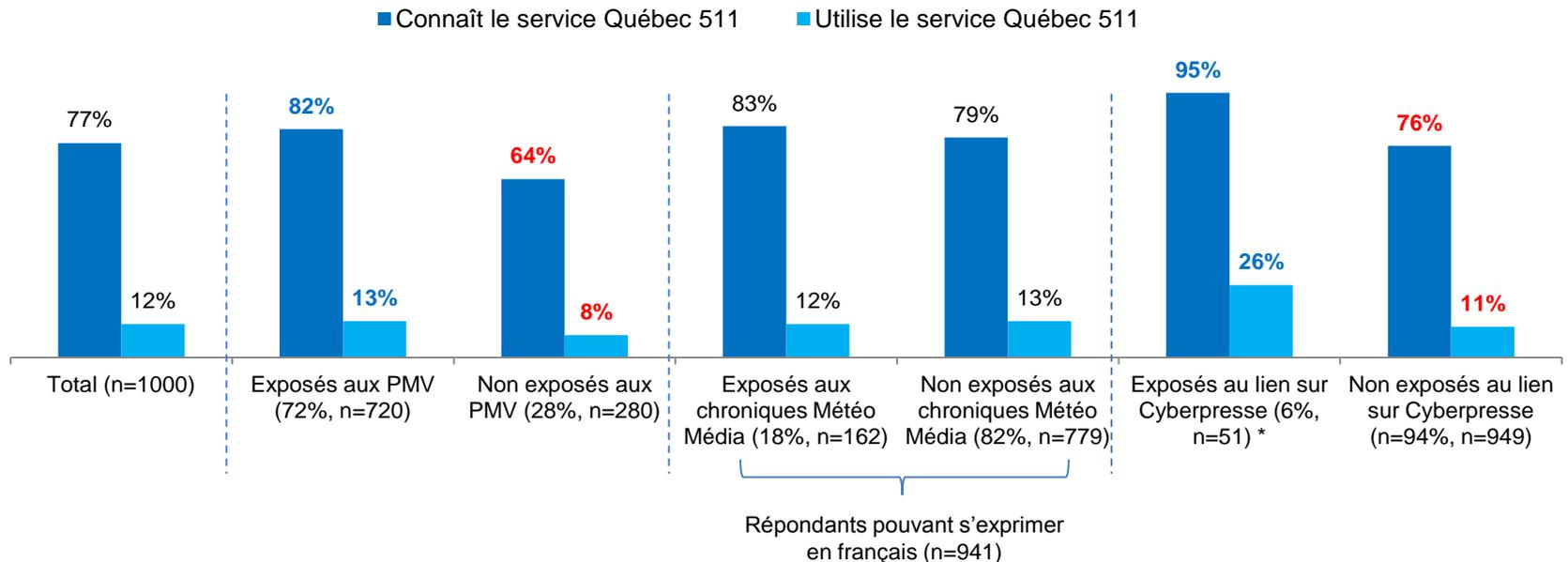
ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

1.5 La notoriété et l'utilisation du service Québec 511 Info Transports 1.5.3 La contribution des différents volets de la campagne quant à la notoriété de Québec 511 Info Transports

Des publicités qui contribuent à faire connaître le service Québec 511 Info Transports.

La contribution des publicités faisant la promotion du service Québec 511 Info Transports a été évaluée en termes de notoriété et d'utilisation. Comme en 2010, on observe des taux de notoriété et d'utilisation plus élevés chez les conducteurs qui ont été exposés aux publicités du MTQ.

Q15 et Q16. Taux de notoriété et d'utilisation du service Québec 511
- Résultats reportés sur l'ensemble des répondants (n=1000) -



* Ce résultat doit être interprété comme une tendance étant donné le faible nombre de répondants (n=51).



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

43

1.6 La notoriété de l'Opération Orange

Le quart des conducteurs ont entendu parler de l'Opération Orange.

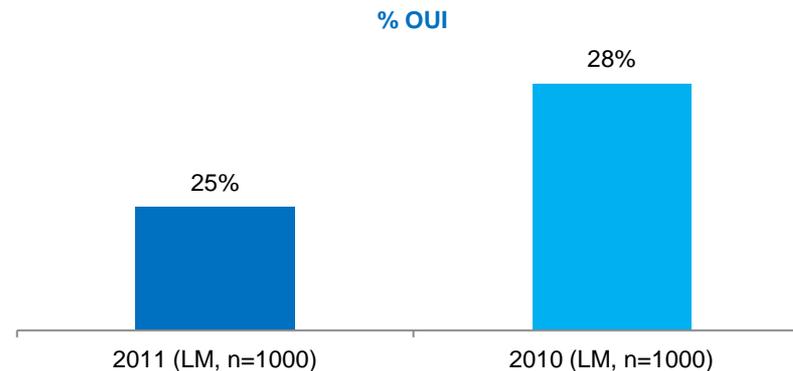
Dans l'ensemble, 25% des conducteurs interrogés ont entendu parler de l'Opération Orange, une journée de surveillance accrue sur les chantiers routiers du Québec qui a eu lieu le 16 juin 2011. Le taux de notoriété de cette journée est similaire à celui de 2010 (28%).

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à avoir entendu parler de l'Opération Orange (25% de l'ensemble) :

- les retraités (38%);
- les personnes âgées de 55 ans et plus (35%);
- les conducteurs détenant un permis de conduire depuis plus de 30 ans (34%);
- les hommes (33% contre 16% pour les femmes);
- les conducteurs qui parcourent 20 000 km et plus annuellement (33%);
- les personnes ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire (30%).

Q20. Avez-vous entendu parler de L'OPÉRATION ORANGE, une journée de surveillance policière accrue sur les chantiers routiers du Québec cet été (le 16 juin 2011)?

- Tous les répondants (n=1000) -





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

44

1.7 La notoriété de l'augmentation des amendes dans les zones de chantiers routiers

Six conducteurs sur dix savaient que les amendes sont dorénavant doublées pour quiconque dépasse la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers.

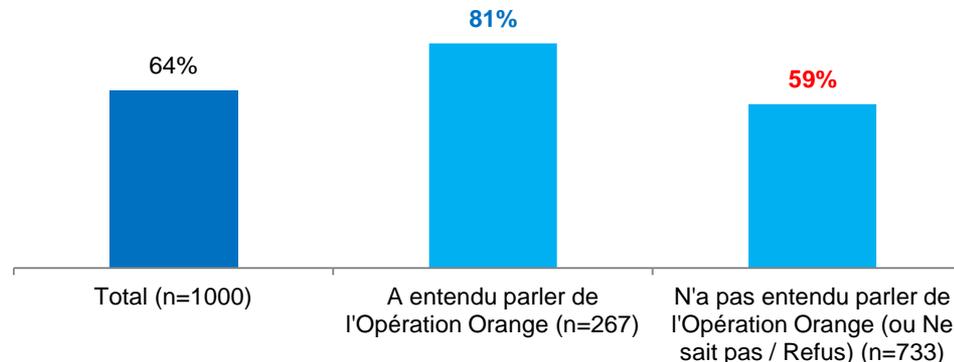
Il a été demandé aux conducteurs s'ils savaient que depuis le 10 mars 2011 les amendes sont doublées pour quiconque dépasse la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers. Ainsi, il appert que 64% des conducteurs sont au courant de l'existence de cette nouvelle mesure. Soulignons que cette proportion grimpe à 81% parmi les conducteurs qui avaient entendu parler de l'Opération Orange tenue en 2011. Notons que le 14 juin, cette mesure a été rappelée aux conducteurs lors d'une conférence de presse au cours de laquelle on a également dévoilé la campagne et la date de l'Opération Orange.

Le taux de notoriété de cette mesure est également statistiquement plus élevé parmi les sous-groupes suivants (64% de l'ensemble) :

- les conducteurs qui parcourent 20 000 km et plus annuellement (76%);
- les hommes (74% contre 53% pour les femmes);
- les conducteurs ayant traversé plus de 50 fois une zone de chantiers routiers depuis le mois de juin dernier (73%);
- les conducteurs qui détiennent un permis de conduire depuis plus de 30 ans (69%);
- les francophones (67% contre 50% pour les non-francophones).

Q14. Saviez-vous que depuis le 10 mars 2011 les amendes sont doublées pour quiconque dépasse la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers ?

- Tous les répondants (n=1000) - % OUI -





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

1.8 Les impacts de la campagne publicitaire

Q34. Je vais maintenant vous lire quelques ÉNONCÉS relatifs à l'ensemble de la campagne publicitaire et j'aimerais que vous m'indiquiez votre niveau d'accord avec chacun. Cette campagne publicitaire vous a personnellement amené... ?

- Personnes exposées à la campagne (n=965) -

Selon les conducteurs, il s'agit d'une campagne qui incite à respecter les limites de vitesse affichées et les consignes du signaleur, à faire preuve de courtoisie envers les travailleurs et les conducteurs ainsi qu'à être plus prudent dans les zones de chantiers routiers.

		2011 (n=965)	2010 (n=977)
(A) ... à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers *	Tout à fait d'accord	45%	46%
	Plutôt d'accord	39%↑	34%
	Plutôt en désaccord	5%	5%
	Tout à fait en désaccord	2%	2%
	J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé	7%↓	12%
(B) ... à respecter les consignes du signaleur routier	Tout à fait d'accord	52%↑	
	Plutôt d'accord	35%	
	Plutôt en désaccord	3%↓	
	Tout à fait en désaccord	2%	
	J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé	7%↓	
(C) ... à consulter Québec 511 pour planifier vos déplacements en fonction des chantiers routiers **	Tout à fait d'accord	14%↓	19%
	Plutôt d'accord	20%↓	26%
	Plutôt en désaccord	21%	24%
	Tout à fait en désaccord	38%↑	23%
	J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé	1%↓	3%

Suite à la page suivante →

* En 2010, cet énoncé était « ... à ralentir à la vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers ».

** Notons qu'en 2011, moins d'éléments faisaient la promotion du service Québec 511 Info Transports.



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

1.8 Les impacts de la campagne publicitaire - suite

Q34. Je vais maintenant vous lire quelques ÉNONCÉS relatifs à l'ensemble de la campagne publicitaire et j'aimerais que vous m'indiquiez votre niveau d'accord avec chacun.

Cette campagne publicitaire vous a personnellement amené... ?

- Personnes exposées à la campagne (n=965) -

		2011 (n=965)	2010 (n=977)
(D) ... à faire preuve de courtoisie envers les travailleurs et les autres conducteurs	Tout à fait d'accord	56%	53%
	Plutôt d'accord	32%	29%
	Plutôt en désaccord	3%	4%
	Tout à fait en désaccord	1%	2%
	J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé	7%↓	11%
(E) ... à être plus prudent lorsque vous circulez dans les zones de chantiers routiers	Tout à fait d'accord	52%	-
	Plutôt d'accord	37%	-
	Plutôt en désaccord	3%	-
	Tout à fait en désaccord	1%	-
	J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé	7%	-

Au regard des légères baisses de conducteurs qui avouent déjà adopter ces comportements, il semble peu probable qu'il y ait moins de conducteurs qui adoptent des comportements exemplaires considérant l'augmentation des amendes et les nombreux efforts de sensibilisation.

On peut poser l'hypothèse que ces efforts ont fait prendre conscience à certains conducteurs qu'un comportement qu'il jugeait adéquat (ex. un léger dépassement) ne l'est pas en réalité, résultant en une diminution de la proportion de personnes qui affirment déjà adopter un comportement donné ou être déjà sensibilisées à la problématique.

**2. L'adéquation des
limites de vitesse
permises dans les zones
de travaux et de
chantiers et la visibilité
des signaleurs**



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

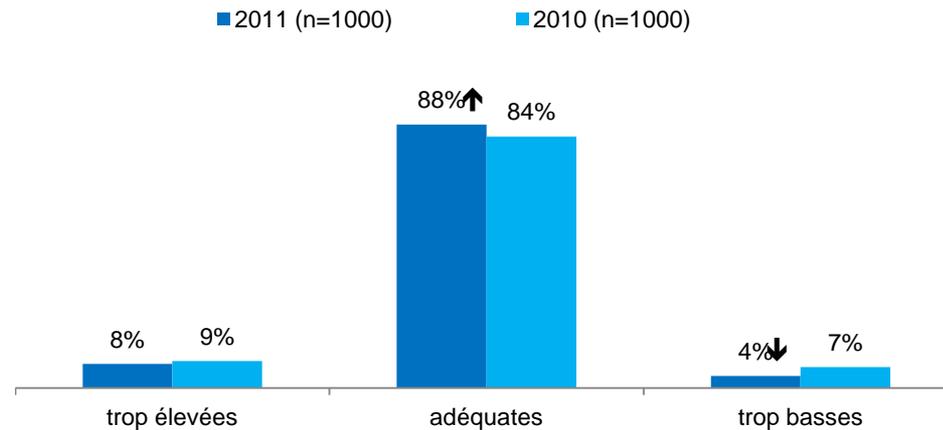
48

2.1 L'adéquation des limites de vitesse permises dans les zones de travaux et de chantiers routiers

Plus de huit conducteurs sur dix considèrent que les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers sont adéquates.

Les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers sont jugées adéquates par 88% des conducteurs, soit un résultat légèrement supérieur à celui de 2010 (84%). Les autres conducteurs considèrent que les limites sont trop élevées (8%) ou trop basses (4%).

Q6. Considérez-vous que les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers sont...
- Tous les répondants (n=1000) -





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

49

2.2 La visibilité des signaleurs

Près de neuf conducteurs sur dix considèrent que les signaleurs sont suffisamment visibles.

Dans l'ensemble, 87% des conducteurs considèrent que la veste portée par les signaleurs dans les zones de chantiers routiers rend ces travailleurs suffisamment visibles pour les conducteurs tandis que 10% estiment que ce n'est pas suffisant. Les autres mentionnent spontanément ne pas avoir porté attention à l'habillement des signaleurs (2%) ou ne pas avoir traversé de chantiers routiers nécessitant la présence d'un signaleur (1%).

Q13. Depuis quelques années, le signaleur qui assure la circulation dans les zones de chantiers routiers est vêtu d'une veste (dossard) jaune-vert-fluo. Considérez-vous que cela rend le signaleur suffisamment visible pour les conducteurs ?

- Tous les répondants (n=1000) -

	2011 (n=1000)
Oui	87%
Non	10%
Je n'ai pas remarqué (porté attention à) l'habillement du signaleur (mention spontanée)	2%
Je n'ai pas traversé de chantiers routiers nécessitant la présence d'un signaleur (mention spontanée)	1%

3. Les perceptions des conducteurs à l'égard des comportements et des risques dans les zones de chantiers et de travaux routiers



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

3.1 Les comportements délinquants observés

Q9. Selon ce que vous avez pu voir au cours des derniers mois sur les chantiers routiers, quels sont les comportements de conduite à risque que vous observez le plus souvent chez les conducteurs?

- Tous les répondants (n=1000) -

En 2011, les comportements délinquants observés sur la route demeurent liés au stress et à une conduite dangereuse tel que l'illustre le tableau ci-contre.

Les résultats ne diffèrent pas en fonction de l'exposition publicitaire.

	Trois mentions spontanées possibles	1 ^{res} mentions 2011 (n=1000)	Toutes mentions	
			2011 (n=1000)	2010 (n=1000)
Stress / être pressé	Excès de vitesse	57%	68%↑	61%
	Impatience	6%	11%	9%
	Rage au volant	1%	2%	2%
Conduite dangereuse	Dépassement interdit	12%	24%	26%
	Suivre le véhicule devant de trop près	3%	8%↓	11%
	Non-respect de la signalisation	2%	5%	4%
	Louvoyer, zigzaguer	1%	4%↓	10%
	Changements de voie interdits/ dangereux/ sans regarder	2%	4%	-
	Freinages et arrêts brusques	1%	2%	2%
	Manque de prudence / témérité	1%	2%	1%
	Manœuvre, changement de direction sans signaler	0%	2%	-
	Manœuvres dangereuses envers les travailleurs du chantier routier	1%	1%	1%
Ne pas partager la route	Manque de courtoisie envers les autres conducteurs, les signaleurs et les travailleurs	1%	2%↓	5%
	Automobilistes qui roulent lentement	0%	2%	2%
	Automobilistes / conducteurs qui occupent deux voies	1%	2%	1%
	Les automobilistes qui coupent	1%	2%	-
	Rouler sur l'accotement / sur les voies de service	0%	1%	-
Distraction au volant	Non-respect des priorités	0%	0%↓	1%
	Parler ou texter au cellulaire	3%	5%↑	2%
	Manque d'attention / distraction	1%	4%↑	2%
Autres mentions		1%	3%	2%
Aucun comportement observé		5%	5%	7%
Ne sait pas / Refus		2%	2%	1%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

52

3.2 La perception à l'égard du respect des limites de vitesse

Seulement 16% des répondants sont d'avis que les conducteurs réduisent leur vitesse à la limite de vitesse affichée.

Selon ce qu'ils ont pu voir au cours des derniers mois sur les chantiers routiers, 82% des répondants estiment que les conducteurs réduisent leur vitesse. Plus précisément, 16% affirment que les conducteurs ralentissent à la limite de vitesse affichée, tandis que 66% considèrent que même si les conducteurs ralentissent, leur vitesse demeure supérieure à la limite affichée.

Parmi les répondants qui jugent que les conducteurs ne réduisent pas leur vitesse (17%), on retrouve plus particulièrement les résidents de la région métropolitaine de Montréal (21%).

Q10. Selon ce que vous avez pu voir au cours des derniers mois sur les chantiers routiers, les conducteurs...?
- Tous les répondants (n=1000) -

	2011 (n=1000)	2010 (LM, n=1000)	2009 (Ad hoc, n=982)	2008 (CROP, n=1000)
... réduisent leur vitesse à la limite de vitesse affichée *	16%↓	20%	29%	16%
... réduisent leur vitesse, mais excèdent la limite affichée *	66%↑	60%	58%	73%
... ne réduisent pas leur vitesse	17%	19%	14%	11%

* Avant 2011, il était question de vitesse « permise » plutôt qu'« affichée ».

Note : Le complément à 100% représente les personnes qui ont préféré ne pas répondre.



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

53

3.3 Les motifs sous-jacents aux excès de vitesse

Selon les répondants, les raisons pour lesquelles les conducteurs ne ralentissent pas jusqu'à la limite affichée sont principalement liées au stress / au fait d'être pressé ainsi qu'à l'inconscience des conducteurs.

Le stress / le fait d'être pressé a été davantage mentionné en 2011.

À l'inverse, l'inconscience face au danger a été citée par une moindre proportion qu'en 2010. Cela peut être attribuable au fait que la campagne était axée sur les conséquences dramatiques de comportements inadéquats.

Q11. Pour quelle(s) raison(s) selon vous les conducteurs ne ralentissent pas jusqu'à la limite affichée?

- Répondants ayant observé que les limites de vitesse n'étaient pas respectées (n=816) -

	Trois mentions spontanées possibles	1 ^{res} mentions 2011 (n=816)	Toutes mentions		
			2011 (n=816)	2010 (n=778)	2009 (n=755)
Stress / être pressé	Ils sont trop pressés, impatient, stressés	40%	50%↑	42%	46%
	Ils subissent la pression des véhicules qui les suivent	3%	6%↑	1%	5%
	Ils veulent gagner du temps	2%	4%	5%	-
Inconscience	Ils sont inconscients du danger et des conséquences pour les travailleurs	10%	14%↓	23%	20%
	Ils ne se sentent pas concernés	3%	6%↑	3%	9%
	Ils se sentent en sécurité / en contrôle de leur véhicule	2%	2%	-	-
	Imprudence / témérité / veulent montrer les performances de leur véhicule / leurs qualités de conducteur	1%	1%	-	-
Bonnes conditions routières	Il y a absence de travailleurs ou de machineries sur le chantier	7%	9%↑	6%	6%
	Il y a absence ou insuffisance de surveillance policière	3%	5%	6%	8%
	La circulation est fluide	1%	3%	4%	13%

Suite à la page suivante →



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

54

3.3 Les motifs sous-jacents aux excès de vitesse - suite

Q11. Pour quelle(s) raison(s) selon vous les conducteurs ne ralentissent pas jusqu'à la limite affichée?
- Répondants ayant observé que les limites de vitesse n'étaient pas respectées (n=816) -

	Trois mentions spontanées possibles	1 ^{res} mentions 2011 (n=816)	Toutes mentions		
			2011 (n=816)	2010 (n=778)	2009 (n=755)
Comportements des conducteurs	Nous tolérons un certain excès de vitesse	4%	7%↑	0%	-
	Ils ne respectent pas la signalisation	1%	3%↓	5%	8%
	La distraction / la négligence concernant les règles à suivre (la signalisation)	1%	3%	-	-
	Ils manquent de civisme et de savoir-vivre	1%	3%	2%	1%
	Les automobilistes en général aiment la vitesse	1%	2%↓	7%	9%
	Ils manquent de jugement ou d'expérience de conduite	2%	2%	2%	-
	C'est culturel chez les Québécois / on n'aime pas les règlements	1%	1%	-	-
Problèmes de signalisation / réglementation	La limite de vitesse est trop basse	4%	4%↓	7%	2%
	La signalisation n'est pas assez visible	1%	1%↓	3%	7%
	Les amendes ne sont pas assez élevées	0%	1%↑	0%	1%
Phénomène d'accoutumance	Ils agissent ainsi par habitude, ils ont de mauvaises habitudes	4%	8%↑	4%	10%
	Ils sont désensibilisés aux dangers des chantiers routiers (trop de chantiers)	4%	8%↑	1%	5%
Autres		1%	1%↓	5%	-
Ne sait pas / Refus		4%	4%	6%	10%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

3.4 La perception du risque en situation d'excès de vitesse

Les risques liés aux excès de vitesse dans les zones de chantiers routiers sont perçus comme étant élevés par plus de huit conducteurs sur dix.

Les conducteurs ont été invités à évaluer quel serait le niveau de risque pour leur sécurité, celle des autres conducteurs et des travailleurs de chantiers routiers s'ils dépassaient la limite de vitesse. Dans l'ensemble, 86% des conducteurs considèrent que les risques seraient plutôt élevés (50%) ou très élevés (36%).

Par ailleurs, 14% estiment que ces risques seraient faibles. Ces personnes sont proportionnellement plus nombreuses parmi les sous-groupes suivants :

- les personnes âgées de 16 à 34 ans (19%);
- les conducteurs qui parcourent 20 000 km et plus annuellement (19%);
- les hommes (18% contre 9% pour les femmes);
- les conducteurs ayant traversé plus de 50 fois une zone de chantiers routiers depuis le mois de juin dernier (18%).

Au regard de ces différences, on constate qu'il semble y avoir un effet d'accoutumance tel que soulevé en 2010.

Q7. Supposons que vous dépassiez la limite de vitesse dans les zones de chantiers routiers, diriez-vous que les risques pour votre sécurité, celle des autres conducteurs et des travailleurs de chantiers routiers sont...

- Tous les répondants (n=1000) -

	2011 (n=1000)	2010 (n=1000)
Élevés	86%	83%
... très élevés	36%	40%
... plutôt élevés	50%↑	43%
Faibles	14%	16%
... plutôt faibles	12%	14%
... très faibles	2%	2%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

56

3.4 La perception du risque en situation d'excès de vitesse - suite

Q8. Pour quelle raison principale les risques sont-ils selon vous (plutôt élevés / très élevés) ?

- Personnes qui considèrent que les risques seraient élevés (n=872) -

Pour justifier leur opinion, les conducteurs qui jugent que les risques liés aux excès de vitesse sont élevés expliquent principalement que c'est dangereux de heurter un travailleur et qu'il y a peu d'espace pour circuler.

	Une réponse spontanée possible	2011 (n=872)
Général	C'est dangereux de heurter un travailleur	37%
Facteurs externes aux conducteurs	Il y a peu d'espace pour circuler	21%
	La distance de freinage est courte	7%
	Beaucoup d'imprévus sur un chantier (y compris les travailleurs qui se déplacent de façon imprévisible)	3%
	Manque de visibilité : poussière, angles morts, conduite de nuit, manque d'éclairage	2%
	Beaucoup d'obstacles sur le passage (y compris machinerie, blocs de ciment et cônes)	2%
	Manque de signalement / on ne voit pas bien les signaleurs / il n'y a pas assez de signaleurs/ signalisation inadéquate (y compris cônes mal placés) / pas assez en avance	2%
	Trop grande proximité des travailleurs	1%
	Zone pas assez sécurisée (y compris pour les travailleurs)	1%
	La chaussée n'est pas dans un bon état	1%
Comportement des conducteurs	Les conducteurs roulent plus vite que la limite permise	9%
	Il y a plus de risques d'accident / de perte de contrôle du véhicule (si on va vite)	4%
	Le temps de réaction est plus limité (quand on va vite)	4%
	Négligence / distractions des conducteurs	2%
	Les autres conducteurs représentent un danger / les gens se suivent / vont à la même vitesse	1%
	Les gens sont imprudents / font des manœuvres risquées (y compris par impatience)	1%
	Le fait que le conducteur ne soit pas habitué à la situation	1%
Autres		1%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

57

3.4 La perception du risque en situation d'excès de vitesse - suite

Q8. Pour quelle raison principale les risques sont-ils selon vous (plutôt faibles / très faibles) ?
- Personnes qui considèrent que les risques seraient faibles (n=124) -

Les conducteurs qui estiment que les risques seraient faibles s'ils excédaient la limite de vitesse ont également été interrogés sur les raisons justifiant leur opinion.

Ils mentionnent principalement que les zones de travaux sont bien protégées, qu'il n'y a pas de risques en l'absence de travailleurs routiers, que la signalisation est adéquate et que les limites sont trop basses.

	Une réponse spontanée possible	2011 (n=124)
Facteurs externes aux conducteurs	Les zones / les travailleurs sont bien protégés / éloignés de la route	20%
	Quand la voie est libre et qu'il n'y a personne sur le chantier, il n'y a pas de risques	20%
	La signalisation est adéquate	15%
	Un petit dépassement de vitesse n'est pas dangereux / les limites sont trop basses	13%
	Il y a peu d'espace pour circuler *	5%
	Beaucoup d'imprévus sur un chantier (y compris les travailleurs qui se déplacent de façon imprévisible) *	1%
	Beaucoup d'obstacles sur le passage (y compris machinerie, blocs de ciment et cônes) *	1%
Comportement des conducteurs	Les autres conducteurs représentent un danger / les gens se suivent / vont à la même vitesse *	6%
	Le gens conduisent bien en général / ils respectent la sécurité routière / les accidents sont rares *	4%
	Je vois clairement ce qui se passe / je contrôle mon véhicule	3%
	Négligence / distraction des conducteurs *	2%
Autres		6%
Ne sait pas / Refus		3%

* Ces réponses ont été mentionnées par des personnes qui considèrent que les risques sont plutôt faibles (n=107).

4. L'importance des communications



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

59

4.1 L'importance de la campagne

La sécurité routière dans les zones de chantiers routiers est un enjeu important aux yeux des conducteurs.

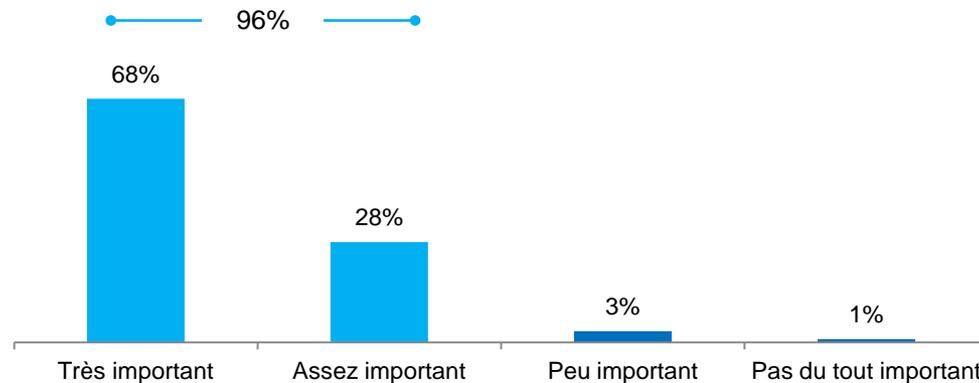
De fait, presque tous les conducteurs interrogés reconnaissent l'importance d'une campagne axée sur la sécurité routière dans les zones de chantiers routiers.

Dans l'ensemble, 96% des conducteurs estiment qu'il est assez (28%) ou très important (68%) de diffuser une campagne publicitaire pour rappeler aux usagers de la route les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent pendant la période des chantiers routiers.

Les personnes selon lesquelles une telle campagne est *très* importante sont plus particulièrement les femmes (73% contre 64% pour les hommes).

Q35. Selon vous, est-ce très important, assez, peu ou pas du tout important de diffuser une campagne publicitaire pour rappeler aux usagers de la route les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent pendant la période des chantiers routiers ?

- Tous les répondants (n=1000) -



Note : Le complément à 100% représente les personnes qui ont préféré ne pas répondre (1%).



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

4.2 Les moyens à privilégier pour sensibiliser les conducteurs

Q12. Selon vous, qu'est-ce qui inciterait les conducteurs à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers ?

- Personnes qui estiment que les conducteurs ne réduisent pas leur vitesse à la limite de vitesse affichée (n=816) -

Selon 45% des conducteurs interrogés, augmenter la présence de surveillance policière serait une des mesures les plus efficaces pour inciter les conducteurs à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers.

	Deux mentions spontanées possibles	1 ^{res} mentions 2011 (n=816)	Toutes mentions	
			2011 (n=816)	2010 * (n=1000)
Moyens de contrôle de la vitesse	Augmenter la présence de surveillance policière	37%	45%	48%
	Installer des radars photo	7%	11%↑	8%
	Installer des obstacles (ralentisseurs, panneaux d'arrêt, etc.)	4%	5%	5%
	Installer des panneaux électriques indiquant au conducteur sa vitesse de conduite	2%	4%	4%
	Réduire davantage la limite permise	1%	1%	1%
Modifications à la législation	Augmenter le montant des amendes	10%	14%	11%
	Augmenter le nombre de points d'inaptitude perdus	0%	2%	0%
	Prévoir des sanctions plus sévères	1%	1%	1%
Sensibilisation accrue	Réaliser des campagnes publicitaires	8%	11%↑	5%
	Qu'ils prennent conscience du danger pour eux-mêmes / que les travailleurs risquent leur vie	1%	2%	-
	L'éducation commence à l'école / cours de civisme / cours de conduite	1%	1%	-
	Avoir expérimenté un accident ou celui d'un proche	1%	1%	1%

* En 2010, cette question était posée à tous les répondants.

Suite à la page suivante →



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

4.2 Les moyens à privilégier pour sensibiliser les conducteurs - suite

Q12. Selon vous, qu'est-ce qui inciterait les conducteurs à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers ?

- Personnes qui estiment que les conducteurs ne réduisent pas leur vitesse à la limite de vitesse affichée (n=816) -

	Deux mentions spontanées possibles	1 ^{res} mentions 2011 (n=816)	Toutes mentions	
			2011 (n=816)	2010 * (n=1000)
Signalisation routière près des travaux	Installer davantage de signalisation	2%	4%	6%
	S'assurer de la présence de signaleurs aux abords des chantiers routiers	2%	3%	4%
	Prévoir des affiches indiquant les pénalités associées aux excès de vitesse	1%	2%	1%
	Installer davantage de signaux lumineux	1%	2%	2%
	Prévoir des panneaux publicitaires près des chantiers	1%	1%	2%
	Placer la signalisation plus tôt	0%	1%	1%
Modification des zones de chantiers	Moins de chantiers / moins de chantiers en même de temps / une meilleure gestion des chantiers	3%	3%	-
	Faire une voie plus étroite / plus sinueuse	1%	1%	-
Autres		2%	3%	-
Ne sait pas / Refus		13%	13%	13%

* En 2010, cette question était posée à tous les répondants.



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

62

4.2 Les moyens à privilégier pour sensibiliser les conducteurs - suite

La télévision, de l'affichage aux abords des routes et la radio sont les principaux moyens qui sensibiliseraient les conducteurs à la sécurité dans les zones de chantiers routiers.

Les conducteurs ont finalement été interrogés à savoir quels seraient les trois meilleurs moyens pour les sensibiliser personnellement à la sécurité lorsqu'ils circulent dans les zones de chantiers routiers. Les principaux moyens cités sont une publicité à la télévision (79%), de l'affichage aux abords des routes (68%) et une publicité à la radio (61%).

Notons que les conducteurs de 16 à 34 ans (35%) et les femmes (22% contre 17% pour les hommes) ont mentionné en plus grand nombre une publicité sur Facebook ou Youtube.

Q36. Parmi les choix suivants, quels seraient les trois meilleurs moyens pour vous sensibiliser personnellement à la sécurité lorsque vous circulez dans les zones de chantiers routiers ?

- Tous les répondants (n=1000) -

Trois choix possibles	1 ^{er} mentions	Toutes mentions
Une publicité à la télévision	34%	79%
De l'affichage aux abords des routes	35%	68%
Une publicité à la radio	17%	61%
Une publicité dans les journaux	2%	23%
Une publicité sur Facebook ou Youtube	5%	19%
Une publicité sur un site Internet (par exemple Cyberpresse)	2%	13%
Un envoi postal	3%	8%
Une publicité dans les magazines	0%	2%
Ne sait pas / Refus	1%	1%



PROFIL DES RÉPONDANTS



PROFIL DES RÉPONDANTS

64

Profil	Total absolu (n=1000)	Total pondéré (n=1000)
Sexe		
Homme	47%	53%
Femme	53%	47%
Âge		
16-19 ans	3%	3%
20-24 ans	3%	7%
25-34 ans	12%	17%
35-44 ans	18%	20%
45-54 ans	21%	22%
55-64 ans	25%	18%
65-74 ans	13%	9%
75 ans et plus	5%	4%
Scolarité		
Primaire/Secondaire	32%	32%
Collégial	30%	33%
Universitaire	38%	35%
Région		
Montréal RMR	40%	47%
Québec RMR	30%	13%
Autres régions du Québec	30%	40%

Profil	Total absolu (n=1000)	Total pondéré (n=1000)
Langue maternelle		
Français	87%	82%
Anglais	7%	8%
Autres langues	7%	10%
Revenu familial		
Moins de 20 000 \$	7%	6%
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	19%	19%
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	19%	19%
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	15%	15%
Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	10%	11%
100 000 \$ et plus	16%	17%
Refus	13%	12%
Occupation principale		
Travail, temps plein	51%	58%
Travail, temps partiel	9%	10%
En recherche d'emploi	3%	3%
Au foyer	3%	3%
Aux études	5%	6%
Retraité	30%	21%



PROFIL DES RÉPONDANTS

Profil	Total absolu (n=1000)	Total pondéré (n=1000)
Conduite dans une zone de chantiers routiers *		
Moins de 5 fois	15%	14%
De 5 à 10 fois	20%	21%
De 11 à 20 fois	19%	18%
De 21 à 50 fois	15%	15%
Plus de 50 fois	30%	32%
Expérience en tant que conducteur **		
3 ans ou moins	5%	6%
4 à 9 ans	6%	9%
10 à 19 ans	15%	19%
20 à 30 ans	21%	23%
Plus de 30 ans	53%	42%
Distance parcourue sur les routes du Québec / an		
Moins de 5 000 km	12%	11%
5 000 à 10 000 km	25%	23%
10 000 à 20 000 km	30%	29%
20 000 à 25 000 km	16%	17%
25 000 à 30 000 km	8%	9%
30 000 km et plus	8%	10%



ANNEXES

INTRO:

Date : \$D Heure : \$H

Bonjour (bon après-midi, bonsoir), mon nom est \$I de LÉGER MARKETING. Nous réalisons actuellement une importante étude portant sur la sensibilisation à la sécurité routière et votre collaboration serait grandement appréciée.

ARGUMENTS: Votre opinion compte. Léger Marketing est une firme de renom au Canada. Le sondage d'aujourd'hui porte sur la sécurité routière. Sachez qu'il n'y a pas de mauvaise réponse. Quand puis-je vous contacter de nouveau ? Quel serait le meilleur moment pour vous contacter ? À qui dois-je demander de parler la prochaine fois que j'appellerai ?

=> /INT04

si SEL1>0

OUI, CONTINUER L'ENTREVUE.....01 D => /LASTQ
 RépondeurAM => /FIN
 Ligne occupéeBU => /FIN
 Pas de serviceNS => /FIN
 Pas de réponseNA => /FIN
 Télécopieur/modemFM => /FIN
 Rendez-vous (date et heure spécifiques)FX O => /RV
 Rappel (date et heure non précisées)CB => /RV
 RefusRE => /FIN
 Refus catégoriqueDR => /FIN
 Barrière linguistiqueLB => /FIN
 Non-résidentiel ou résidentielNR => /FIN
 Répondant est incapable de compléter le sondage
 (troubles auditifs ou d'élocution, etc.)NC => /FIN
 Numéro en doubleDN => /FIN
 Téléphone cellulaire / téléavertisseurCE => /FIN
 La personne à contacter est décédéeCD N => /FIN
 La personne à contacter n'est pas disponible pour la durée du projet AD N => /FIN
 Mauvais contact (il est impossible de joindre la personne à qui
 nous voulons parler à ce numéro)WC NO => /FIN

PEOPL:

Tout d'abord, afin d'avoir des répondants de tous les âges, pouvez-vous me dire combien de personnes de 16 ans ou plus habitent chez-vous et détiennent un permis de conduire valide, en vous incluant ?

[SI BLOCAGE À LA QUESTION DE SÉLECTION] " Je vous demande combien de personnes afin de choisir la personne qui aura l'opportunité de répondre à l'étude ". Si le répondant demande pourquoi il ou elle ne peut répondre, enchaîner avec " ce n'est pas que je ne veux pas faire l'entrevue avec vous. La sélection est faite par ordinateur afin d'interviewer des répondants de tous les âges et sexes. Le hasard nous assure une bonne représentation de chacun de ceux-ci ".

\$E 1 6

0 Aucune (pas de permis) (REMERCIER ET TERMINER)00 => INT52
 1 Une (DEMANDER À PARLER AVEC CETTE PERSONNE)01
 2 Deux02
 3 Trois03
 4 Quatre04
 5 Cinq05
 6 Six et plus06
 NSP/NRP - RELANCER (REMERCIER ET TERMINER)99 => INT51

INT51:

Malheureusement, les quotas correspondant à votre profil sont atteints. Merci de votre collaboration.

=> +1

si PEOPL<>99

Non éligible; REFUS grille.....N1 D => /FIN

INT52:

Malheureusement, les quotas correspondant à votre profil sont atteints. Merci de votre collaboration.

sinon => +1

si PEOPL=#1

NON ÉLIGIBLE -- Aucune personne de 16 ans ou plus détenant un permis de conduire valide N2 D => /FIN

SEL1:

SÉLECTION ALÉATOIRE DU RÉPONDANT Puis-je parler à ... la prochaine personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire -la 2e personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire -la 3e personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire -...

la personne qui possède un permis de conduire1
 la prochaine personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire 2
 la 2e personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire 3
 la 3e personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire 4
 la 4e personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire 5
 la 5e personne qui célébrera son anniversaire et qui possède un permis de conduire 6

INT04:

Date : \$D Heure : \$H
 (premier rendez-vous:<sel>) Dans ce cas, pourrais-je parler à <SEL1>
 Bonjour (bon après-midi, bonsoir), mon nom est \$I de LÉGER MARKETING.
 Nous réalisons actuellement une importante étude portant sur la sensibilisation à la sécurité routière et votre collaboration serait grandement appréciée. Vous êtes bien âgé de 16 ans ou plus ?
 OUI, CONTINUER L'ENTREVUE.....01 D => /LASTQ (ERR)
 Rendez-vous (date et heure spécifiques)FX O => /RV
 Rappel (date et heure non précisées)CB O => /RV
 Refus du répondantR1 => /FIN
 Refus de la personne sélectionnée.....R2 => /FIN
 Barrière linguistiqueLB => /FIN
 Répondant est incapable de compléter le sondage (troubles auditifs ou d'élocution, etc.) NC
 La personne à contacter n'est pas disponible pour la durée du projet AD => /FIN

TRI:

Pour alternance des pubs radio IF((TRI>0),TRI,
 IF(((QTF(4)+QTC(4))<=(QTF(3)+QTC(3)) AND
 (QTF(4)+QTC(4))<=(QTF(2)+QTC(2))),3, IF(((QTF(3)+QTC(3))<=(QTF(4)+QTC(4)) AND
 (QTF(3)+QTC(3))<=(QTF(2)+QTC(2))),2,
 IF(((QTF(2)+QTC(2))<=(QTF(4)+QTC(4)) AND
 (QTF(2)+QTC(2))<=(QTF(3)+QTC(3))),1,0))))

=> *
 si IF((TRI>0),TRI, IF(((QTF(4)+QTC(4))<=(QTF(3)+QTC(3)) AND
 (QTF(4)+QTC(4))<=(QTF(2)+QTC(2))),3,
 IF(((QTF(3)+QTC(3))<=(QTF(4)+QTC(4)) AND
 (QTF(3)+QTC(3))<=(QTF(2)+QTC(2))),2,
 IF(((QTF(2)+QTC(2))<=(QTF(4)+QTC(4)) AND
 (QTF(2)+QTC(2))<=(QTF(3)+QTC(3))),1,0))))

- 1.....1
- 2.....2
- 3.....3

Q1:

Pouvez-vous me dire dans quelle catégorie d'âge vous vous situez, est-ce entre...?
 LIRE
 ...16 -19 ans1 => +2
 ...20-24 ans2 => +2
 ...25-34 ans3 => +2
 ...35-44 ans4 => +2
 ...45-54 ans5 => +2
 ...55-64 ans6 => +2
 ...65-74 ans7 => +2
 ...ou 75 ans et plus.....8 => +2
 Refus.....9

INT53:

Malheureusement, les quotas correspondant à votre profil sont atteints. Merci de votre collaboration.
 Non éligible - AGEN3 D => /FIN

Q2:

Indiquez le sexe du répondant:
 Homme1
 Femme2

Q3:

Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez toujours ?
 Français.....1
 Anglais2
 Autre3
 Français et anglais7
 Français et autres4
 Anglais et autres5
 Autres et autres6
 Nsp/Refus9

Q4:

Depuis le mois de JUI N DERNIER, avez-vous traversé, au volant d'un véhicule routier (automobile, motocyclette, camion), donc à titre de conducteur, une ou plusieurs ZONES DE CHANTIERS ROUTIERS le long des routes ou des axes routiers majeurs (routes numérotées) du Québec?
 Oui1 => +2
 Non2
 NSP/NRP9

INT54:

Malheureusement, les quotas correspondant à votre profil sont atteints. Merci de votre collaboration.
 Non éligible - ZONES DE CHANTIERS ROUTIERSN4 D => /FIN

Q5:

Toujours depuis le mois de juin dernier, COMBIEN DE FOIS approximativement, avez-vous traversé une zone de chantiers routiers le long des routes ou des axes routiers majeurs (routes numérotées) du Québec? Diriez-vous...?
 LIRE
 ...Moins de 5 fois1
 ...De 5 à 10 fois2
 ...De 11 à 20 fois3
 ...De 21 à 50 fois4
 ...Plus de 50 fois5
 NSP/NRP9

Q6:

Considérez-vous que les limites de vitesse affichées dans les zones de chantiers routiers sont...

LIRE	
...Trop élevées	1
...Adéquates.....	2
...Trop basses.....	3
NSP/NRP	9

Q7:

Supposons que vous dépassiez la limite de vitesse dans les zones de chantiers routiers, diriez-vous que les risques pour votre sécurité, celle des autres conducteurs et des travailleurs de chantiers routiers sont...

LIRE	
...Très élevés.....	1
...Plutôt élevés.....	2
...Plutôt faibles.....	3
...Très faibles.....	4
NSP/NRP	9

Q8:

Pour quelle raison principale les risques sont-ils selon vous <Q7>?

NE PAS LIRE - 1 mention possible

=> +1
si Q7=9

Les conducteurs roulent plus vite que la limite permise.....	01	
Les conducteurs ne signalent pas avant de freiner.....	02	
La distance de freinage est courte.....	03	
Il y a peu d'espace pour circuler.....	04	
C'est dangereux de frapper un travailleur.....	05	
La signalisation est adéquate.....	06	
***Beaucoup d'imprévus sur un chantier (y compris les travailleurs qui se déplacent de façon imprévisible).....	07	N
***Le temps de réaction est plus limité (quand on va vite).....	08	N
***Manque de visibilité: poussière, angles morts, conduite de nuit, manque d'éclairage...	09	N
***Négligence/ distractions des conducteurs	10	N
***Il y a plus de risques d'accident/ de perte de contrôle du véhicule (si on va vite)	11	N
***Trop grande proximité des travailleurs	12	N
***Zone pas assez sécurisée (y compris pour les travailleurs)	13	N
***Manque de signalement/ on ne voit pas bien les signaleurs/ il n'y a pas assez de signaleurs/ signalisation inadéquate (y compris cônes mal placés)/ pas assez en avance	14	N
***Les autres conducteurs représentent un danger/ les gens se suivent/ vont à la même vitesse	15	N
***La chaussée n'est pas dans un bon état	16	N
***Beaucoup d'obstacles sur le passage (y compris machinerie, blocs de ciment et cônes...)	19	N
***Les gens sont imprudents/ font des manoeuvres risquées (y compris par impatience)	21	N
***Le fait que le conducteur ne soit pas habitué à la situation	23	N
***Les zones/ les travailleurs sont bien protégés/ éloignés de la route	51	N
***Quand la voie est libre et qu'il n'y a personne sur le chantier, il n'y a pas de risques	52	N
***Un petit dépassement de vitesse n'est pas dangereux/ les limites sont trop basses	53	N
***Je vois clairement ce qu'il se passe/ je contrôle mon véhicule	54	N
***Le gens conduisent bien en général/ Ils respectent la sécurité routière/ les accidents sont rares	55	N
Notez la réponse :	96	O
NSP/NRP	99	

Q9:

Selon ce que vous avez pu voir au cours des derniers mois sur les chantiers routiers, quels sont les comportements de conduite à risque que vous observez <u>le plus souvent</u> chez les conducteurs?

NE PAS LIRE (3 mentions possibles : distinguer la première mention des autres mentions)

Excès de vitesse	01
Impatience.....	02
Rage au volant	03
Dépassement interdit.....	04
Suivre le véhicule devant de trop près	05
Louvoyer, zigzaguer	06
Non-respect de la signalisation	07
Freinages et arrêts brusques	08
Manque de prudence / témérité.....	09
Manœuvres dangereuses envers les travailleurs du chantier routier.....	10
Manque de courtoisie envers les autres conducteurs, les signaleurs et les travailleurs	11
Automobilistes qui roulent lentement	12
Automobilistes / conducteurs qui occupent deux voies	13
Non-respect des priorités	14
Manque d'attention / distraction	15
Parler ou texter au cellulaire	16
***Changements de voie interdits/ dangereux/ sans regarder	17 N
***Les automobilistes qui coupent	18 N
***Manoeuvre, changement de direction sans signaler (clignotants)	19 N
***Rouler sur l'accotement/ sur les voies de service	22 N
Autres, préciser :	96 O
Aucun	97 X
NSP/NRP	99 X

Q10:

Selon ce que vous avez pu voir au cours des derniers mois sur les chantiers routiers, les conducteurs...?

LIRE

...Réduisent leur vitesse à la limite de vitesse affichée	1
...Réduisent leur vitesse, mais excèdent la limite affichée	2
...Ne réduisent pas leur vitesse	3
NSP/NRP	9

Q11:

Pour quelle(s) raison(s) selon vous les conducteurs ne ralentissent pas jusqu'à la limite affichée?

NE PAS LIRE (3 mentions possibles : distinguer la première mention des autres mentions)

sinon => +2
si Q10=#2-#3

Ils sont trop pressés, impatients, stressés	01
Ils veulent gagner du temps	02
Ils subissent la pression des véhicules qui les suivent	03
Ils sont inconscients du danger et des conséquences pour les travailleurs	04
Ils ne se sentent pas concernés	05
Il y a absence ou insuffisance de surveillance policière	06
Il y a absence de travailleurs ou de machineries sur le chantier	07
La circulation est fluide (ça roule bien, ce n'est pas nécessaire).....	08
Les automobilistes en général aiment la vitesse	09
Ils ne respectent pas la signalisation	10
Ils manquent de civisme et de savoir-vivre	11
Ils manquent de jugement ou d'expérience de conduite.....	12
Nous tolérons un certain excès de vitesse	13
La limite de vitesse est trop basse.....	14
La signalisation n'est pas assez visible.....	15
Les amendes ne sont pas assez élevées	16
Ils agissent ainsi par habitude, ils ont de mauvaises habitudes	17
Ils sont désensibilisés aux dangers des chantiers routiers (trop de chantiers)	18
***La distraction/ la négligence concernant les règles à suivre (la signalisation)	N
***Imprudence / témérité/ veulent montrer les performances de leur véhicules/ leur qualité de conducteur	20 N
***Ils se pensent en sécurité/ en contrôle de leur véhicule	21 N
***C'est culturel chez les Québécois/ on n'aime pas les règlements	22 N
Autres, préciser :	96 O
NSP/NRP	99 X

Q12:

Selon vous, qu'est-ce qui inciterait les conducteurs à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers ?

NE PAS LIRE, 2 mentions possibles

Augmenter la présence de surveillance policière.....	01	
Installer des radars photo.....	02	
Installer des obstacles (ralentisseurs, panneaux d'arrêt, etc.).....	03	
Installer des panneaux électriques indiquant au conducteur sa vitesse de conduite	04	
Réduire davantage la limite permise.....	05	
Installer davantage de signalisation.....	06	
S'assurer de la présence de signaleurs aux abords des chantiers routiers	07	
Prévoir des panneaux publicitaires près des chantiers.....	08	
Prévoir des affiches indiquant les pénalités associées aux excès de vitesse	09	
Installer davantage de signaux lumineux.....	10	
Placer la signalisation plus tôt.....	11	
Augmenter le montant des amendes.....	12	
Augmenter le nombre de points d'incapacité perdus.....	13	
Prévoir des sanctions plus sévères.....	14	
Enlever ou suspendre le permis de conduire lors de l'infraction.....	15	
Réaliser des campagnes publicitaires.....	16	
***L'éducation commence à l'école/ cours de civisme/ cours de conduite	18	N
***Faire une voie plus étroite/ plus sinueuse.....	19	N
***Qu'ils prennent conscience du danger pour eux-mêmes/ que les travailleurs risquent leur vie	21	
***Avoir expérimenté un accident ou celui d'un proche.....	22	N
***Moins de chantiers / Moins de chantiers en même de temps/ une meilleure gestion des chantiers	23	
***Augmenter la limite de vitesse permise.....	24	N
Autres, préciser :	96	O
NSP/NRP.....	99	X

Q13:

Depuis quelques années, le signaleur qui assure la circulation dans les zones de chantiers routiers est vêtu d'une veste (dossard) jaune-vert-fluo.

Considérez-vous que cela rend le signaleur suffisamment visible pour les conducteurs ?

Oui.....	1
Non.....	2
(NE PAS LIRE) Je n'ai pas remarqué (porté attention à) l'habillement du signaleur	3
(NE PAS LIRE) Je n'ai pas traversé de chantiers routiers nécessitant la présence d'un signaleur	4
NSP/NRP.....	9

Q14:

Saviez-vous que depuis le 10 mars 2011 les amendes sont doublées pour quiconque dépasse la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers ?

Oui.....	1
Non.....	2
NSP/NRP.....	9

Q15:

Connaissez-vous le service Québec 511 Info Transports permettant aux usagers de la route d'obtenir des renseignements pour mieux planifier leurs déplacements sur le réseau routier ?

Oui.....	1	
Non.....	2	=> Q20
NSP/NRP.....	9	=> Q20

Q16:

Au cours des derniers mois, avez-vous utilisé le service Québec 511 Info Transports pour vous informer <u>sur les entraves causées par les travaux routiers</u> ?

Si oui, dites-moi si vous avez utilisé le service téléphonique, le site Internet et/ou l'assistant numérique de poche (iPhone, BlackBerry, Palm, Android) ?

Plusieurs réponses possibles

Oui, le service téléphonique.....	1	
Oui, le site Internet.....	2	
Oui, l'application sur un téléphone intelligent.....	3	
Non, je n'ai pas utilisé Québec 511.....	7	X => Q20
NSP/NRP.....	9	X => Q20

Q17:

Au cours des derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé le service Québec 511 Info Transports pour vous informer sur les entraves causées par les travaux routiers lors de vos déplacements <u>habituels et de courte distance</u> ?

...Régulièrement.....	1
...Occasionnellement.....	2
...Rarement.....	3
...Jamais.....	4
NSP/NRP.....	9

Q18:

Au cours des derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé le service Québec 511 Info Transports pour vous informer sur les entraves causées par les travaux routiers lors de vos déplacements <u>inhabituels et de longue distance</u> ?

...Régulièrement.....	1
...Occasionnellement.....	2
...Rarement.....	3
...Jamais.....	4
NSP/NRP.....	9

Q19:

Vous est-il arrivé de modifier votre itinéraire ou vos heures de déplacement après avoir consulté les informations sur les entraves causées par les travaux routiers dans Québec 511 Info Transports ?

Est-ce...

...Régulièrement1
 ...Occasionnellement2
 ...Rarement3
 ...Jamais4
 NSP/NRP9

Q20:

Avez-vous entendu parler de L'OPÉRATION ORANGE, une journée de surveillance policière accrue sur les chantiers routiers du Québec cet été (le 16 juin 2011)?

Oui1
 Non2
 NSP/NRP9

Q21:

Avez-vous écouté la radio au cours des trois derniers mois?

Oui1
 Non2 => Q26
 NSP/NRP9 => Q26

TEXT1:

Je vais maintenant vous faire entendre un court message publicitaire diffusé à la radio cet été. Je vous demande donc d'être attentif. Cet extrait fait partie d'une campagne composée de trois publicités relativement semblables sur le même thème.

Continuer1 D

RA1FR:

Écoute de la publicité "Enfant" (en français)

\$PRONTO PLAY
 filename=MC79045_021
 A_Enfant_FR.WAV

sinon => +2
 si TRI=1 ET LANG=FR

Écoute terminée1 => Q22
 Interrompre2

STOP1:

\$PRONTO STOP
 Retour à l'intro (TEXT1)1 D => /TEXT1

RA1EN:

Écoute de la publicité "Enfant" (en anglais)

\$PRONTO PLAY
 filename=MC79045_021
 A_Enfant_EN.WAV

sinon => +2
 si TRI=1 ET LANG=EN

Écoute terminée1 => Q22
 Interrompre2

STOP2:

\$PRONTO STOP
 Retour à l'intro1 D => /TEXT1

RA2FR:

Écoute de la publicité "Excuse" (en français)

\$PRONTO PLAY
 filename=MC79045_021
 A_Excuse_FR.WAV

sinon => +2
 si TRI=2 ET LANG=FR

Écoute terminée1 => Q22
 Interrompre2

STOP3:

\$PRONTO STOP
 Retour à l'intro1 D => /TEXT1

RA2EN:

Écoute de la publicité "Excuse" (en anglais)

\$PRONTO PLAY
 filename=MC79045_021
 A_Excuse_EN.WAV

sinon => +2
 si TRI=2 ET LANG=EN

Écoute terminée1 => Q22
 Interrompre2

STOP4:

\$PRONTO STOP
 Retour à l'intro1 D => /TEXT1

RA3FR:

Écoute de la publicité "Convalescence" (en français)

\$PRONTO PLAY

filename=MC79045_021

A_Convalescence_FR.WA

V

sinon => +2
si TRI=3 ET LANG=FR

Écoute terminée1 => Q22

Interrompre2

STOP5:

\$PRONTO STOP

Retour à l'intro.....1 D => /TEXT1

RA3EN:

Écoute de la publicité "Convalescence" (en anglais)

\$PRONTO PLAY

filename=MC79045_021

A_Convalescence_EN.W

AV

sinon => +2
si TRI=3 ET LANG=EN

Écoute terminée1 => Q22

Interrompre2

STOP6:

\$PRONTO STOP

Retour à l'intro.....1 D => /TEXT1

Q22:

Vous souvenez-vous avoir déjà entendu cette publicité ou une autre variante sur le même thème à la radio?

Oui1

Non2

NSP/NRP9

Q23:

Dans l'ensemble, diriez-vous que cette publicité radio (ou celles similaires) vous a...

LIRE	
...Plu beaucoup	1
...Plu un peu	2
...Déplu un peu	3
...Déplu beaucoup	4
NSP/NRP	9

Q24:

Selon vous, quel était le PRINCIPAL MESSAGE que l'on tentait de vous communiquer dans cette publicité radiophonique?

NE PAS LIRE - plusieurs réponses possibles	
Respecter la limite de vitesse affichée (ralentir à la limite permise) dans les zones de chantiers routiers	01
Respecter les consignes du signaleur dans les zones de chantiers routiers	02
Adopter des comportements de conduite sécuritaires dans les zones de chantiers routiers	03
Faire attention aux travailleurs des chantiers routiers	04
Être patient et courtois envers les travailleurs et les autres conducteurs	05
***Être prudent/ faire attention/ être vigilant sur la route (Sans précision de "zone de chantiers routiers")	06 N
***Ralentir/ c'est dangereux d'aller trop vite/ de ne pas respecter les limites de vitesse (Sans précision de "zones de chantiers routiers")	07 N
***Faire attention aux autres sur la route (Sans précision de "travailleurs des chantiers routiers")/ vous n'êtes pas seul sur la route/ risque de frapper/de tuer une personne	08 N
***Un accident ça peut toucher beaucoup de monde/ peut arriver à un proche	09 N
***Sensibiliser/ faire réfléchir/ faire prendre conscience/ responsabiliser/ culpabiliser (Général)	15 N
***Il sera difficile de vivre avec un accident mortel sur la conscience/ d'oser l'expliquer aux proches	16 N
Autres, préciser :	96 O
NSP/NRP	99 X

Q25:

Selon vous, cette publicité radio (ou celles similaires) est-elle un moyen très efficace, assez, peu ou pas du tout efficace pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers ?

Très efficace.....	1
Assez efficace	2
Peu efficace	3
Pas du tout.....	4
NSP/NRP	9

Q26:

Au cours des derniers mois, avez-vous remarqué aux abords des chantiers des AFFICHES représentant un cône de signalisation orange servant de porte-voix avec l'inscription " Chantiers devant, soyez prudents " ou l'inscription " Ralentissez "?

Oui	1
Non	2
NSP/NRP	9

Q27:

Au cours des derniers mois, avez-vous remarqué aux abords de certains chantiers routiers des AFFICHES jaune et noir avec l'inscription " Nous sommes présents, ralentissez " signalant une présence policière accrue?

Oui1
Non2
NSP/NRP9

Q28:

Au cours des derniers mois, avez-vous remarqué aux abords des chantiers ou le long des autoroutes ou des grands axes routiers du Québec des PANNEAUX À AFFICHAGE NUMÉRIQUE avec des conseils de sécurité tels que : " Dans les zones de chantiers, gardez une distance sécuritaire " ou " À l'approche d'un chantier, surveillez les panneaux orange " ou " Pour savoir où sont les entraves, consultez Québec 511 " ?

Oui1
Non2
NSP/NRP9

Q29:

Selon vous, la diffusion de conseils de sécurité sur ces affiches et ces panneaux électroniques le long des routes est-il un moyen très efficace, assez, peu ou pas du tout efficace pour amener les conducteurs à être plus prudents dans les zones de chantiers routiers ?

si Q26=1 OU Q27=1 OU Q28=1
sinon => +1

Très efficace1
Assez efficace2
Peu efficace3
Pas du tout4
NSP/NRP9

Q30:**FRANCOPHONE SEULEMENT**

Avez-vous regardé la chaîne télévisée de MétéoMédia au cours des trois derniers mois?

si LANG=FR
sinon => +2

Oui1
Non2 => Q32
NSP/NRP9 => Q32

Q31:**FRANCOPHONE SEULEMENT**

Au cours des derniers mois, avez-vous vu au moins une des chroniques de la programmation de MétéoMédia sur les " Travaux routiers " diffusées le matin du lundi au vendredi, où une voix hors champ décrit les entraves du jour, avec cartes à l'appui à l'écran?

Oui1
Non2
NSP/NRP9

Q32:

Avez-vous consulté le portail Internet Cyberpresse entre le 20 juin et le 14 août 2011?

Oui1
Non2 => +2
NSP/NRP9 => +2

Q33:

Sous le menu principal de la page d'accueil Cyberpresse, avez-vous remarqué un lien texte «Travaux routiers Québec 511 » ?

Oui1
Non2
NSP/NRP9

SKP1:

Poser Q34 si exposé à la campagne (Q22 OU Q26 OU Q27 OU Q28 OU Q31 OU Q33=OUI)

=> +1

si Q22=1 OU Q26=1 OU Q27=1 OU Q28=1 OU Q31=1 OU Q33=1

Q34A:

écran [modèle 3] -> Q34E

permutation -> Q34E

Je vais maintenant vous lire quelques ÉNONCÉS relatifs à l'ensemble de la campagne publicitaire et j'aimerais que vous m'indiquiez votre niveau d'accord avec chacun. Cette campagne publicitaire vous a <u>personnellement</u> amené...

... à respecter la limite de vitesse affichée dans les zones de chantiers routiers.

Tout à fait d'accord1
Plutôt d'accord2
Plutôt en désaccord3
Tout à fait en désaccord4
(NE PAS LIRE) J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé7
(NE PAS LIRE) NSP/NRP9

Q34B:

Je vais maintenant vous lire quelques ÉNONCÉS relatifs à l'ensemble de la campagne publicitaire et j'aimerais que vous m'indiquiez votre niveau d'accord avec chacun. Cette campagne publicitaire vous a <u>personnellement</u> amené...

... à respecter les consignes du signaleur routier.

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord	4
(NE PAS LIRE) J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé.....	7
(NE PAS LIRE) NSP/NRP.....	9

Q34C:

Je vais maintenant vous lire quelques ÉNONCÉS relatifs à l'ensemble de la campagne publicitaire et j'aimerais que vous m'indiquiez votre niveau d'accord avec chacun. Cette campagne publicitaire vous a <u>personnellement</u> amené...

... à consulter <i>Québec 511</i> pour planifier vos déplacements en fonction des chantiers routiers.

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord	4
(NE PAS LIRE) J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé.....	7
(NE PAS LIRE) NSP/NRP.....	9

Q34D:

Je vais maintenant vous lire quelques ÉNONCÉS relatifs à l'ensemble de la campagne publicitaire et j'aimerais que vous m'indiquiez votre niveau d'accord avec chacun. Cette campagne publicitaire vous a <u>personnellement</u> amené...

... à faire preuve de courtoisie envers les travailleurs et les autres conducteurs.

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord	4
(NE PAS LIRE) J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé.....	7
(NE PAS LIRE) NSP/NRP.....	9

Q34E:

Je vais maintenant vous lire quelques ÉNONCÉS relatifs à l'ensemble de la campagne publicitaire et j'aimerais que vous m'indiquiez votre niveau d'accord avec chacun. Cette campagne publicitaire vous a <u>personnellement</u> amené...

... à être plus prudent lorsque vous circulez dans les zones de chantiers routiers.

Tout à fait d'accord.....	1
Plutôt d'accord	2
Plutôt en désaccord.....	3
Tout à fait en désaccord	4
(NE PAS LIRE) J'adopte déjà ce comportement / déjà sensibilisé.....	7
(NE PAS LIRE) NSP/NRP.....	9

Q35:

Selon vous, est-ce très important, assez, peu ou pas du tout important de diffuser une campagne publicitaire pour rappeler aux usagers de la route les comportements sécuritaires à adopter lorsqu'ils circulent pendant la période des chantiers routiers ?

Très important	1
Assez important.....	2
Peu important.....	3
Pas du tout important	4
NSP/NRP	9

Q36:

Parmi les choix suivants, quels seraient les <u>trois meilleurs moyens</u> pour vous sensibiliser personnellement à la sécurité lorsque vous circulez dans les zones de chantiers routiers ?

LIRE - 3 réponses possibles

permutation -> 8	
Une publicité à la télévision	01
De l'affichage aux abords des routes.....	02
Une publicité à la radio.....	03
Une publicité dans les journaux	04
Une publicité dans les magazines.....	05
Une publicité sur un site Internet (par exemple Cyberpresse)	06
Une publicité sur Facebook ou Youtube.....	07
Un envoi postal.....	08
NSP/NRP	99 X

Q37:

Pour terminer, voici quelques questions de classification, pour nous permettre de regrouper vos réponses avec celles des autres répondants. Depuis combien d'années détenez-vous un permis de conduire?

LIRE	
...3 ans ou moins.....	1
...4 à 9 ans.....	2
...10 à 19 ans.....	3
...20 à 30 ans.....	4
...Plus de 30 ans.....	5
NSP/NRP.....	9

Q38:

En tant que conducteur, environ quelle distance parcourez-vous annuellement sur les routes du Québec? Est-ce...?

LIRE	
...Moins de 5 000 km (moins de 3 000 milles).....	1
...5 000 à 10 000 km (3 000 à 6 000 milles).....	2
...10 000 à 20 000 km (6 000 à 12 000 milles).....	3
...20 000 à 25 000 km (12 000 à 15 000 milles).....	4
...25 000 à 30 000 km (15 000 à 18 000 milles).....	5
...30 000 km et plus (18 000 milles et plus).....	6
NSP/NRP.....	9

SCOL:

À quel niveau se situe la dernière année de scolarité que vous avez terminée ? Est-ce...?

LIRE	
... Primaire (7 ans ou moins).....	1
... Secondaire (DES de formation générale ou professionnelle (8 à 12 ans)).....	2
... Collégial (DEC de formation préuniversitaire, de formation technique, certificats (CEP), attestations (AEC) ou diplômes de perfectionnement (DEP)).....	3
... Universitaire certificats et diplômes.....	4
... Universitaire 1^{er} cycle Baccalauréat (incluant cours classique).....	5
... Universitaire 2^e cycle Maîtrise.....	6
... Universitaire 3^e cycle Doctorat.....	7
Refus.....	9

EMPL2:

Travaillez-vous à TEMPS PLEIN, à TEMPS PARTIEL, êtes-vous en RECHERCHE D'EMPLOI, AU FOYER, ÉTUDIANT(E) ou RETRAITÉ(E) ?

TEMPS PLEIN (30 heures ou plus par semaine).....	1
TEMPS PARTIEL (moins de 30 heures par semaine).....	2
RECHERCHE D'EMPLOI (Ass.chômage/Ass.sociale).....	3
AU FOYER.....	4
ETUDIANT(E).....	5
RETRAITÉ(E).....	6
REFUS.....	9

REVEN:

Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le REVENU total avant impôt de tous les membres de votre foyer pour l'année 2010, est-ce...?

LIRE	
...19 999\$ et moins.....	1
...entre 20 000\$ et 39 999\$.....	2
...entre 40 000\$ et 59 999\$.....	3
...entre 60 000\$ et 79 999\$.....	4
...entre 80 000\$ et 99 999\$.....	5
...100 000\$ et plus.....	6
Je préfère ne pas répondre.....	9

INT99:

Fin de l'entrevue. Durée: ST Date: SD Heure: SH Questionnaire: SQ

LÉGER MARKETING VOUS REMERCIE DE VOTRE PARTICIPATION En terminant l'entrevue ("CO"), l'intervieweur atteste ce qui suit: " Je déclare que cette entrevue a été effectuée avec la personne mentionnée, en conformité avec l'échantillon généré et que toutes les questions exigeant une réponse ont été posées au répondant."

Complété.....CO D => /FIN

INTRO:

Date: \$D Time: \$H

Good morning (afternoon, evening), my name is \$I and I'm calling from LEGER MARKETING. We are currently conducting an important study on raising awareness about road safety and your cooperation would be greatly appreciated.

=> /INT04

si SEL1>0

YES, CONTINUE INTERVIEW	01	D	=> /LASTQ
Answering machine	AM		=> /FIN
Line busy	BU		=> /FIN
No service	NS		=> /FIN
No answer	NA		=> /FIN
Fax/modem	FM		=> /FIN
Appointment (Date and time specified)	FX	O	=> /RV
To call back (Date and time unspecified)	CB		=> /RV
Refusal	RE		=> /FIN
Definite refusal	DR		=> /FIN
Language Barrier	LB		=> /FIN
Non-residential	NR		=> /FIN
Respondent not capable of completing survey (hard of hearing, speech problem, etc.)	NC		=> /FIN
Duplicate number	DN		=> /FIN
Cellular phone / Pager	CE		=> /FIN
Contact person is deceased	CD	N	=> /FIN
Contact person is unavailable for duration of project	AD	N	=> /FIN
Wrong contact (person we want to speak with can't be reached at this number)	WC	NO	=> /FIN

PEOPL:

First, to obtain respondents of all ages, how many people 16 years of age or older currently live in your household and have a valid driver's licence, including yourself?

[IF BLOCKED AT SELECTION QUESTION] "I am asking you for the number of people in your household in order to choose the person who will have the opportunity to answer the survey, the respondent asks why he or she cannot answer, continue with "it is not that I don't want the interview with you. The selection is done by computer in order to interview respondents all ages and genders. Random selection ensures a good representation of both aspects."

\$E 16

0 None (no driver's licence) (THANK AND TERMINATE)	00	=> INT52
1 One (ASK TO SPEAK WITH THIS PERSON)	01	
2 Two	02	
3 Three	03	
4 Four	04	
5 Five	05	
6 Six or more	06	
DNK/NR - PROBE (THANK AND TERMINATE)	99	=> INT51

INT51:

Unfortunately, the quotas for your profile have been reached. Thank you for your cooperation.

=> +1

si PEOPL<>99

Not eligible; REFUSAL at grid N1 D => /FIN

INT52:

Unfortunately, the quotas for your profile have been reached. Thank you for your cooperation.

sinon => +1

si PEOPL=#1

Not eligible - Nobody 16 years of age or older with a valid driver's licence N2 D => /FIN

SEL1:

RANDOM SELECTION OF RESPONDENT May I speak to ... the person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence -the 2nd person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence -the 3rd person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence

the person who has a driver's licence	1	
the person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence		2
the 2nd person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence		3
the 3rd person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence		4
the 4th person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence		5
the 5th person who will celebrate his or her birthday next and who has a driver's licence		6

INT04:

Date : \$D Heure : \$H

(premier rendez-vous:<sel> In that case, may I please speak with <SEL1> Good morning (afternoon, evening), my name is \$I and I am calling you from LÉGER MARKETING. We are currently conducting an important study on raising awareness about road safety and your cooperation would be greatly appreciated. Are you at least 16 years of age or older?

YES, CONTINUE INTERVIEW	01	D	=> /LASTQ (ERR)
Appointment (Date and time specified)	FX	O	=> /RV
To call back (Date and time unspecified)	CB	O	=> /RV
Refusal	R1		=> /FIN
Refusal of selected respondent	R2		=> /FIN
Language Barrier	LB		=> /FIN
Respondent not capable of completing survey (hard of hearing, speech problem, etc.)		NC	=> /FIN
Contact person is unavailable for duration of project	AD		=> /FIN

TRI:

Pour alternance des pubs radio

```

=> *
si IF((TRI>0),TRI, IF(((QTF(4)+QTC(4))<=(QTF(3)+QTC(3)) AND
(QTF(4)+QTC(4))<=(QTF(2)+QTC(2))),3,
IF(((QTF(3)+QTC(3))<=(QTF(4)+QTC(4)) AND
(QTF(3)+QTC(3))<=(QTF(2)+QTC(2))),2,
IF(((QTF(2)+QTC(2))<=(QTF(4)+QTC(4)) AND
(QTF(2)+QTC(2))<=(QTF(3)+QTC(3))),1,0)))

```

1.....1
 2.....2
 3.....3

Q1:

Can you tell me in which age group you belong, is it between...?

READ

...16 and 19 years of age.....1 => +2
 ...20 and 24 years of age.....2 => +2
 ...25 and 34 years of age.....3 => +2
 ...35 and 44 years of age.....4 => +2
 ...45 and 54 years of age.....5 => +2
 ...55 and 64 years of age.....6 => +2
 ...65 and 74 years of age.....7 => +2
 ...or 75 years of age or older8 => +2
 Refusal9

INT53:

Unfortunately, the quotas for your profile have been reached.
 Thank you for your cooperation.

Not eligible - AGE.....N3 D => /FIN

Q2:

Enter respondent's gender:

Male.....1
 Female2

Q3:

What is the language you first learned at home in your childhood and that you still understand?

French.....1
 English2
 Other3
 French and English.....7
 French and other4
 English and other5
 Other and other.....6
 Dnk/Refusal9

Q4:

Since LAST JUNE, as a driver of a road vehicle (automobile, motorcycle, truck), did you travel through one or more ROAD CONSTRUCTION ZONES along Québec roads or major highways (numbered highways)?

Yes1 => +2
 No2
 DNK/NR9

INT54:

Unfortunately, the quotas for your profile have been reached.
 Thank you for your cooperation.

Not eligible - ROADWORK ZONES.....N4 D => /FIN

Q5:

Still since last June, approximately HOW MANY TIMES did you travel through road construction zones along Québec roads or major highways (numbered highways)? Would you say...?

READ

...Fewer than 5 times.....1
 ...5 to 10 times.....2
 ...11 to 20 times.....3
 ...21 to 50 times.....4
 ...More than 50 times.....5
 DNK/NR9

Q6:

Do you consider that speed limits posted in roadwork zones are...

READ

...Too high.....1
 ...Adequate.....2
 ...Too low.....3
 DNK/NR9

Q7:

Let's suppose you exceed the speed limit in roadwork zones, would you say that the risk to your safety, to other drivers, and roadwork site workers is...

READ

...Very high.....1
 ...Somewhat high.....2
 ...Somewhat low.....3
 ...Very low.....4
 DNK/NR9

Q8:

For what main reason do you think the risks are <Q7>?

DO NOT READ - possibility of 1 answer

=> +1
si Q7=9

Drivers are going faster than the speed limit.....	01
Drivers don't signal before braking.....	02
The distance to brake is short.....	03
There is little room to drive.....	04
It's dangerous to hit a worker.....	05
The road signs are adequate.....	06
.....	07 N
.....	08 N
.....	09 N
.....	10 N
.....	11 N
.....	12 N
.....	13 N
.....	14 N
.....	15 N
.....	16 N
.....	19 N
.....	21 N
.....	23 N
.....	51 N
.....	52 N
.....	53 N
.....	54 N
.....	55 N
Record answer:.....	96 O
DNK/NR.....	99

Q9:

Based on what you have seen over the last few months on roadwork sites, what risky driving behaviour have you witnessed <u>most often</u>?

DO NOT READ (possibility of providing 3 answers: distinguish between the first and subsequent answers)

Speeding.....	01
Impatience.....	02
Road rage.....	03
Prohibited vehicle passing.....	04
Following the vehicle too closely.....	05
To weave, zigzag.....	06
Not respecting road signs.....	07
Abrupt braking and stops.....	08
Not being careful / recklessness.....	09
Dangerous driving around road construction workers.....	10
Lack of courtesy towards other drivers, flag person and workers.....	11
Drivers going slowly.....	12
Motorists / drivers taking up two lanes.....	13
Not respecting who has priority.....	14
Not paying attention / distraction.....	15
Talking or texting on cell phones.....	16
.....	17 N
.....	18 N
.....	19 N
.....	22 N
Other, specify:.....	96 O
None.....	97 X
DNK/NR.....	99 X

Q10:

Based on what you have seen over the last few months on roadwork sites, do drivers...?

READ

...reduce their speed to the speed limit posted.....	1
...reduce their speed, but exceed the posted limit.....	2
...not reduce their speed.....	3
DNK/NR.....	9

Q11:

Why do you think drivers do not slow down to respect the posted limit?

DO NOT READ (possibility of providing 3 answers: distinguish between the first and subsequent answers)

sinon => +2	
si Q10=#2-#3	
They are in a hurry, impatient, stressed.....	01
They want to save time	02
They are under pressure from vehicles behind them	03
They are unaware of the dangers and consequences to workers.....	04
They don't feel concerned.....	05
There is an absence or not enough police surveillance.....	06
There are no workers or machines on site.....	07
Traffic is flowing (good traffic flow, it's not necessary).....	08
Drivers generally like to speed	09
They don't respect the road signs	10
They are not civic-minded and lack the driving skills	11
They lack judgement or driving experience	12
We tolerate a certain amount of speeding	13
The speed limit is too low.....	14
The road sign is not visible enough	15
The fines are not high enough.....	16
They do it out of habit, they have bad habits.....	17
They are desensitized to the dangers of work sites (too many work sites).....	18
.....	19 N
.....	20 N
.....	21 N
.....	22 N
Other, specify:	96 O
DNK/NR	99 X

Q12:

In your opinion, what would motivate drivers to respect the speed limit posted in roadwork zones?

DO NOT READ, possibility of providing 2 answers

Increase police surveillance.....	01
Install photo radars	02
Install obstacles (speed bumps, stop signs, etc.).....	03
Install electric panels indicating the speed limit to drivers	04
Reduce the allowed speed limit	05
Install more road signs	06
Ensure the presence of a flag person near road worksites	07
Provide advertising billboards near worksites	08
Provide posters indicating fines associated with speeding	09
Install more traffic lights.....	10
Place the road signs earlier on the road.....	11
Increase the fines	12
Increase the number of demerit points	13
Provide harsher sanctions	14
Remove or suspend the driver's licence at the time of the offense.....	15
Produce advertising campaigns.....	16
.....	18 N
.....	19 N
.....	21 N
.....	22 N
.....	23 N
.....	24 N
Other, specify:	96 O
DNK/NR	99 X

Q13:

In recent years, the flag person who ensures circulation in roadwork zones is wearing a fluorescent yellow-green vest (safety vest).

Do you consider that this vest makes the flag person visible enough for drivers?

Yes

No

(DO NOT READ) I haven't noticed (or paid attention to) how the flag person is dressed 3

(DO NOT READ) I haven't driven through roadwork sites requiring the presence of a flag person4

DNK / NR.....9

Q14:

Did you know that since March 10, 2011, fines have doubled for anyone who exceeds the speed limit posed in roadwork zones?

Yes

No

DNK/NR

Q15:

Do you know of the Québec 511 Info Transports service that allows road users to obtain information to better plan their trips on the road network?

Yes1
 No2 => Q20
 DNK/NR9 => Q20

Q16:

In recent months, have you used the Québec 511 Info Transports service to inform yourself about hindrances caused by road work? If so, please tell me if you used the phone service, the Web site and/or a personal digital assistant (iPhone, BlackBerry, Palm, Android)?

Multiple answers allowed

Yes, the phone service1
 Yes, the Web site2
 Yes, the smartphone application (PDA)3
 No, I've never used Québec 5117 X => Q20
 DNK/NR9 X => Q20

Q17:

In recent months, how often have you used the Québec 511 Info Transports service to inform yourself about the hindrances caused by road work when you travel your habitual route for short distances?

...Regularly1
 ...Occasionally2
 ...Rarely3
 ...Never4
 DNK/NR9

Q18:

In recent months, how often have you used the Québec 511 Info Transports service to inform yourself about the hindrances caused by road work when you travel an unfamiliar route for long distances?

...Regularly1
 ...Occasionally2
 ...Rarely3
 ...Never4
 DNK/NR9

Q19:

Have you changed your itinerary or your travel time after having consulted the information on hindrances caused by road work on Québec 511 Info Transports?

...Regularly1
 ...Occasionally2
 ...Rarely3
 ...Never4
 DNK/NR9

Q20:

Have you heard about OPÉRATION ORANGE, a day of increased police surveillance on roadwork sites in Québec this summer (on June 16, 2011)?

Yes1
 No2
 DNK/NR9

Q21:

Did you listen to the radio in the last three months?

Yes1
 No2 => Q26
 DNK/NR9 => Q26

TEXT1:

I'm now going to have you listen to a short ad broadcast on the radio this past summer. I would like you to listen attentively. This excerpt is part of a campaign that included three relatively similar messages on the same theme.

Continue1 D

RA1FR:

Écoute de la publicité "Enfant" (en français)

\$PRONTO PLAY
 filename=MC79045_021
 A_Enfant_FR.WAV

sinon => +2

si TRI=1 ET LANG=FR

Écoute terminée1 => Q22
 Interrompte2

STOP1:

\$PRONTO STOP

Retour a l'intro (TEXT1)1 D => /TEXT1

RA1EN:

Écoute de la publicité "Enfant" (en anglais)

\$PRONTO PLAY
filename=MC79045_021
A_Enfant_EN.WAV

sinon => +2
si TRI=1 ET LANG=EN

Écoute terminée1 => Q22
Interrompre2

STOP2:

\$PRONTO STOP
Retour a l'intro.....1 D => /TEXT1

RA2FR:

Écoute de la publicité "Excuse" (en français)

\$PRONTO PLAY
filename=MC79045_021
A_Excuse_FR.WAV

sinon => +2
si TRI=2 ET LANG=FR

Écoute terminée1 => Q22
Interrompre (retour a l'intro)2

STOP3:

\$PRONTO STOP
Retour a l'intro.....1 D => /TEXT1

RA2EN:

Écoute de la publicité "Excuse" (en anglais)

\$PRONTO PLAY
filename=MC79045_021
A_Excuse_EN.WAV

sinon => +2
si TRI=2 ET LANG=EN

Écoute terminée1 => Q22
Interrompre (retour a l'intro)2

STOP4:

\$PRONTO STOP
Retour a l'intro.....1 D => /TEXT1

RA3FR:

Écoute de la publicité "Convalescence" (en français)

\$PRONTO PLAY
filename=MC79045_021
A_Convalescence_FR.WAV

sinon => +2
si TRI=3 ET LANG=FR

Écoute terminée1 => Q22
Interrompre (retour a l'intro)2

STOP5:

\$PRONTO STOP
Retour a l'intro.....1 D => /TEXT1

RA3EN:

Écoute de la publicité "Convalescence" (en anglais)

\$PRONTO PLAY
filename=MC79045_021
A_Convalescence_EN.WAV

sinon => +2
si TRI=3 ET LANG=EN

Écoute terminée1 => Q22
Interrompre (retour a l'intro)2

STOP6:

\$PRONTO STOP
Retour a l'intro.....1 D => /TEXT1

Q22:

Do you recall ever having heard this radio ad or a variation on the same theme?

Yes1
No2
DNK/NR9

Q23:

Overall, would you say that you...

READ
...liked this radio ad (or similar ones) a lot1
...liked this radio ad (or similar ones) a little2
...disliked this radio ad (or similar ones) a little3
...disliked this radio ad (or similar ones) a lot4
DNK/NR9

Q24:

In your opinion, what was the MAIN MESSAGE that they were trying to communicate to you in this radio ad?

DO NOT READ - multiple answers allowed

Respect the speed limit posted (slow down to the speed limit) in roadwork zones	01
Respect the instructions of the flag person in roadwork zones	02
Adopt safe driving behaviour in roadwork zones	03
Be careful about road construction workers	04
Be patient and courteous towards workers and other drivers	05
.....	06 N
.....	07 N
.....	08 N
.....	09 N
.....	15 N
.....	16 N
Other, specify:	96 O
DNK/NR	99 X

Q25:

In your opinion, is this radio ad (or similar ads) a very, somewhat, not very or not an effective way at all to get drivers to be more careful in roadwork zones?

Very effective	1
Somewhat effective	2
Not very effective	3
Not effective at all	4
DNK / NR	9

Q26:

In the last few months, did you notice SIGNS around construction sites with an orange traffic cone used as a megaphone and bearing the inscription "Chantiers devant, soyez prudents" (which means, 'Construction sites ahead, be careful') or the inscription "Slow Down" ?

Yes	1
No	2
DNK/NR	9

Q27:

In the last few months, did you notice any yellow and black SIGNS around certain road construction sites with the inscription "Nous sommes présents, ralentissez," (which means, 'police surveillance, slow down') to announce a strong police presence?

Yes	1
No	2
DNK/NR	9

Q28:

In the last few months, did you notice around construction sites or along Québec's roads and major highways, any ELECTRONIC BULLETIN BOARDS with safety advice such as: "In construction zones, keep a safe distance," or "When approaching a construction site, pay attention to orange signs" or "To find out where the obstructions are, consult Québec 511"?

Yes	1
No	2
DNK/NR	9

Q29:

In your opinion, is broadcasting safety advice on these signs and electronic bulletin boards along roads a very effective, somewhat, not very or not an effective way at all to get drivers to be more careful in roadwork zones?

sinon => +1	
si Q26=1 OU Q27=1 OU Q28=1	
Very effective	1
Somewhat effective	2
Not very effective	3
Not effective at all	4
DNK / NR	9

Q30:**FRANCOPHONE SEULEMENT**

Avez-vous regardé la chaîne télévisée de MétéoMédia au cours des trois derniers mois?

sinon => +2	
si LANG=FR	
Oui	1
Non	2
NSP/NRP	9
	=> Q32
	=> Q32

Q31:**FRANCOPHONE SEULEMENT**

In the last few months, did you see at least one of the roadwork reports on MétéoMédia broadcast in the morning from Monday to Friday, in which a voice over describes any slowdowns for the day, with supporting maps on screen?

Yes	1
No	2
DNK/NR	9

Q32:

Did you consult the Cyberpresse Internet portal between June 20 and August 14, 2011?

Yes1
 No2 => +2
 DNK/NR9 => +2

Q33:

Under the main menu of the Cyberpresse homepage, did you notice a text related to "Travaux routiers (roadwork) Québec 511"?

Yes1
 No2
 DNK/NR9

SKP1:

Poser Q34 si exposé à la campagne (Q22 OU Q26 OU Q27 OU Q28 OU Q31 OU Q33=OUJ)

=> +1
 sinon => +6
 si Q22=1 OU Q26=1 OU Q27=1 OU Q28=1 OU Q31=1 OU Q33=1

Q34A:

écran [modèle 3] -> Q34E
 permutation -> Q34E

I am now going to read you a few STATEMENTS about this advertising campaign overall and I would like you to indicate your level of agreement with each. This advertising campaign has <u>personally</u> motivated you...
 ... to respect the posted speed limit in roadwork zones.

Strongly agree1
 Somewhat agree2
 Somewhat disagree3
 Strongly disagree4
 (DO NOT READ) I have already adopted that behaviour / already aware?7
 (DO NOT READ) DNK/NR9

Q34B:

I am now going to read you a few STATEMENTS about this advertising campaign overall and I would like you to indicate your level of agreement with each. This advertising campaign has <u>personally</u> motivated you...
 ... to respect the instructions of the flag person on the road.

Strongly agree1
 Somewhat agree2
 Somewhat disagree3
 Strongly disagree4
 (DO NOT READ) I have already adopted that behaviour / already aware?7
 (DO NOT READ) DNK/NR9

Q34C:

I am now going to read you a few STATEMENTS about this advertising campaign overall and I would like you to indicate your level of agreement with each. This advertising campaign has <u>personally</u> motivated you...
 ... to consult <i>Québec 511</i> to plan your trips based on road work.

Strongly agree1
 Somewhat agree2
 Somewhat disagree3
 Strongly disagree4
 (DO NOT READ) I have already adopted that behaviour / already aware?7
 (DO NOT READ) DNK/NR9

Q34D:

I am now going to read you a few STATEMENTS about this advertising campaign overall and I would like you to indicate your level of agreement with each. This advertising campaign has <u>personally</u> motivated you...
 ... to show courtesy towards workers and other drivers.

Strongly agree1
 Somewhat agree2
 Somewhat disagree3
 Strongly disagree4
 (DO NOT READ) I have already adopted that behaviour / already aware?7
 (DO NOT READ) DNK/NR9

Q34E:

I am now going to read you a few STATEMENTS about this advertising campaign overall and I would like you to indicate your level of agreement with each. This advertising campaign has <u>personally</u> motivated you...
 ... to be more careful when you drive in roadwork zones.

Strongly agree1
 Somewhat agree2
 Somewhat disagree3
 Strongly disagree4
 (DO NOT READ) I have already adopted that behaviour / already aware?7
 (DO NOT READ) DNK/NR9

Q35:

In your opinion, is it very, somewhat, not very or not important at all to broadcast an advertising campaign to remind road users to adopt safe behaviour when they travel during the road work period?

Very important1
 Somewhat important2
 Not very important3
 Not important at all4
 DNK/NR9

Q36:

Among the following choices, which would be the <u>three best ways</u> to personally raise your awareness of safety when you travel through roadwork zones?

READ - 3 possible answers

permutation -> 8	
An ad on television01
Signs along the road02
An ad on the radio03
An ad in the newspapers04
An ad in magazines05
An ad on a Web site (Cyberpresse, for example)06
An ad on Facebook or Youtube07
A mailing08
DNK/NR99 X

Q37:

I would like to end with a few classification questions, which will allow us to group your answers with those of other respondents. How many years have you had a driver's licence?

READ

...3 years or less	1
...4 to 9 years	2
...10 to 19 years	3
...20 to 30 years	4
...More than 30 years	5
DNK/NR	9

Q38:

As a driver, what distance do you travel annually on Québec roads? Is it...?

READ

...Less than 5,000 km (less than 3,000 miles)	1
...5,000 to 10,000 km (3,000 to 6,000 miles)	2
...10,000 to 20,000 km (6,000 to 12,000 miles)	3
...20,000 to 25,000 km (12,000 to 15,000 miles)	4
...25,000 to 30,000 km (15,000 to 18,000 miles)	5
...30,000 km or more (18,000 miles or more)	6
DNK/NR	9

SCOL:

What is the last year of education that you have completed? Is it...

READ

... Elementary (7 years or less)	1
... High School, general or professional (8 to 12 years)	2
... College pre-university, technical training, certificate (CEP), accreditation (AEC) or proficiency diploma (DEP) (13-15 years)	3
... University certificates and diplomas	4
... University Bachelor (including classical studies)	5
... University Masters	6
... University Doctorate (PhD)	7
Refusal	9

EMPL2:

Do you work FULL TIME, PART TIME, are LOOKING FOR WORK, are a HOMEMAKER, a STUDENT or are you RETIRED?

FULL TIME (30 hours or more per week)	1
PART TIME (less than 30 hours per week)	2
LOOKING FOR WORK (Unemployment/Welfare)	3
HOMEMAKER	4
STUDENT	5
RETIRED	6
REFUSAL	9

REVEN:

Which of the following categories reflects the total INCOME before taxes of all members of your household in 2010? Is it...?

READ

...\$19,999 or less	1
...between \$20,000 and \$39,999	2
...between \$40,000 and \$59,999	3
...between \$60,000 and \$79,999	4
...between \$80,000 and \$99,999	5
...\$100,000 or more	6
Dnk/Refusal	9

INT99:

Fin de l'entrevue. Durée: \$T Date: \$D Heure: \$H Questionnaire: \$Q

LEGER MARKETING THANKS YOU FOR YOUR PARTICIPATION By completing the interview ("CO"), the interviewer attests: "I declare that this interview was conducted with the person mentioned, in conformity with the generated sample and that all the questions requiring a response were duly provided by the respondent."

CompleteCO D => /FIN



ANNEXES

86

ANNEXE 3 : CONTACTS ET COORDONNÉES

Pour plus d'information au sujet de cette étude, veuillez contacter :

Nom	Caroline Lévesque
Titre	Chargée de recherche
Courriel	clevesque@legermarketing.com
Téléphone	418-522-7467 poste 17
Cellulaire	418-209-9821
Nom	Caroline Roy
Titre	Vice-présidente et direction du bureau de Québec
Courriel	croy@legermarketing.com
Téléphone	418-522-7467 poste 28
Cellulaire	418-254-1825

