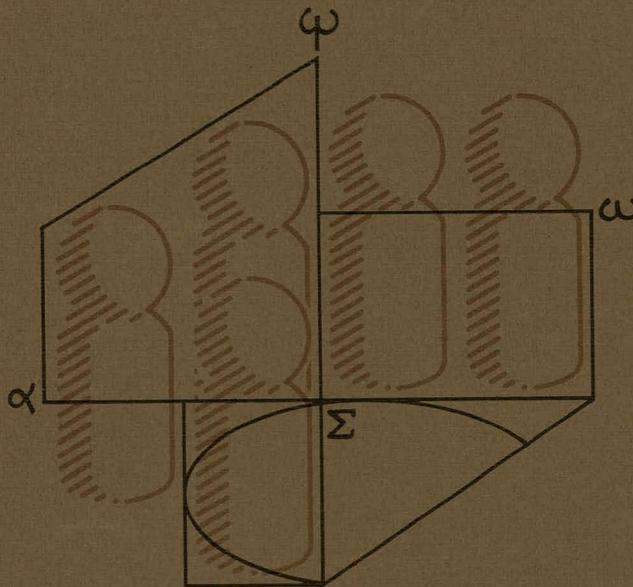


CRÉATEC+

recherche-marketing

MESURE DE L'IMPACT ET DES EFFETS
DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE
DURANT LA REFECTION DE LA 20



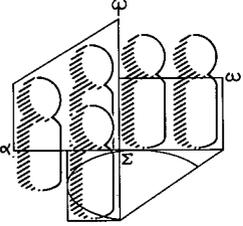
CANQ
TR
BSM
CO
222



6:04:00
A-20 Publications, 1989, Imprimerie
publiataire
F&I : 001139
MINISTÈRE DES TRANSPORTS
CENTRE DE DOCUMENTATION
35, RUE DE PORT-ROYAL EST,
4^e ETAGE
MONTREAL (QUEBEC)
H3L 3T1
C.G. : 0139

305739

CRÉATEC+
recherche-marketing



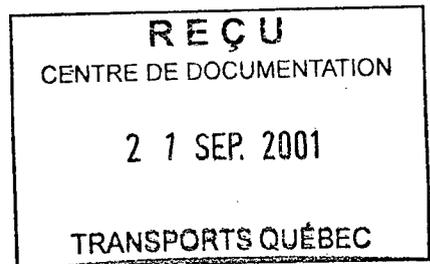
206, avenue des Pins est.
Montréal, Qué. H2W 1P1
(514) 844-1127

RAPPORT CONFIDENTIEL
DE RECHERCHE QUANTITATIVE

MESURE DE L'IMPACT ET DES EFFETS
DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE
DURANT LA REFECTION DE LA 20

Claire Bourget

Remis à: Christiane Desjardins
Direction des Communications
MINISTÈRE DES TRANSPORTS
DU QUÉBEC



Juin 1989

CANQ
TR
BSM
CO
222

TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
INTRODUCTION	1
1. OBJECTIFS	3
2. MÉTHODOLOGIE	
2.1 Groupe-cible	5
2.2 Échantillonnage	6
2.3 Questionnaire	8
2.4 Cueillette et analyse des données	8
2.5 Pondération	9
2.6 Démarche suivie	9
3. POINTS SAILLANTS	11
4. SYNTHÈSE GRAPHIQUE	18
5. DÉTAIL DES RÉSULTATS	
5.1 Profil des répondants	36
5.2 Rappel pré-travaux	37
5.3 Rappel général durant travaux	38
5.4 Rappels spécifiques durant travaux	39
5.5 Rappel du slogan	41
5.6 Effets de la campagne	42
5.7 Opinions des répondants	45
5.8 Connaissance de la ligne d'information «24 heures» ..	47

TABLE DES MATIÈRES

(Suite)

Page

LISTE DES TABLEAUX

1: Groupe-cible par division de recensement	5
2: Résultats des contacts téléphoniques	7
3: Impact de la campagne	12
4: Effets de la campagne	14 & 16

APPENDICE 1 - QUESTIONNAIRE

APPENDICE 2 - TABLEAUX DES RÉSULTATS

INTRODUCTION

- ° Ce rapport présente les résultats d'un sondage représentatif visant à évaluer l'impact et les effets d'une campagne d'information menée par le MINISTÈRE DES TRANSPORTS du Québec. Cette campagne, menée entre avril et août '89, porte sur les travaux de réfection de l'autoroute 20 dans l'Ouest de l'Île de Montréal.

- ° La stratégie de communication mise de l'avant par le service des relations publiques vise à démontrer que ces travaux sont nécessaires, qu'ils perturberont la circulation mais que des solutions de rechange ont été prévues pour minimiser les impacts négatifs. Plus précisément, les objectifs visés par la communication sont de:
 - développer la compréhension et un climat de confiance;
 - informer pour faciliter la compréhension;
 - susciter la collaboration en désignant des comportements d'adaptation précis.

- ° Les éléments de base de la campagne sont:
 - Slogan «Aidez-nous à faire du chemin»;
 - Messages radiophoniques sur 3 comportements d'adaptation souhaitables (semaines du 1er mai, 8 mai, 15 mai et 21 août '89);
 - Encart dans les quotidiens (semaine du 8 mai) et les hebdomadaires régionaux (semaines du 24 avril, 1er mai, 15 mai, 12 juin et 28 août '89);
 - Service de renseignements téléphoniques sur l'état des routes 24 heures/jour, 7 jours/semaine.

- ° La campagne de publicité faisant l'objet de ce post-test ne constitue qu'un des aspects de la stratégie de communication. En plus d'un programme de relations publiques duquel fait partie cette campagne, un programme de relations de presse et de relations communautaires ont été mis sur pied.

* * *

1. OBJECTIFS

° Globalement, le sondage vise à mesurer l'impact et les effets de la campagne publicitaire portant sur la réfection de l'autoroute 20 ainsi que l'opinion du groupe-cible sur divers aspects.

° Plus précisément, les critères d'évaluation suivants ont été utilisés:

1. Impact de la campagne

1.1 Rappel pré-travaux

- non vérifié (spontané et total)
- vérifié

1.2 Rappel général durant travaux

- non vérifié (spontané et total)
- vérifié

1.3 Rappels spécifiques durant travaux

. Radio

- non vérifié (spontané et total)
- vérifié

. Quotidiens

- non vérifié (spontané et total)
- vérifié

. Hebdos

- non vérifié (spontané et total)
- vérifié

. Rappel du slogan (spontané et total)

2. Effets de la campagne (Groupe exposé vs non exposé)

2.1 Changement d'habitudes depuis le début des travaux:

- modes de transport
- itinéraire de conduite
- horaires de conduite

2.2 Modes de transport utilisés au cours des 5 jours ouvrables de la semaine précédant l'enquête (autobus/métro, covoiturage, train de banlieue ou auto).

2.3 Influence avouée des travaux sur les habitudes personnelles de déplacement.

2.4 Influence reconnue de la campagne sur les habitudes de déplacement: modes de transport, itinéraires et horaires de conduite (base projective).

3. Opinions

3.1 Intérêt personnel pour les solutions de rechange:

- covoiturage
- train de banlieue
- transport en commun

3.2 Degré d'information actuel sur les travaux.

3.3. Degré d'inconvénients causés par les travaux.

4. Connaissance de la ligne d'information «24 heures»

- Son existence
- Endroit où trouver le numéro.

2. METHODOLOGIE

2.1 Groupe-cible

- ° En termes de transport, il s'agit de tous les automobilistes, francophones ou anglophones, qui empruntaient en voiture chaque jour l'autoroute 20 pour se rendre à leur travail durant avril '89.
- ° En termes géographiques, le groupe-cible comprend tous les résidents des divisions de recensement suivantes:

TABLEAU 1
GROUPE-CIBLE PAR DIVISION DE RECENSEMENT

POPULATION		POPULATION	
<u>QUEST DE MONTRÉAL</u>		<u>QUEST DE MONTRÉAL</u>	
- Lachine	(33 200)	- Dollard-des-Ormeaux	(43 500)
- Lasalle	(73 300)	- Dorval	(17 200)
- Ville St-Pierre	(5 300)	- Kirkland	(14 500)
- Montréal Ouest	(5 500)	- Pointe-Claire	(26 700)
- Côte St-Luc	(28 900)	- Beaconsfield	(19 300)
- Pierrefonds	(40 400)	- Senneville	(1 300)
- Roxboro	(6 100)	- Baie D'Urfée	(4 000)
- St-Raphaël-de- l'Île-Bizard	(8 500)	- Ste-Anne-de-Bellevue	(1 500)
- Ste-Geneviève	(2 600)		
<u>RIVE-SUD</u>		<u>RIVE-SUD</u>	
- Châteauguay	(34 000)	- Delson	(5 000)
- Léry	(2 300)	- St-Constant	(13 400)
- Mercier	(7 300)	- St-Isidore	(2 300)
- Ste-Catherine	(7 000)	- Candiac	(9 000)
T O T A L : 412 100 RÉSIDENTS			

Source: Financial Post Survey of Market 1989.
Projections du recensement de 1986.

2.2 Echantillonnage

- ° Un échantillon aléatoire a été extrait des bottins pertinents couvrant le territoire visé, au prorata de la population de chaque division de recensement.

Dans un premier temps, les numéros de téléphone des ménages à contacter ont été extraits au hasard systématique. Le répondant a ensuite été choisi au hasard (grilles de sélection) parmi tous les automobilistes du ménage contacté, qui empruntaient quotidiennement la 20 durant le mois d'avril '89.

- ° Une fois l'échantillon constitué, aucune substitution n'a été permise et jusqu'à 5 appels ont été placés avant d'abandonner un numéro.
- ° Ces règles confèrent à l'échantillon son caractère représentatif i.e. que les résultats obtenus sont généralisables à l'ensemble de la population étudiée à l'intérieur d'une marge d'erreur de +/- 5%.
- ° Au départ, 3 587 numéros ont été sélectionnés et 400 questionnaires ont été complétés. L'incidence du groupe-cible est de 19% des ménages. Le tableau 2 présente le résultat des contacts téléphoniques ainsi que le calcul du taux de réponse (52%).

TABLEAU 2

Résultats des contacts téléphoniques

A.	ECHANTILLON INITIAL	3 587
B.	HORS ECHANTILLON	2 790
-	Absence prolongée / impossible à rejoindre	72
-	Incapacité	9
-	Langue étrangère	13
-	Non éligible	1 708
-	Non résidentiels	57
-	Numéro discontinué / mauvais numéro	361
-	Ligne occupée	50
-	Pas de réponse	520
(A - B)	DANS L'ECHANTILLON	797
-	Complété	400
-	Incomplet	14
-	Refus de l'entreprise / ménage	273
-	Refus de la personne choisie	110
	TAUX DE RÉPONSE	52%

2.3 Questionnaire

- On retrouve en annexe les versions finales des questionnaires français et anglais. Une version préliminaire de ce questionnaire (version française) a d'abord été discutée avec les intervenants du Ministère, puis les deux versions ont été pré-testées jusqu'à satisfaction.
- La durée moyenne d'administration du questionnaire a été de 10 minutes.

2.4 Cueillette et analyse des données

- Toutes les données ont été recueillies à partir de notre centrale téléphonique de Montréal, à l'aide d'un système d'entrevue assistée par ordinateur.
- La cueillette des données s'est déroulée entre le 6 et le 10 juin '89 et 13 intervieweurs ont été affectés à ce projet.
- La banque de données a été analysée par le progiciel STAT XP, intégré au module informatisé d'entrevue.
- Les critères d'évaluation de la campagne ont été analysés selon les variables suivantes: langue maternelle, endroit de résidence ayant ou non accès au train de banlieue, sexe, scolarité, âge, exposé ou non à la campagne durant travaux. Les villes n'ayant pas accès au train de banlieue sont: Lachine, Lasalle et toutes celles situées sur la rive-sud de Montréal.
- Par répondant exposé, on entend un répondant qui dit avoir remarqué, depuis le début des travaux, la publicité du Ministère à la radio, dans un quotidien ou dans un hebdo.

2.5 Pondération

- ° Les résultats ont été redressés afin que les francophones représentent exactement leur importance relative dans la population sondée (48% contre 52% pour les non francophones).

2.6 Démarche suivie

- ° Pour évaluer l'impact de la campagne, deux mesures sont utilisées: une mesure de rappel publicitaire pré-travaux i.e. avant que ne débutent les travaux de réfection et une autre, durant travaux i.e. depuis le 1er mai 1989.
- ° Chaque rappel est évalué sur une base spontanée et totale (spontanée + aidée). Sur une base spontanée, on ne lit pas aux répondants les choix de réponses alors que sur une base aidée, ces choix sont lus.
- ° Afin de minimiser tout bruit de fond, une procédure de vérification a été utilisée. Cette procédure consiste à ne considérer comme véritablement exposés que les répondants qui décrivent correctement un ou des éléments du contenu de la publicité qu'ils ont vu/lu ou entendu.
- ° Les réponses rendant possible la vérification sont les suivantes:

RAPPEL PRÉ-TRAVAUX (Q5):

1. Transports (autobus, train, covoiturage)
2. Slogan
3. Présence et durée des travaux
4. Panneaux
5. Changement d'itinéraire

RAPPEL SPÉCIFIQUE DURANT TRAVAUX:

Rappel radio (Q23)

1. Train de banlieue
2. Autobus
3. Covoiturage
4. Autres

Rappel grands quotidiens (Q25)

1. Transports
2. Slogan
3. Travaux
4. Autres

Rappel hebdo local (Q27)

1. Transports
2. Covoiturage
3. Panneaux
4. Autres

RAPPEL GÉNÉRAL DURANT TRAVAUX:

Rappel sur radio et/ou grands quotidiens et/ou hebdos.

* * *

3. POINTS SAILLANTS

TABLEAU 3

- IMPACT DE LA CAMPAGNE -

	TOTAL (N = 400) %
<u>RAPPEL PRÉ-TRAVAUX</u>	
- Rappel non vérifié:	
1. Spontané (Q2)	5%
2. Total (+ aidé / Q3 + Q2)	53%*
- Rappel vérifié	33%
<u>RAPPEL GÉNÉRAL DURANT TRAVAUX</u>	
- Non vérifié (toutes sources / Q20)	42%
- Non vérifié (sources de la campagne / Q28)	32%
- Vérifié (Q23, Q25, Q27)	30%
<u>RAPPELS SPÉCIFIQUES DURANT TRAVAUX</u>	
- Rappel <u>radio</u> non vérifié:	
1. Spontané (Q21)	11%
2. Total (+ aidé / Q21 + Q22)	23%
- Rappel <u>radio</u> vérifié (Q23)	17%
- Rappel <u>quotidien</u> non vérifié:	
1. Spontané (Q21)	7%
2. Total (+ aidé / Q24)	11%
- Rappel <u>quotidien</u> vérifié (Q25)	9%
- Rappel <u>hebdomadaire</u> non vérifié:	
1. Spontané (Q21)	0%
2. Total (+ aidé / Q27)	9%
- Rappel <u>hebdomadaire</u> vérifié (Q27)	7%
<u>RAPPEL DU SLOGAN</u>	
- Spontané (Q29)	3%
- Total (+ aidé / Q29 + Q30)	18%

* Rappel non vérifié toutes provenances (Q1): 93%.

POINTS SAILLANTS

IMPACT DE LA CAMPAGNE

AVANT TRAVAUX

- ° 93% disent avoir été informés à l'avance, d'une façon ou d'une autre, du début des travaux sur la 20.
- ° 53% se souviennent spécifiquement avoir été informés du début des travaux par la publicité du Ministère dont 33% après vérification du rappel et 20% de façon non vérifiable.

DURANT TRAVAUX

- ° 42% disent avoir remarqué la publicité du Ministère, 32% l'associent aux média effectivement utilisés et 30% rappellent un contenu vérifiable.
- ° La radio vient en tête avec 23% de rappel total et 17% de rappel vérifié.
- ° Les quotidiens et les hebdomadaires recueillent un rappel comparable, avec respectivement 11% et 9% de rappel total et 9% et 7% de rappel vérifié.
- ° Le slogan obtient 18% de rappel total (seulement 3% de rappel spontané).

TABLEAU 4
- EFFETS DE LA CAMPAGNE -

	TOTAL (N=400) %	GROUPE EXPOSÉ (N=133) %	GROUPE NON EXPOSÉ (N=267) %	DIFFÉRENCES OBSERVÉES %
<u>HABITUDES</u>				
° CHANGEMENT D'HABITUDES (Q6)	68%	74%	65%	+ 9%
° SUBSTITUTION PARTIELLE OU COMPLÈTE DE MODE DE TRANSPORT (Q12)	10%	5%	13%	- 8%
° SUBSTITUTION COMPLÈTE DE MODE DE TRANSPORT (Q12)	6%	3%	7%	- 4%
° CHANGEMENT D'ITINÉRAIRE (Q13)	47%	60%	41%	+ 19%
° CHANGEMENT DES HORAIRES (Q14)	41%	52%	37%	+ 15%
<u>UTILISATION DES MODES</u> (Incidence)				
° TRANSPORT EN COMMUN (Q8)	6%	2%	8%	- 6%
° COVOITURAGE COMME PASSAGER (Q9)	2%	3%	2%	+ 1%
° COVOITURAGE COMME CONDUCTEUR (Q10)	3%	4%	2%	+ 2%
° TRAIN DE BANLIEUE (Q11)	8%	3%	10%	- 7%
° VÉHICULE HABITUEL (Q12)				
- INCIDENCE	90%	95%	87%	+ 8%
<u>INFLUENCE AVOUÉE DES TRAVAUX SUR LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT</u> (Base personnelle) (Q15)				
	62%	68%	60%	+ 8%

POINTS SAILLANTS

EFFETS DE LA CAMPAGNE DURANT TRAVAUX

- ° Depuis le début des travaux, 68% disent avoir changé leurs habitudes de déplacement* et 32% ont maintenu leurs habitudes. Presque tous ceux qui ont changé leurs habitudes (91%) disent que c'est à cause des travaux sur la 20 et non à cause d'autres raisons.
- ° Les exposés ont été un peu plus nombreux (74%) à changer leurs habitudes que les non exposés (65%). L'écart de 9% en faveur des exposés indique que c'est la campagne durant travaux du Ministère qui a amené 3% de toute la population cible à changer ses habitudes.
- ° 90% ont utilisé leur automobile comme «d'habitude» et 10% ont adopté partiellement ou complètement un autre mode de transport (6% complètement), davantage les non exposés (13%) que les exposés (5%).

C'est surtout le train de banlieue (8%**) et le transport en commun (6%) qui ont constitué «la» solution de rechange.
- ° 47% ont changé leur itinéraire de conduite et 41% leur horaire de conduite, surtout les exposés (respectivement 60% et 52% contre 41% et 37% chez les non exposés).

* *Choix de modes, horaires ou itinéraires de conduite.*

** *Au moins une fois au cours de la dernière semaine de travail.*

- EFFETS DE LA CAMPAGNE -

(Suite)

	TOTAL (N=400) %	GROUPE EXPOSÉ (N=133) %	GROUPE NON EXPOSÉ (N=267) %	DIFFÉRENCES OBSERVÉES %
<u>INFLUENCE RECONNUE DE LA CAMPAGNE*</u>				
(Base projective)				
° SUR LES MODES DE TRANSPORT (Q31)	---	57%	---	---
° SUR LES HORAIRES DE DÉPLACEMENT (Q32)	---	74%	---	---
° SUR LES ITINÉRAIRES SUIVIS EN AUTOMOBILE (Q33)	---	36%	---	---
<u>OPINIONS</u>				
° INTÉRÊT PERSONNEL DANS**				
- LE COVOITURAGE (Q17)	26%	27%	24%	+ 3%
- LE TRAIN DE BANLIEUE (Q18)	30%	26%	31%	- 5%
- TRANSPORT EN COMMUN (Q19)	21%	18%	23%	- 5%
° SE DIT PAS SUFFISAMMENT INFORMÉ SUR LES TRAVAUX (Q36)	38%	33%	41%	- 8%
° TRÈS INCOMMODÉ PAR LES TRAVAUX (Q16)	28%	29%	28%	+ 1%
<u>LIGNE D'INFORMATION «24 HEURES»</u>				
° CONNAISSANCE DE L'EXISTENCE DE LA LIGNE D'INFO «24 HEURES» (Q34)	12%	16%	10%	+ 6%
° CONNAISSANCE SUR L'ENDROIT OÙ TROUVER CE NUMÉRO (Q35)	4%	5%	4%	+ 1%

* BASE: EXPOSÉS SEULEMENT.

** TRÈS OU ASSEZ.

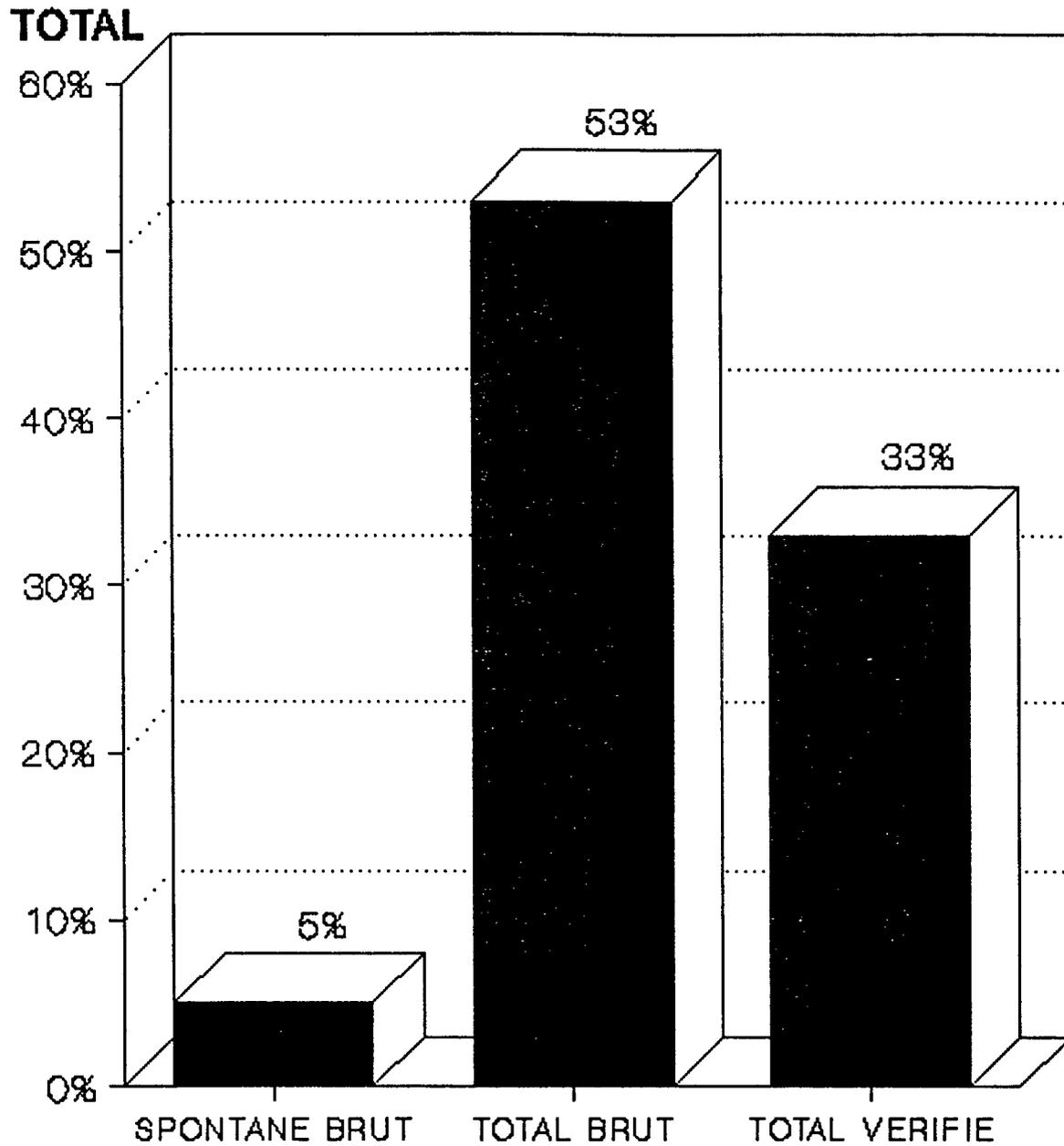
POINTS SAILLANTS

- ° On est prêt à reconnaître que la campagne influence beaucoup plus les autres que soi-même, sauf sur les itinéraires de conduite.
- ° Notons que 28% affirment que les travaux sur la 20 leur causent des inconvénients très importants.
- ° 38% se disent pas suffisamment informés sur les travaux de la 20.
C'est le cas d'un peu moins d'exposés à la campagne (33%) que de non exposés (41%). Ainsi, la campagne aurait mieux informé 8% des exposés soit 3% de toute la population cible.
- ° Notons que 12% disent connaître l'existence de la ligne «24 heures» mais 4% seulement savent où la trouver.

* * *

4. SYNTHÈSE GRAPHIQUE

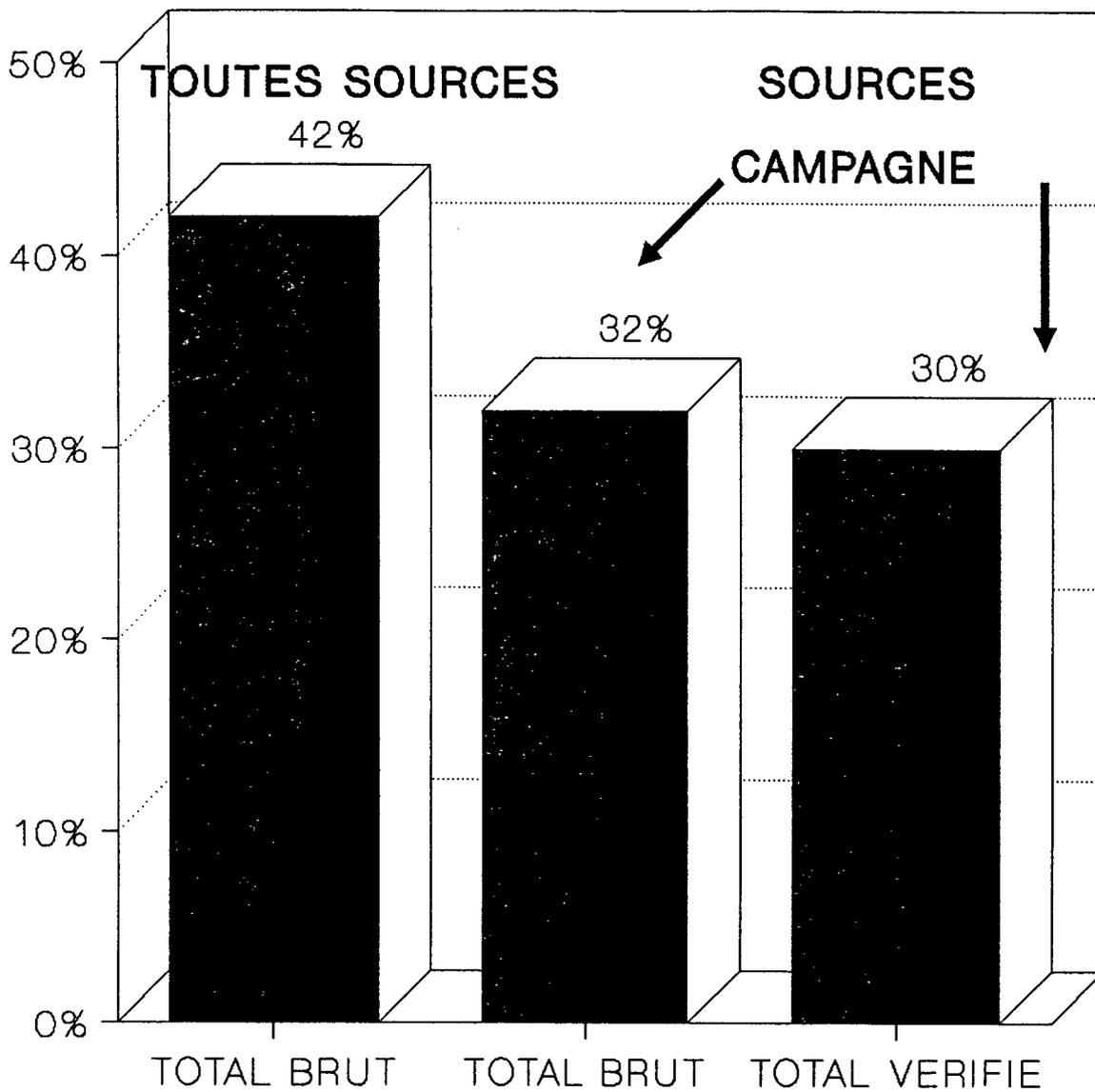
RAPPEL PUBLICITAIRE PRE-TRAVAUX



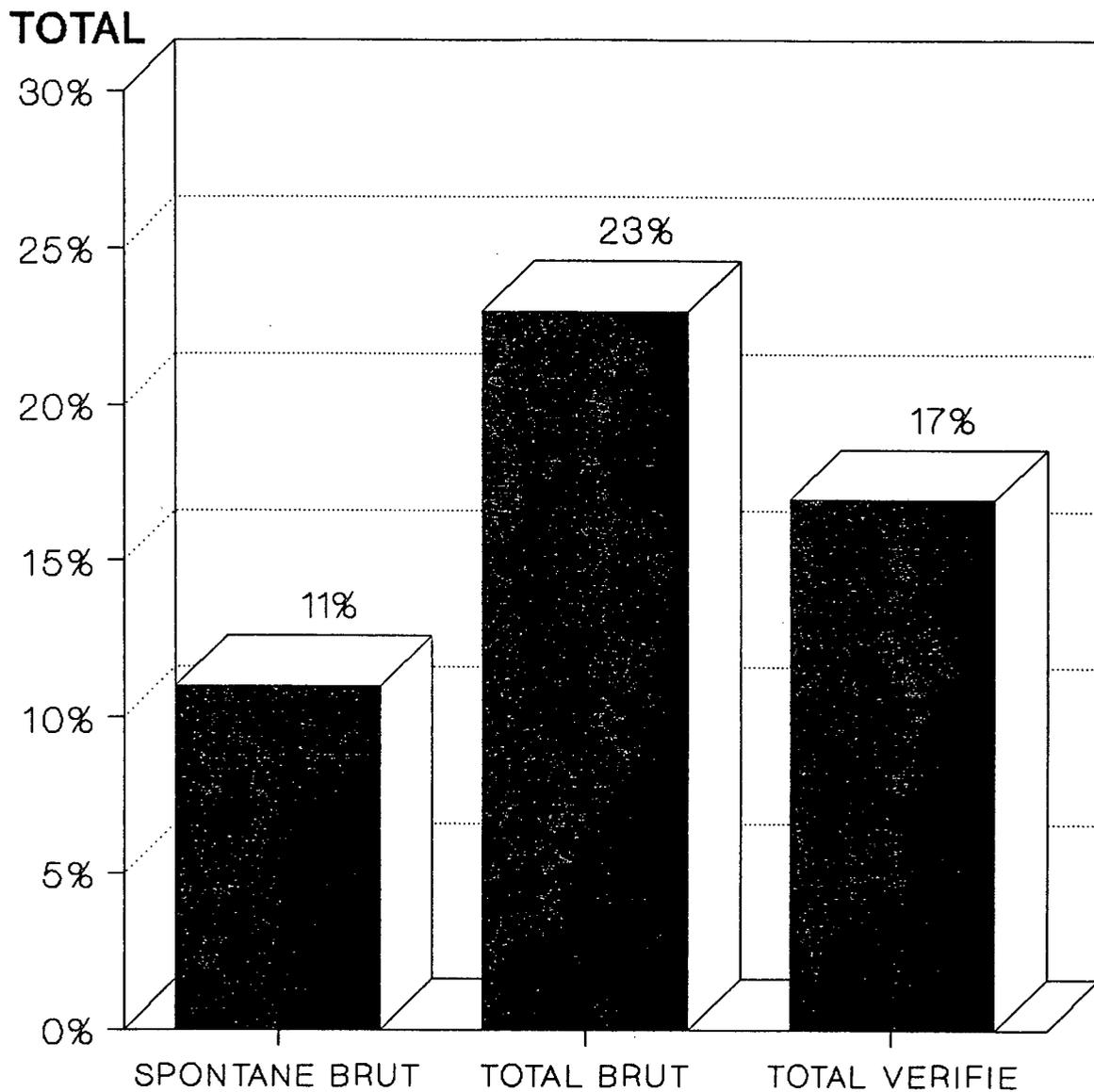
RAPPEL PUBLICITAIRE DURANT TRAVAUX

* GENERAL *

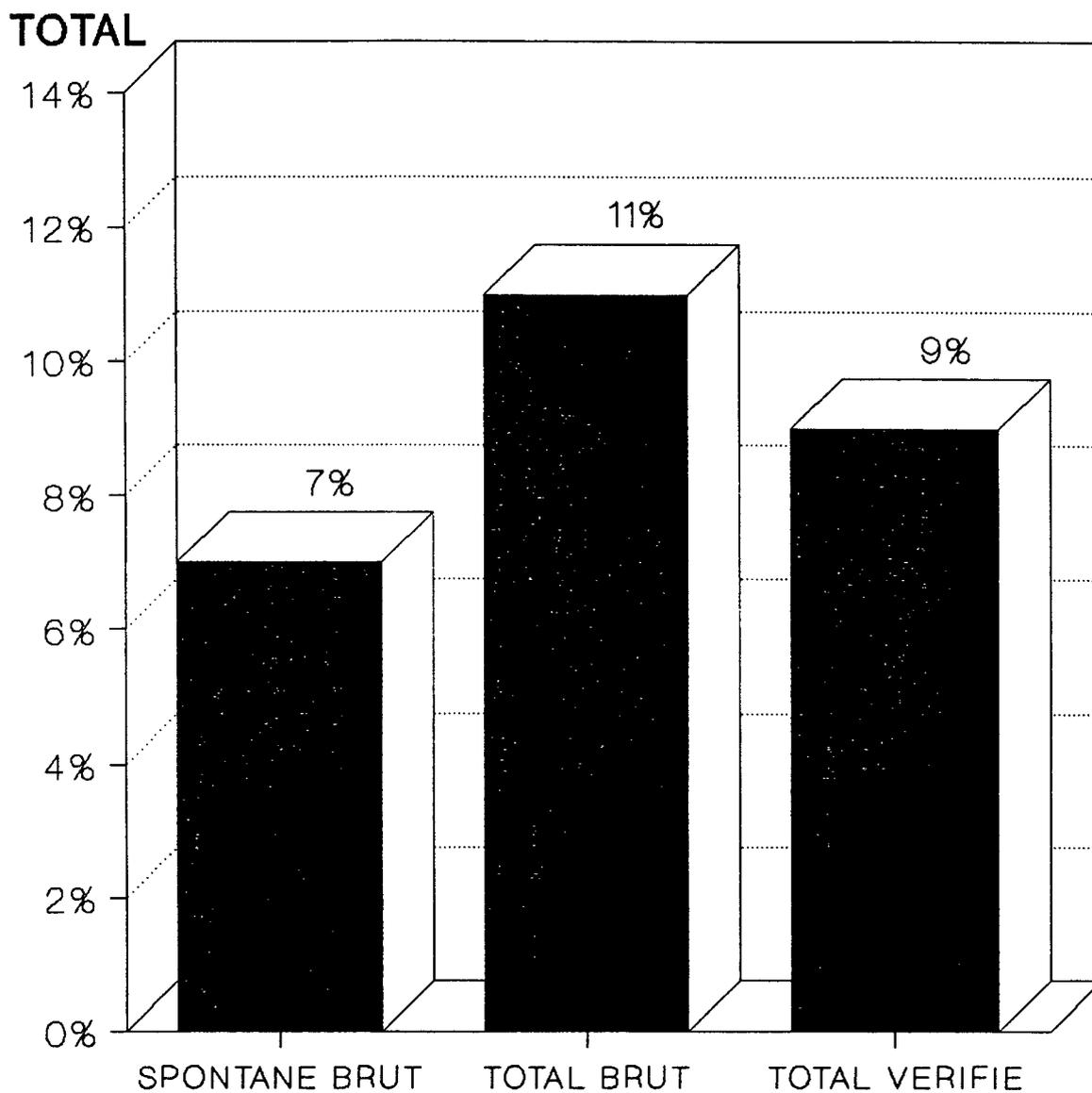
TOTAL



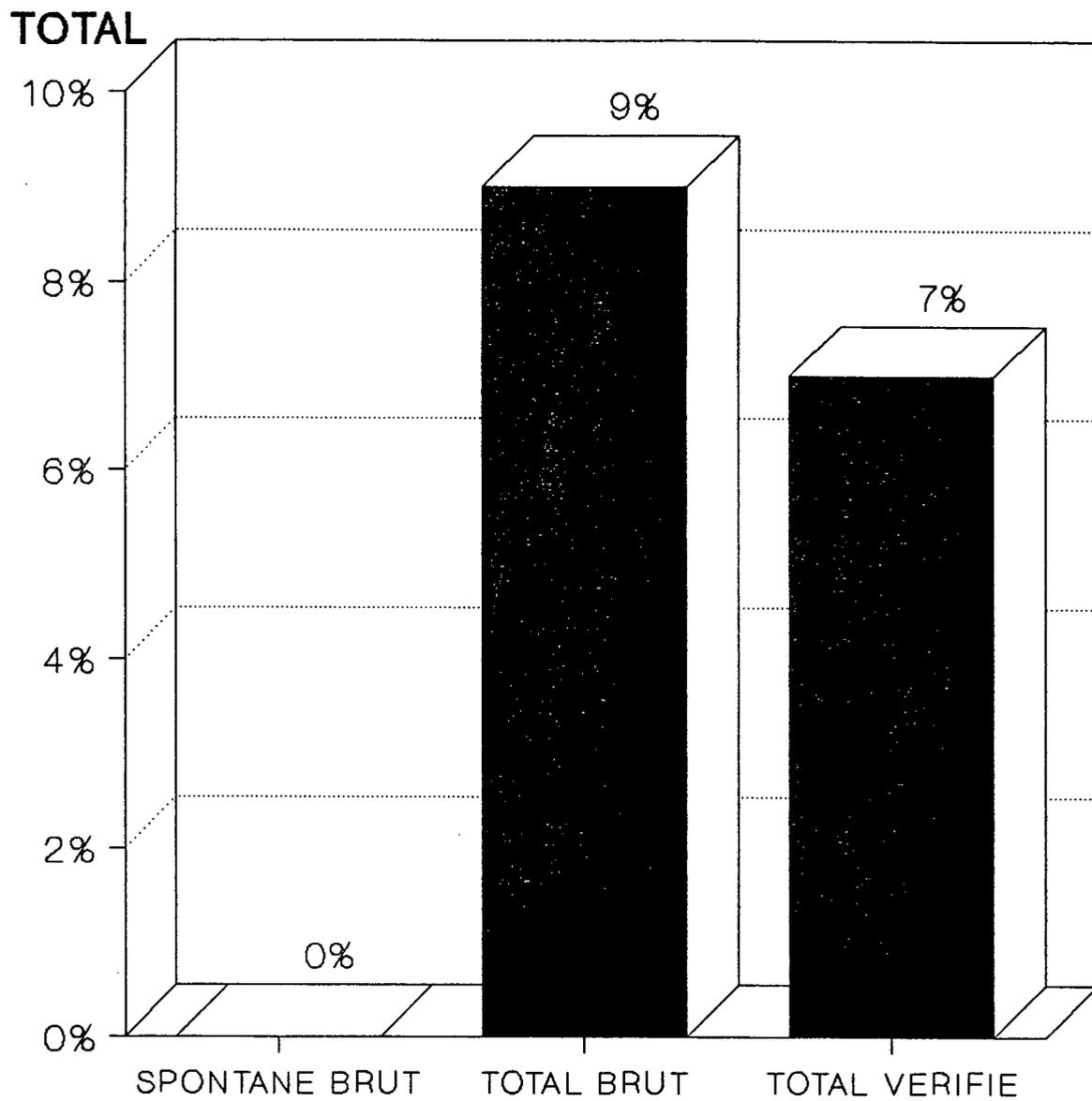
RAPPEL PUBLICITAIRE DURANT TRAVAUX * RADIO *



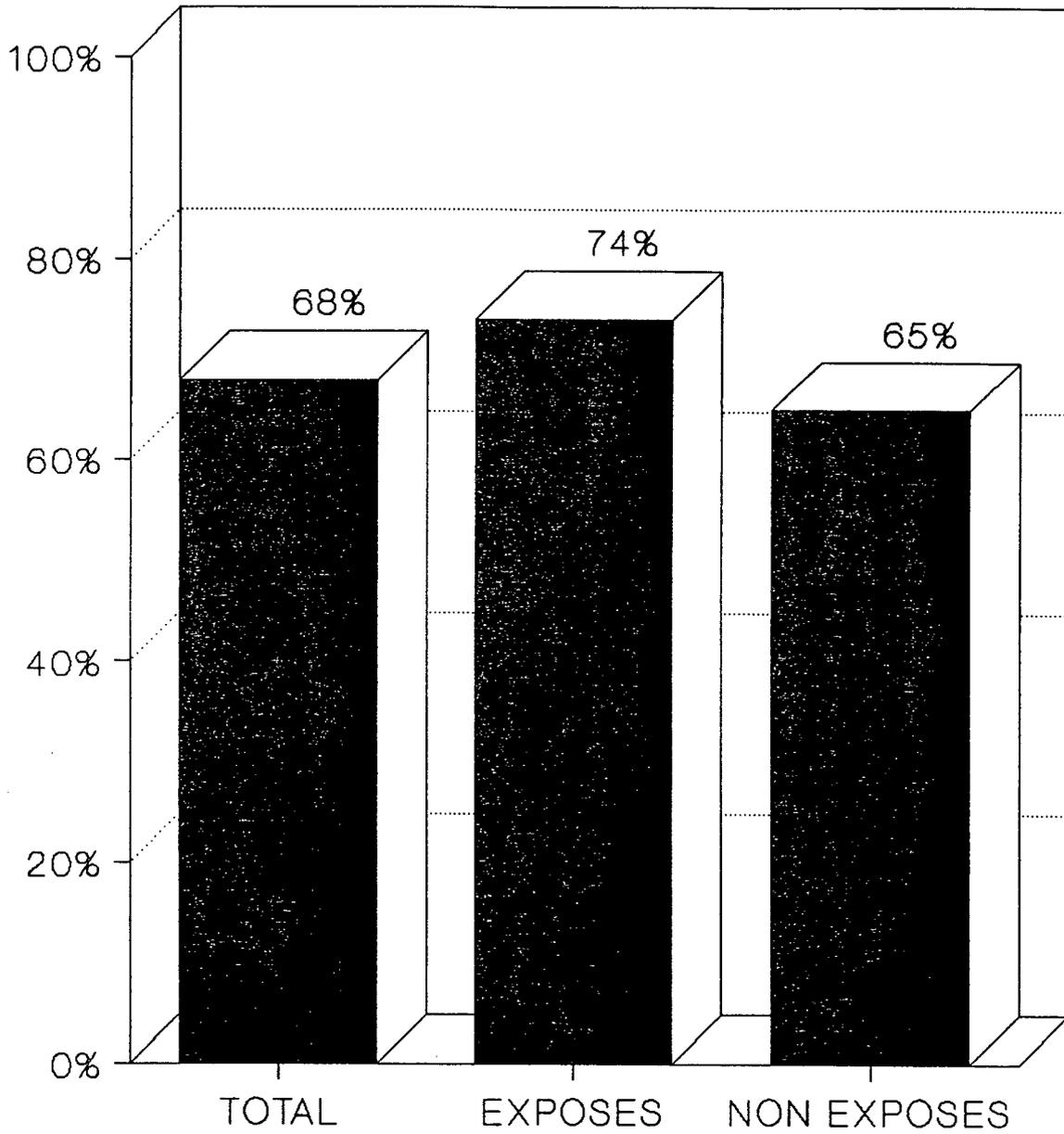
RAPPEL PUBLICITAIRE DURANT TRAVAUX * QUOTIDIEN *



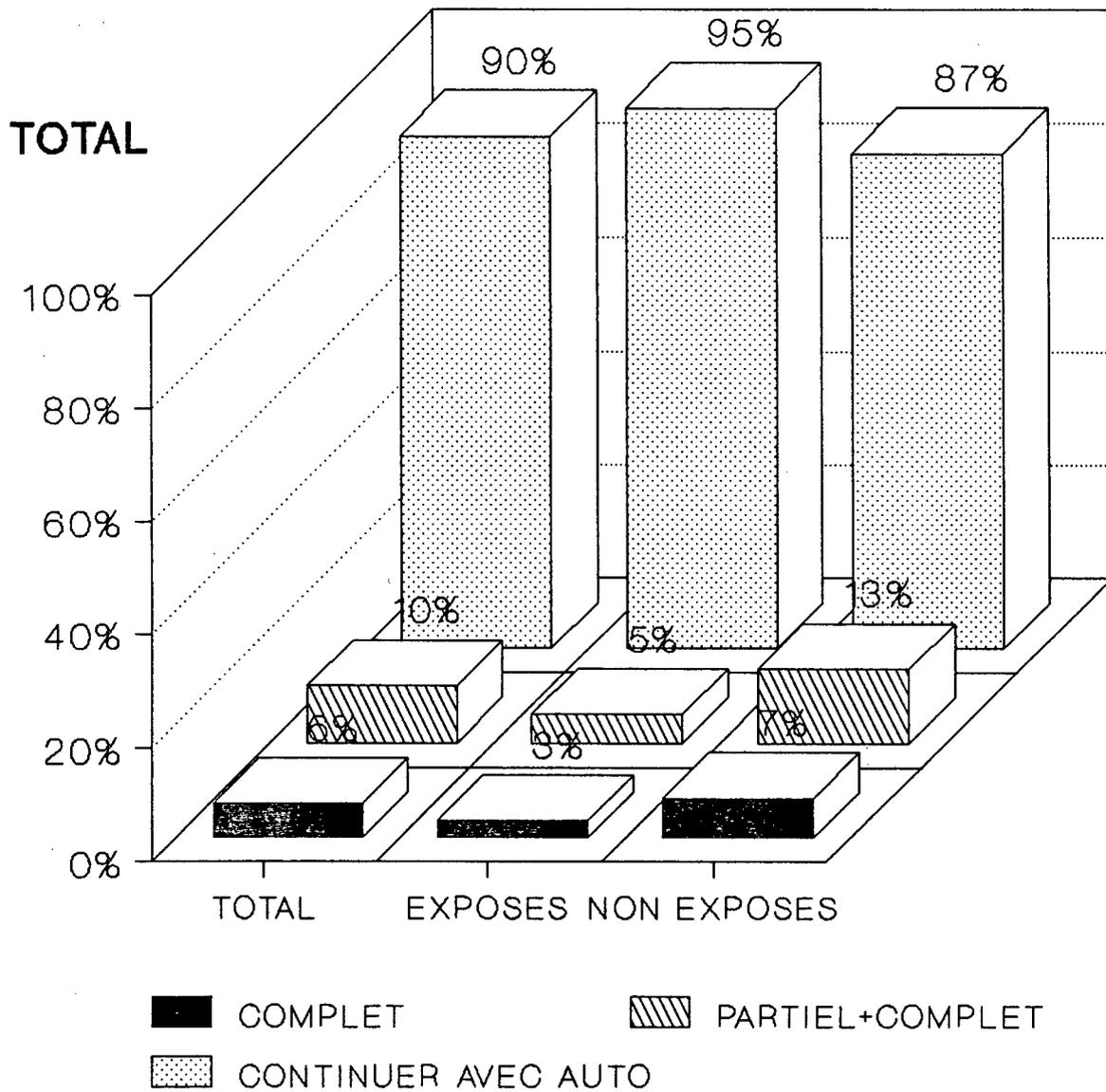
RAPPEL PUBLICITAIRE DURANT TRAVAUX * HEBDOS *



EFFETS CHANGER SES HABITUDES

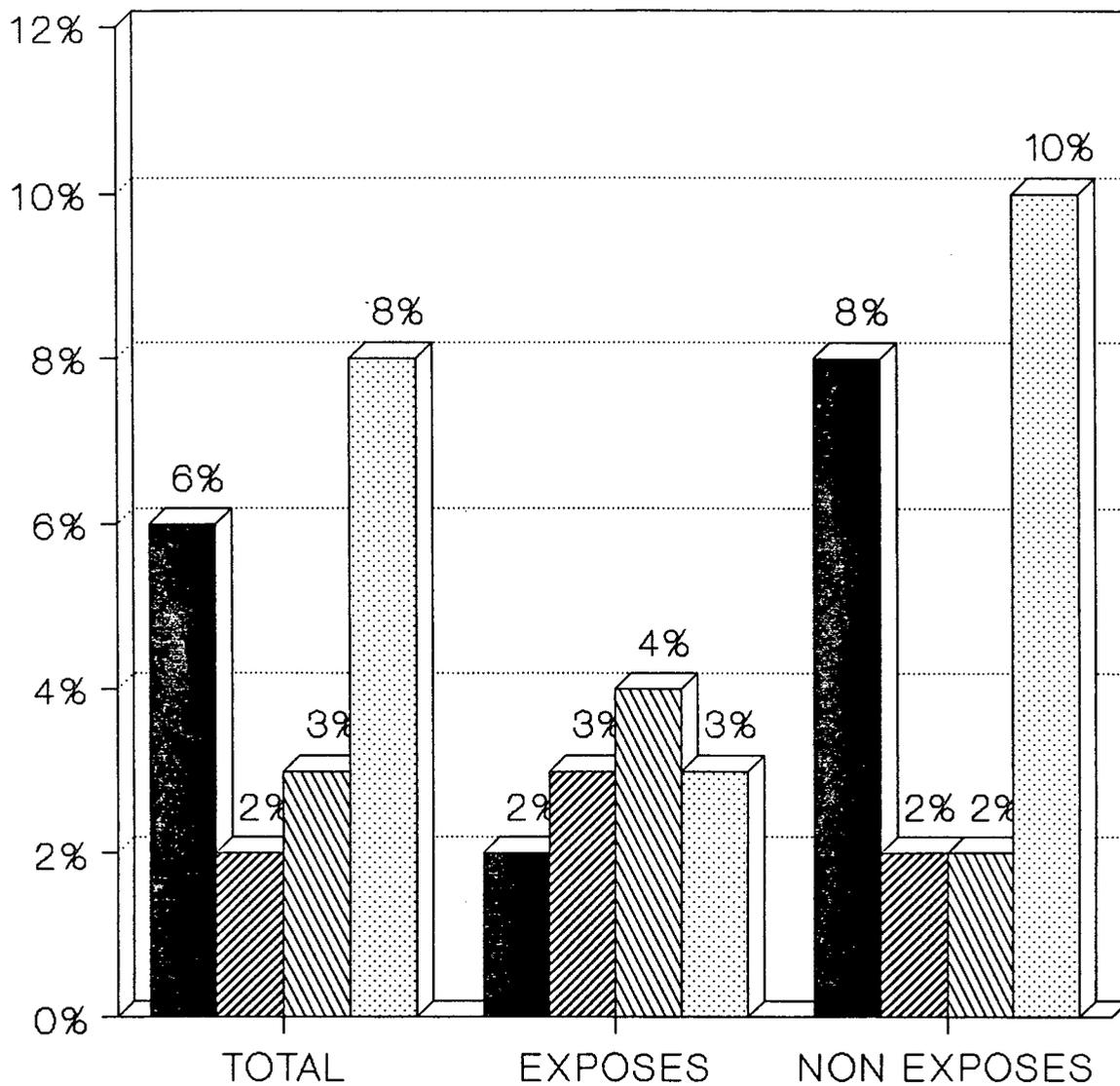


EFFETS CHANGER DE MODE



INCIDENCE DES MODES

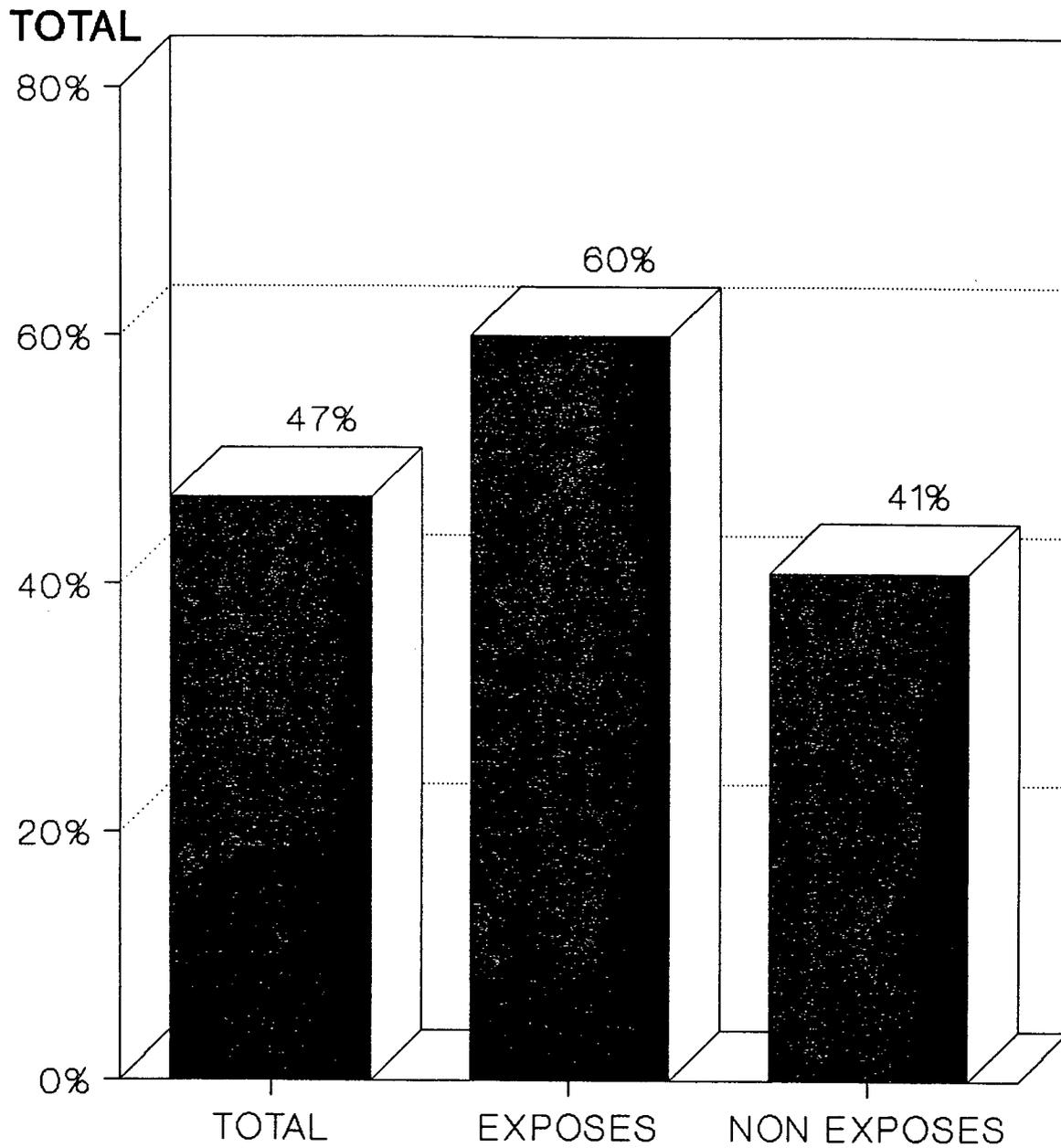
TOTAL



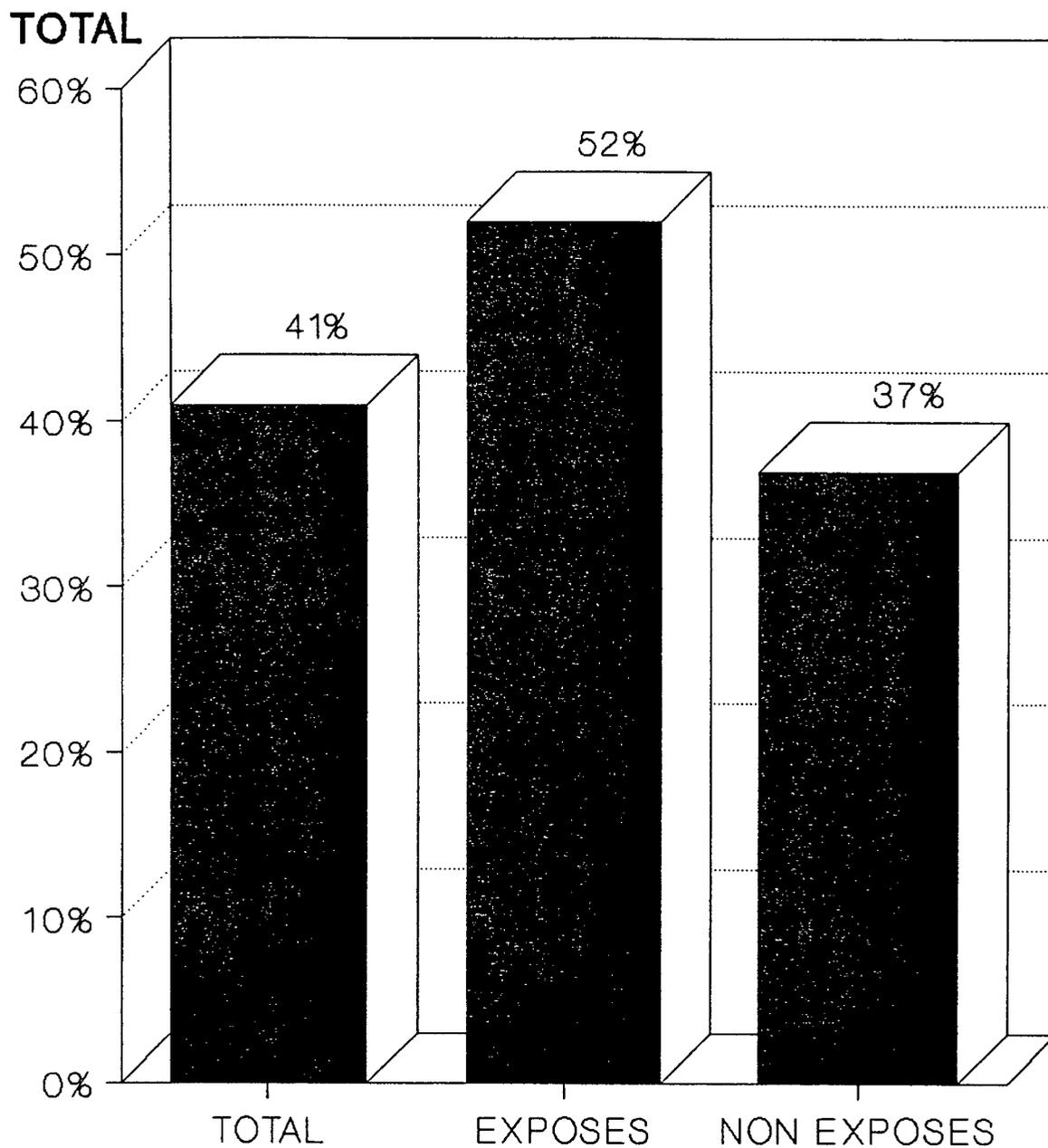
T. EN COMMUN
 COVOITURAGE (PASS.)

COVOITURAGE (COND.)
 TRAIN

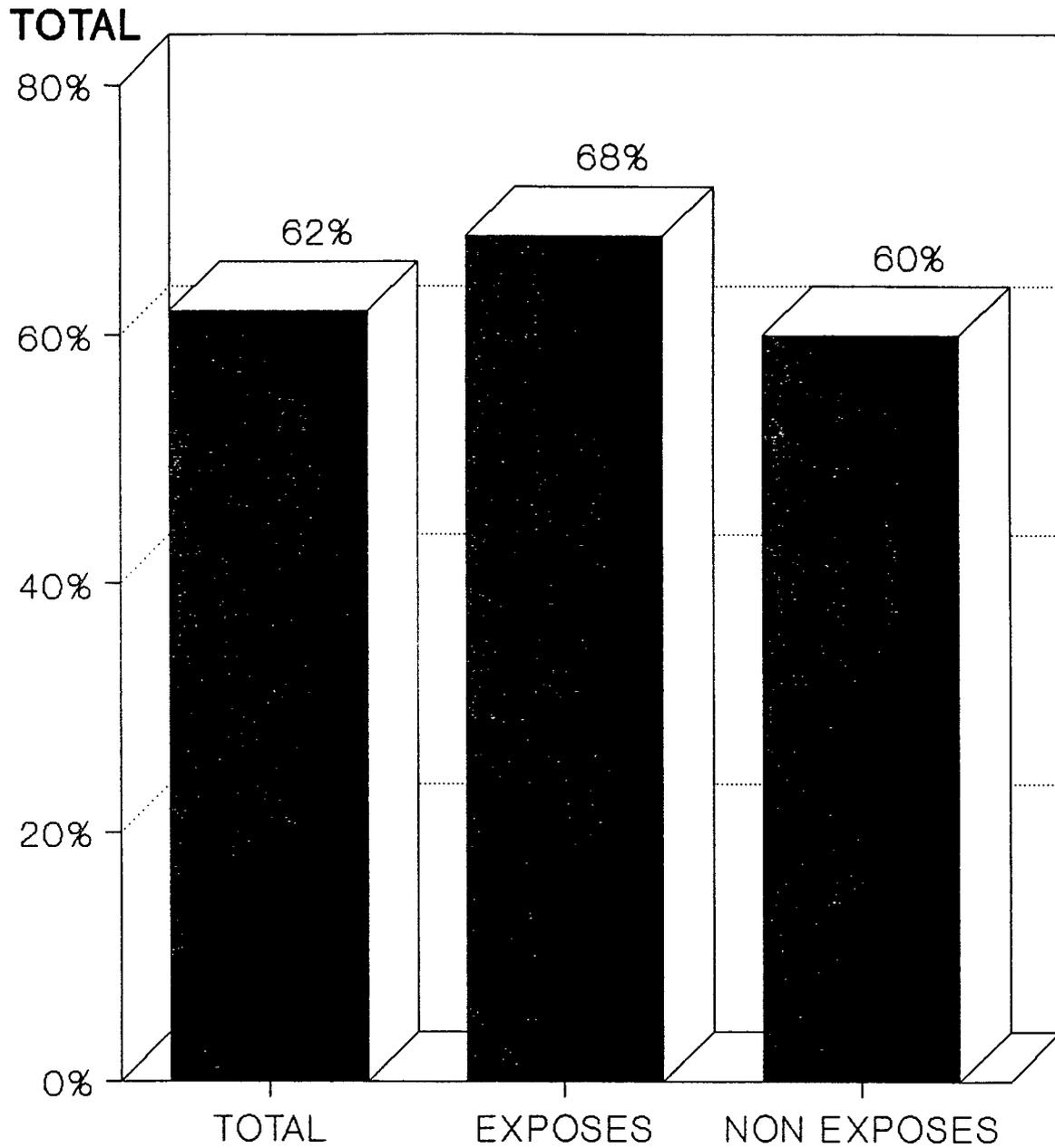
EFFETS CHANGER SON ITINERAIRE



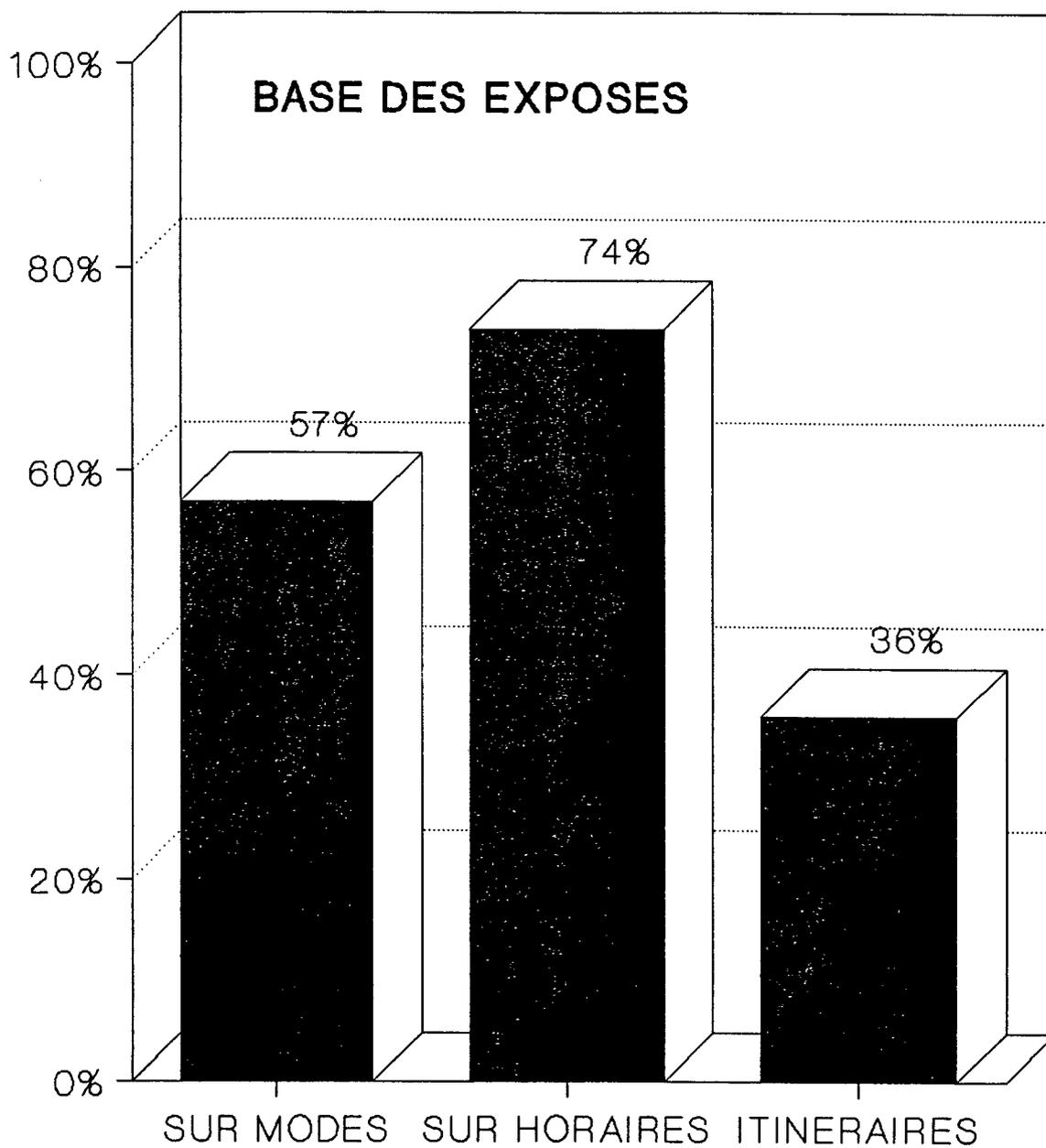
EFFETS CHANGER SON HORAIRE



INFLUENCE AVOUÉE HABITUDES PERSONNELLES

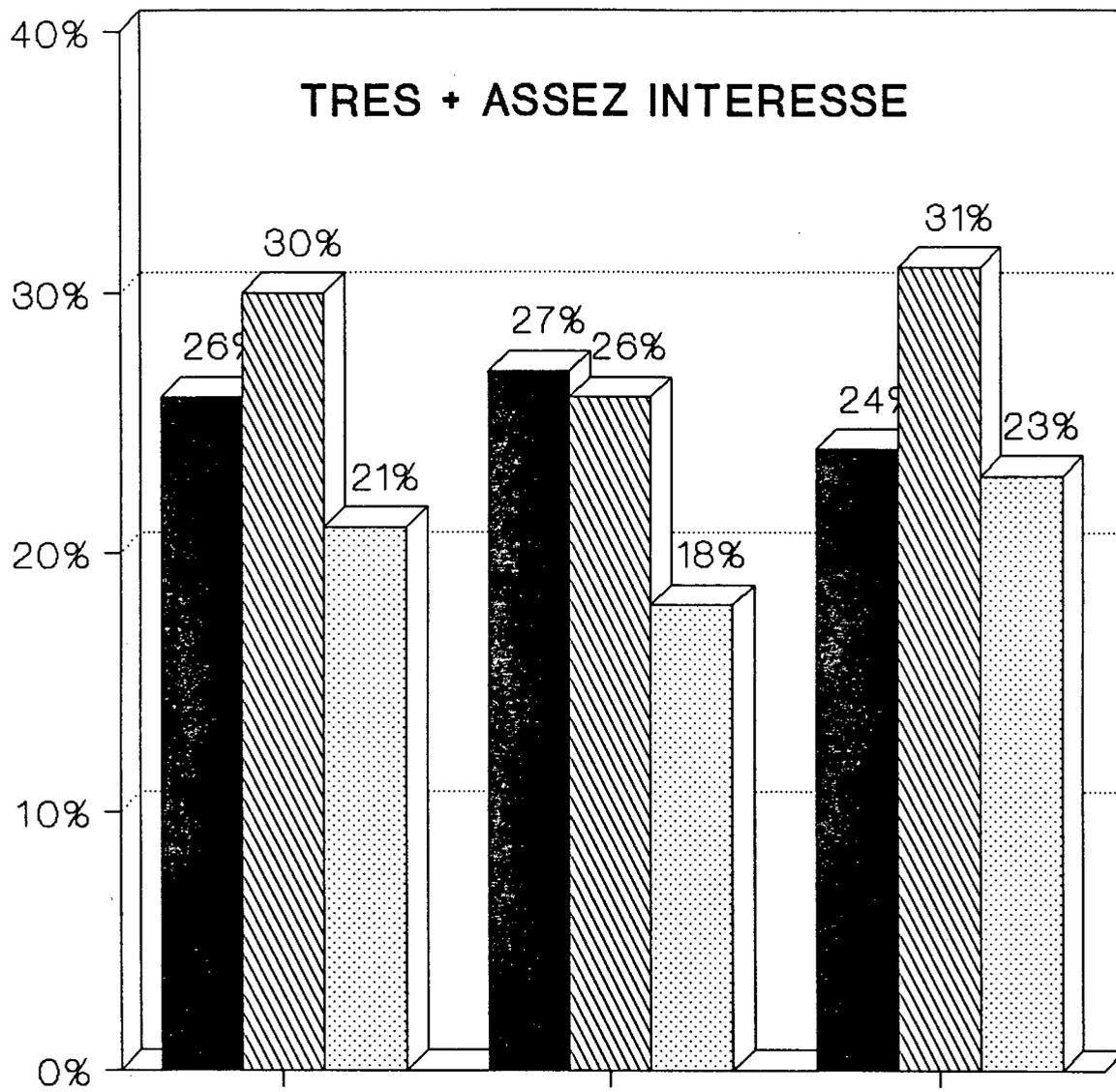


INFLUENCE RECONNUE HABITUDES DES AUTRES



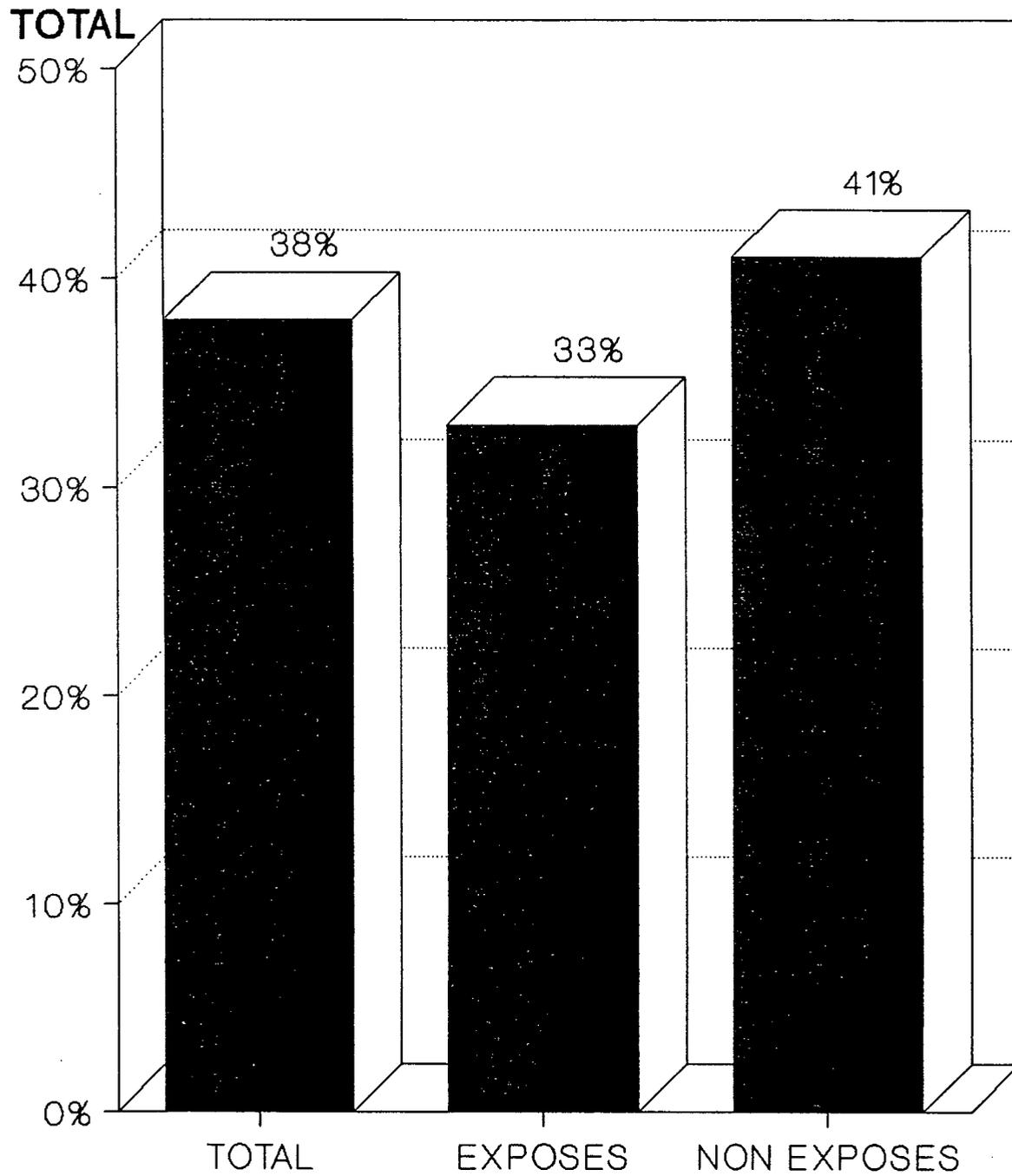
INTERET PERSONNEL

TOTAL



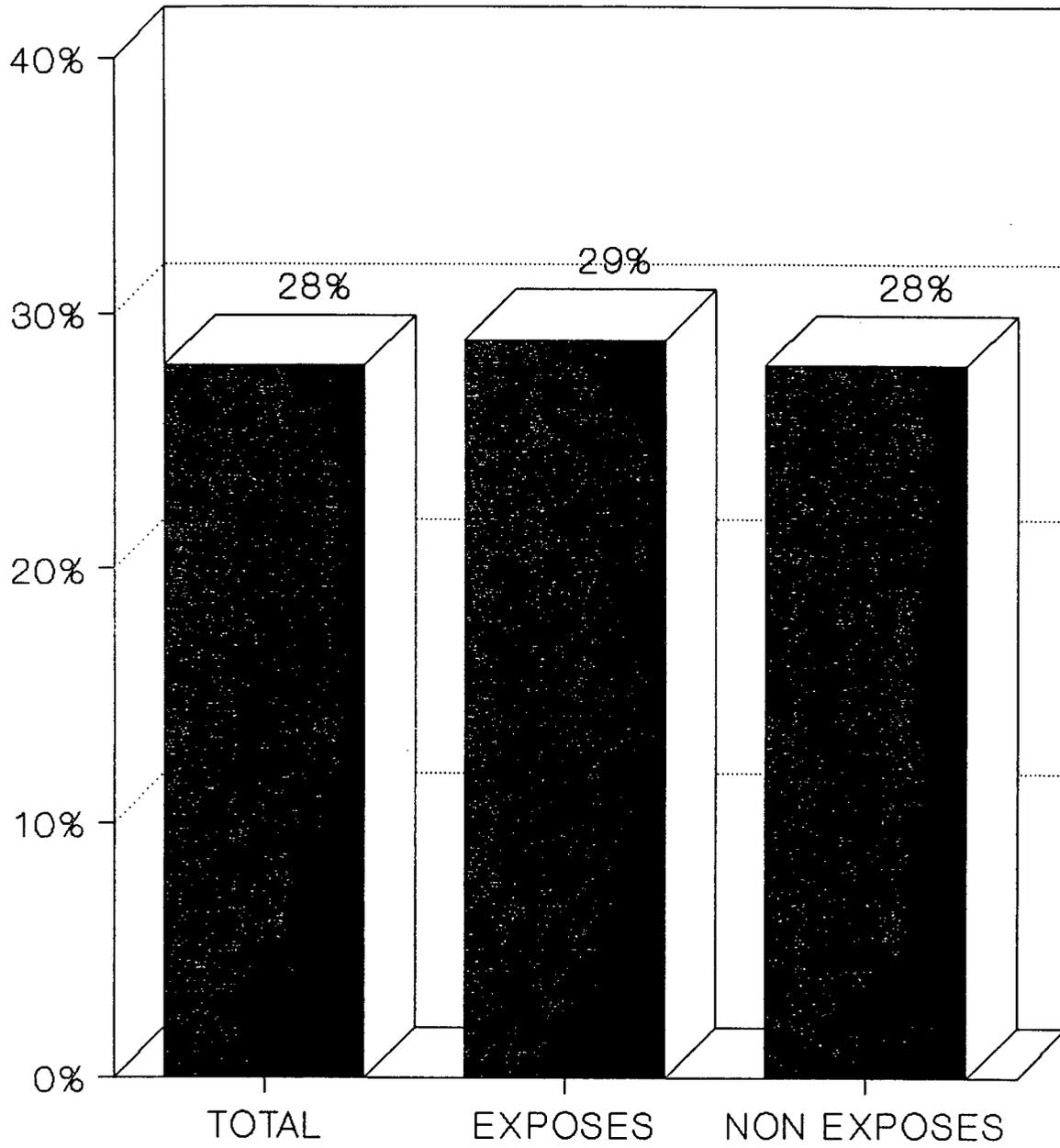
■ COVOITURAGE ▨ TRAIN ▩ T.COMMUN

PAS ASSEZ INFORME

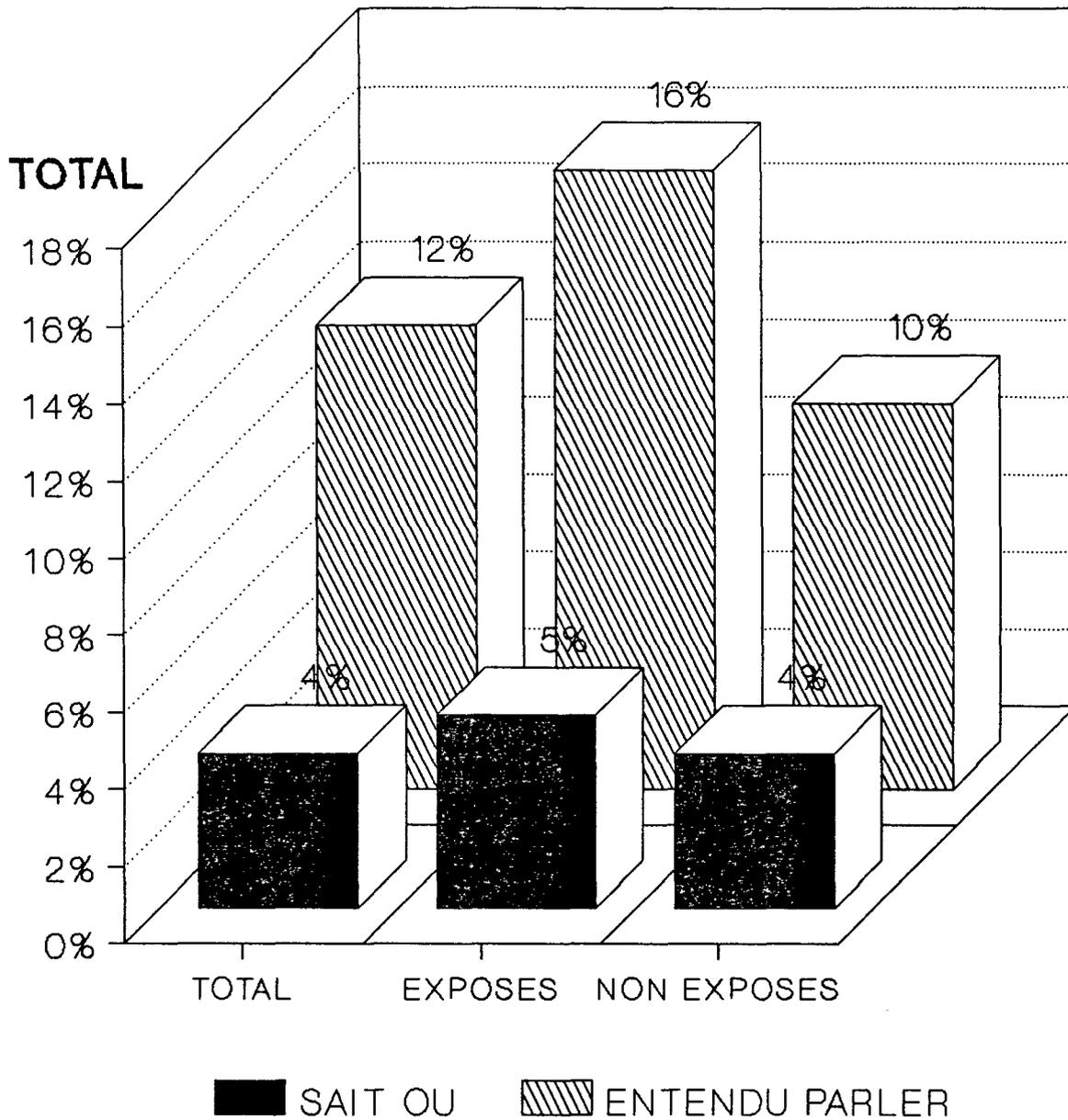


TRES INCOMMODE PAR LES TRAVAUX

TOTAL



LIGNE D'INFORMATION 24 HEURES



5. DÉTAIL DES RÉSULTATS

5.1 PROFIL DES RÉPONDANTS

- ° 64% des répondants sont des hommes et 36%, des femmes.
- ° 68% des répondants ont entre 18 et 44 ans et 32% ont 45 ans et plus dont 2%, plus de 65 ans.
- ° 53% des répondants sont résidents de municipalités ayant accès aux trains de banlieue. Dans la population visée, ce pourcentage est de 55%.
- ° L'occupation principale des répondants est nettement de type «col blanc»: 12% sont des professionnels, 11% gérants ou administrateurs, 11% des semi-professionnels, 16% de petits administrateurs, 23% des employés de bureau, 13% des travailleurs spécialisés, 7% semi-spécialisés, 3% des manoeuvres et 3% des chômeurs.
- ° 36% des répondants ont plus de 15 ans de scolarité, ce qui correspond à une formation technique de niveau collégial ou universitaire.
- ° 73% des répondants sont mariés ou vivent en couple; 21% sont célibataires ou vivant seuls.
- ° 66% des répondants sont propriétaires de l'endroit où ils habitent et 32% en sont locataires.
- ° Le revenu total avant impôts, de 65% des répondants et de leurs conjoints, s'il y a lieu, était supérieur à 35 000\$; 6% égal à 35 000\$ et 20% inférieur à 35 000\$.

5.2 RAPPEL PRÉ-TRAVAUX

- ° Avant que ne débutent les travaux, 93% des répondants se souviennent avoir été informés qu'il allait y avoir des travaux sur la 20. C'est surtout par les nouvelles (66%), la publicité de provenance non spécifiée (17%), le bouche à oreille (16%) et les chroniqueurs de circulation (16%) que ces répondants ont été informés.
- ° Sur une base spontanée, 5% ont cité comme source d'information la publicité du MINISTÈRE DES TRANSPORTS. Sur une base aidée, 48% ont répondu avoir remarqué des messages d'information ou de la publicité du MINISTÈRE DES TRANSPORTS avant que ne débutent les travaux. Le rappel total non vérifié pré-travaux est donc de 53%.
- ° Les média où on dit avoir remarqué cette publicité sont les quotidiens (14%), la radio (11%), la télévision (7%), les hebdomadaires (4%) et autres (20%).
- ° Sur la base des variables socio-démographiques, on observe que ce sont surtout les hommes (rappel pré-travaux non vérifié = 56% hommes et 47% femmes), les répondants qui ont accès aux trains de banlieue (56% = accès aux trains et 48% = non accès) et les plus scolarisés (50% / 0 - 15 ans et 59% / 16 ans + de scolarité) qui ont remarqué la publicité avant que ne débutent les travaux.
- ° Une fois vérifié, le taux de rappel pré-travaux passe de 53% à 33%. Les principaux contenus cités font référence aux modes de transport, train, autobus ou covoiturage, (14%) et au slogan (16%). On observe aussi que ce sont surtout les hommes (20% contre 7% pour les femmes) qui ont cité le slogan comme contenu de la publicité.

5.3 RAPPEL GÉNÉRAL DURANT TRAVAUX

- ° Sans qu'on leur demande d'en préciser la source, 42% des répondants disent avoir remarqué depuis le début des travaux des messages d'information ou de la publicité du MINISTÈRE DES TRANSPORTS. En fonction des variables comparatives utilisées, ce taux de rappel général non vérifié durant travaux est plus élevé chez les francophones (51% contre 34% pour les non francophones), et chez les répondants plus scolarisés (37% 0 - 15 ans, et 53% plus de 16 ans).
- ° Après avoir demandé d'en préciser la source, 32% des répondants disent avoir remarqué la publicité à la radio ou dans un quotidien ou dans un hebdo.
- ° Après vérification des rappels radio, quotidien ou hebdo, on obtient un rappel général vérifié durant travaux de 30%.

* * *

5.4 RAPPELS SPÉCIFIQUES DURANT TRAVAUX

RAPPEL RADIO

- ° Sur une base spontanée, 11% des répondants ont remarqué la publicité durant travaux à la radio. Sur une base totale (spontanée + aidée), ce rappel non vérifié passe à 23%. Ce sont davantage les francophones (24% contre 20% pour les non francophones), les hommes (26% contre 18% pour les femmes) et les plus scolarisés (29% / 16 ans + et 20% / 0 - 15 ans de scolarité) qui disent avoir entendu de la publicité du MINISTÈRE DES TRANSPORTS à la radio.
- ° Une fois vérifié, ce taux de rappel passe à 17%.
- ° Les descriptions fournies se répartissent assez également: train de banlieue (30%), autobus (34%), covoiturage (30%) et autre (35%).

RAPPEL QUOTIDIEN

- ° Sur une base spontanée, 7% des répondants disent avoir remarqué la publicité durant travaux dans un quotidien. Sur une base totale (spontanée + aidée), le rappel quotidien durant travaux passe à 11%. Au près des 45 ans et plus, ce taux est de 16% et de 8% pour les 18 à 44 ans. Aucune autre différence significative n'est observée sur d'autres variables comparatives.
- ° Après vérification, ce taux passe à 9%.
- ° Chez les répondants «vérifiés», les rappels portent surtout sur les solutions de rechange (train, autobus ou covoiturage) dans une proportion de 28% et la durée / présence des travaux dans une proportion de 24%.

RAPPEL HEBDOS

- ° Sur une base spontanée, aucun répondant dit avoir remarqué la publicité dans un hebdo local. Après relance, 9% disent l'avoir remarquée. Après des francophones, ce rappel total non vérifié est de 14% (5% pour les non francophones). Il est aussi plus élevé auprès des répondants n'ayant pas accès aux trains de banlieue (15% contre 6% pour les accès).

- ° Le rappel total hebdo vérifié est de 7%. Dans les hebdos, ce sont surtout les solutions de rechange (autobus, train, covoiturage) qui ont servi d'éléments de vérification.

* * *

5.5 RAPPEL DU SLOGAN

- ° Sur une base spontanée, seulement 3% des répondants se souviennent du slogan «Aidez-nous à faire du chemin». Sur une base totale (spontanée et aidée), 18% se rappellent du slogan de la campagne.

- ° Ce sont surtout les francophones (22% contre 14% pour les non francophones) et les hommes (21% contre 13% pour les femmes) qui se souviennent du slogan.

* * *

5.6 EFFETS DE LA CAMPAGNE

- ° C'est par l'examen des écarts observés entre les répondants «exposés» et «non exposés» que sont évalués les effets probables de la campagne durant travaux. Cette exposition correspond au rappel général non vérifié durant travaux des 3 sources de la campagne.

CHANGEMENT D'HABITUDES

- ° Depuis le début des travaux, 68% de tous les répondants disent avoir changé leurs habitudes pour se rendre ou revenir de leur lieu de travail i.e. 74% des répondants exposés et 65% des non exposés. Les changements d'habitudes attribuables à la campagne concernent donc 9% des exposés i.e. 3% de tous les répondants. Par changement d'habitude, on entend une substitution partielle ou complète de leur automobile, un changement d'itinéraire ou d'horaire de conduite.
- ° Sur la base du total des répondants, 10% ont substitué partiellement ou complètement leur automobile (5% des exposés et 13% des non exposés). Par ailleurs, 6% des répondants (3% des exposés et 7% des non exposés) ont substitué complètement ce mode de transport (arrêté d'utiliser leur automobile).

L'incidence des solutions de rechange varie d'un mode à l'autre. L'incidence des trains de banlieue est de 8% (3% pour exposés et 10% pour non exposés), du transport en commun (autobus / métro) de 6% (2% pour exposés et 8% pour non exposés), du covoiturage comme conducteur de 3% (4% pour exposés et 2% pour non exposés) et du covoiturage comme passager de 2% (3% pour exposés et 2% pour non exposés). Parmi les solutions de rechange proposées par la campagne, les 2 principales adoptées ont donc été le train de banlieue et le transport en commun.

Cependant, l'adoption des solutions de rechange ne peut être attribuée à la campagne puisque les non exposés les ont adoptées plus que les exposés.

- ° 47% des répondants ont opté pour un changement d'itinéraire (60% des exposés et 41% des non exposés) et 41% ont changé leur horaire de conduite (52% des exposés et 37% des non exposés).

On observe donc que les répondants exposés ont davantage changé leurs habitudes de conduite et que sur l'ensemble des répondants, les changements d'itinéraire et d'horaire de conduite constituent l'essentiel des comportements d'adaptation.

INFLUENCE AVOUÉE DES TRAVAUX

- ° Indépendamment de la campagne, une question a été introduite afin de vérifier si les travaux sur la 20 représentent le facteur causal des changements d'habitudes de déplacement.
- ° Sur une base personnelle:
 - 62% des répondants (68% des exposés et 60% des non exposés) ont dit avoir changé leurs habitudes de déplacement principalement à cause de ces travaux.
 - 4% à cause d'autres travaux, qu'ils aient ou non été exposés à la campagne.
 - 2% à cause d'autres raisons (non spécifiées ou sans réponse).
 - 32% n'ont pas changé leurs habitudes.

INFLUENCE RECONNUE DE LA CAMPAGNE

- ° Sur une base projective et seulement auprès des répondants exposés, il y a 57% de ce groupe qui pensent que la publicité du MINISTÈRE DES TRANSPORTS a amené les automobilistes à changer leurs modes de transport (alors que 5% l'ont effectivement fait), 74% à changer les horaires de déplacement (52% l'ont effectivement fait) et 36% à changer les itinéraires suivis en automobile (60% l'ont effectivement fait).
- ° L'influence reconnue de la campagne est supérieure à son influence réelle sauf sur le plan des itinéraires.

* * *

5.7 OPINIONS DES RÉPONDANTS

- ° Pour chaque solution de rechange proposée, les répondants ont donné leur intérêt personnel:
 - 30% des répondants sont très ou assez intéressés à adopter le train de banlieue pendant la durée des travaux (26% exposés et 31% non exposés). Ce sont surtout les non francophones (35% vs 25% francophones), évidemment les répondants ayant accès aux trains (39% vs 18% non accès), les femmes (38% vs 26% hommes) et les répondants plus scolarisés (36% 16 ans et plus vs 28% 0 à 15 ans de scolarité) qui démontrent un intérêt personnel pour ce mode de transport.
 - 26% des répondants se disent très ou assez intéressés à adopter le covoiturage pendant la durée des travaux (27% exposés et 24% non exposés). Sur la base des critères comparatifs, on observe que ce sont surtout les francophones (30% vs 21% non francophones), les répondants n'ayant pas accès aux trains (36% vs 19% accès train), les femmes (32% vs 21% hommes) et les moins scolarisés (29% 0 à 15 ans vs 20% 16 ans et plus de scolarité).
 - 21% des répondants sont très ou assez intéressés à adopter le transport en commun (autobus / métro) pendant la durée des travaux (18% exposés et 23% non exposés). Cet intérêt est surtout manifesté par les non francophones (25% vs 17% francophones), les répondants ayant accès aux trains (25% vs 14% non accès), les femmes (31% vs 15% hommes) et les gens plus scolarisés (26% 16 ans et plus vs 18% 0 à 15 ans de scolarité).
- ° Malgré un certain intérêt des répondants dans ces trois modes de substitution, seulement 10% des répondants les ont adoptés partiellement ou complètement durant les travaux et moins de 2/10 se disent très intéressés à les adopter.

DEGRÉ D'INFORMATION ACTUEL SUR LES TRAVAUX

- ° 38% des répondants ne s'estiment pas suffisamment informés sur les travaux de la 20. Ce sont surtout les répondants n'ayant pas accès aux trains de banlieue (50% vs 32% accès train) et les moins scolarisés (44% 0 à 15 ans vs 30% 16 ans et plus de scolarité) qui disent manquer d'information.
- ° 33% des exposés et 41% des non exposés se disent insuffisamment informés. La campagne aurait donc mieux informé 8% des exposés, soit 3% du total.

INCONVÉNIENTS CAUSÉS PAR LES TRAVAUX

- ° 28% des répondants (29% exposés et 28% non exposés) estiment que les travaux sur la 20 leur créent des inconvénients très importants.
- ° Ces inconvénients très importants se retrouvent surtout auprès des répondants de plus de 45 ans (36% vs 25% chez les 18 à 44 ans) et auprès des plus scolarisés (35% 16 ans et plus vs 25% 0 à 15 ans de scolarité).
- ° La campagne n'a donc pas eu d'effet sur la perception des inconvénients causés par les travaux.

5.8 CONNAISSANCE DE LA LIGNE D'INFORMATION «24 HEURES»

- ° 12% des répondants (16% exposés et 10% non exposés) savent que le MINISTÈRE DES TRANSPORTS a mis à leur disposition un numéro de téléphone 24 heures pour s'informer durant les travaux sur la 20. Auprès du groupe des 45 ans et plus, ce taux est de 19% et de 9% auprès des 18 à 44 ans.
- ° Cependant, seulement 4% des répondants (5% exposés et 4% non exposés) savent où trouver ce numéro.

* * *

A P P E N D I C E 1

QUESTIONNAIRE

Bonsoir. Je suis _____ des ÉTUDES CRÉATEC, une firme de recherche de Montréal. Nous effectuons un court sondage pour le compte du MINISTÈRE DES TRANSPORTS du Québec en rapport avec les travaux de l'autoroute 20.

Les travaux de réfection de l'autoroute 20 ont débuté le lundi 1er mai 1989. Au cours des 4 semaines ayant précédé le début de ces travaux, c'est-à-dire durant avril '89, combien de personnes dans votre foyer empruntaient en voiture chaque jour l'autoroute 20 pour se rendre à leur travail?

- ° AUCUNE () TERMINER
- ° UNE () DEMANDER À PARLER À CETTE PERSONNE
- ° DEUX OU PLUS () UTILISER LA GRILLE DE SÉLECTION

Good evening. My name is _____ from CRÉATEC, a research company. We are presently conducting a short study for the Quebec Department of Transport about the work being done on HIGHWAY 20.

The construction work on highway 20 started on Monday May 1st, '89. During the 4 weeks preceding the beginning of the work, during April '89, how many people living in your home have traveled by car on highway 20 in order to get to and from their work?

- ° NONE () TERMINATE
- ° ONE () ASK TO TALK TO THIS PERSON
- ° TWO OR MORE () USE DE SELECTION GRID

Q. 1

AVANT le debut des travaux de refection de l'autoroute 20, vous souvenez-vous avoir ete informe qu'il y allait y avoir des travaux sur la 20?

	OUI	1	(1/ 19)
P.A. 006	NON	2	
P.A. 006	NSP-NRP	9	

Q. 2

NE PAS LIRE/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS/DON'T READ/SEVERAL ANSWERS COMMENT avez-vous ete informe que des travaux allaient etre effectues sur la 20?

SONDER

	BOUCHE A OREILLE	1	(1/ 20)
	AUX NOUVELLES (PAS DE PUBLICITE)	2	(1/ 21)
	EMPLOYEUR	3	(1/ 22)
	CHRONIQUES SUR LA CIRCULATION	4	(1/ 23)
	PUBLICITE/CAMPAGNE (NON PRECISEE)	5	(1/ 24)
P.A. 004	PUBLICITE MINISTERE DES TRANSPORTS	6	(1/ 25)
	AUTRE	7	(1/ 26)
	NE SE SOUVIENT PAS(1ERE MENTION)	9	

SI AUTRE

Q. 3

Avez-vous remarque des messages d'information ou de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DU QUEBEC AVANT que ne debutent les travaux sur la 20

	OUI	1	(1/ 27)
P.A. 006	NON	2	
P.A. 006	NSP-NRP	9	

Q. 4

NE PAS LIRE/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS OU avez-vous remarque la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DU QUEBEC AVANT le debut des travaux?

SONDER

	TELEVISION	1	(1/ 28)
	RADIO	2	(1/ 29)
	QUOTIDIENS	3	(1/ 30)
	HEBDOS LOCAUX	4	(1/ 31)
	AUTRE	5	(1/ 32)
	NSP-NRP(1ERE MENTION)	9	

SI AUTRE

Q. 5

BIEN SONDER/PROBE

Pouvez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez remarque comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS, AVANT que ne debutent les travaux sur la 20?

BIEN SONDER

Q. 6

DEPUIS le debut des travaux sur la 20, avez-vous CHANGE vos habitudes pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail?

	OUI	1	(1/ 37)
P.A. 016	NON	2	
P.A. 016	NSP-NRP	9	

Q. 7

Avez-vous CHANGE vos habitudes de MOYENS DE TRANSPORT?

	OUI	1	(1/ 38)
P.A. 013	NON	2	
P.A. 013	NSP-NRP	9	

Q. 8

COMPTER SEPREMENT L'ALLER ET LE RETOUR/MAXIMUM C'EST 10

Au cours des 5 jours ouvrables de la semaine derniere, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS UTILISE?

(compter separement les allers et les retours)

LE TRANSPORT EN COMMUN C.A.D. AUTOBUS OU METRO

ZERO (JAMAIS)	00	(1/ 39)
UNE FOIS	01	
DEUX	02	
TROIS	03	
QUATRE	04	
CINQ	05	
SIXT	06	
SEPT	07	
HUIT	08	
NEUF	09	
DIX	10	
NE SAIT PAS	99	

Q. 9

COMPTER SEPAREMENT L'ALLER ET LE RETOUR/MAXIMUM C'EST 10

Au cours des 5 jours ouvrables de la semaine derniere, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS UTILISE?

LE COVOITURAGE COMME PASSAGER

ZERO (JAMAIS)	00	(1/ 41)
UNE FOIS	01	
DEUX	02	
TROIS	03	
QUATRE	04	
CINQ	05	
SIXT	06	
SEPT	07	
HUIT	08	
NEUF	09	
DIX	10	
NE SAIT PAS	99	

Q. 10

LE COVOITURAGE COMME CONDUCTEUR

ZERO (JAMAIS)	00	(1/ 43)
UNE FOIS	01	
DEUX	02	
TROIS	03	
QUATRE	04	
CINQ	05	
SIXT	06	
SEPT	07	
HUIT	08	
NEUF	09	
DIX	10	
NE SAIT PAS	99	

Q. 11

LE TRAIN DE BANLIEUE

ZERO (JAMAIS)	00	(1/ 45)
UNE FOIS	01	
DEUX	02	
TROIS	03	
QUATRE	04	
CINQ	05	
SIXT	06	
SEPT	07	
HUIT	08	
NEUF	09	
DIX	10	
NE SAIT PAS	99	

Q. 12

VOTRE VEHICULE, COMME D'HABITUDE

P.A. 015	ZERO (JAMAIS)	00	(1/ 47)
	UNE FOIS	01	
	DEUX	02	
	TROIS	03	
	QUATRE	04	
	CINQ	05	
	SIXT	06	
	SEPT	07	
	HUIT	08	
	NEUF	09	
	DIX	10	
	NE SAIT PAS	99	

Q. 13

Lorsque vous utilisez votre vehicule, avez-vous CHANGE VOTRE ITINERAIRE habituel, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail?

OUI	1	(1/ 49)
NON	2	
NSP-NRP	9	

Q. 14

Lorsque vous utilisez votre vehicule, avez-vous CHANGE vos horaires habituels pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail?

OUI	1	(1/ 50)
NON	2	
NSP-NRP	9	

Q. 15

Est-ce PRINCIPALEMENT a cause des travaux sur la 20 que vous avez change vos habitudes de deplacement OU BIEN a cause d'autres travaux ou pour d'autres raisons?

TRAVAUX SUR LA 20	1	(1/ 51)
AUTRES TRAVAUX	2	
AUTRES RAISONS	3	
NSP-NRP	9	

Q. 16

Est-ce que les travaux sur la 20 vous creent des INCONVENIENTS?

LIRE		
TRES IMPORTANTS	1	(1/ 52)
ASSEZ IMPORTANTS	2	
PAS TRES IMPORTANTS	3	
PAS DU TOUT IMPORTANTS	4	
NSP-NRP	9	

Q. 17

LIRE
Pour chacune des solutions suivantes, quel est votre interet PERSONNEL A L'ADOPTER pendant la duree des travaux sur la 20?
LE COVOITURAGE

TRES INTERESSE	1	(1/ 53)
ASSEZ INTERESSE	2	
PAS TRES INTERESSE	3	
PAS DU TOUT INTERESSE	4	
NSP-NRP	9	

Q. 18

LE TRAIN DE BANLIEUE

TRES INTERESSE	1	(1/ 54)
ASSEZ INTERESSE	2	
PAS TRES INTERESSE	3	
PAS DU TOUT INTERESSE	4	
NSP-NRP	9	

Q. 19

LE TRANSPORT EN COMMUN C.A.D. L'AUTOBUS OU LE METRO

TRES INTERESSE	1	(1/ 55)
ASSEZ INTERESSE	2	
PAS TRES INTERESSE	3	
PAS DU TOUT INTERESSE	4	
NSP-NRP	9	

Q. 20

DEPUIS LE DEBUT des travaux sur la 20, avez-vous remarque des messages d'information ou de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DU QUEBEC?

OUI	1	(1/ 56)
P.A. 034 NON	2	
P.A. 034 NSP-NRP	9	

Q. 21

NE PAS LIRE/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS OU avez-vous remarque cette publicite?

TELEVISION	1	(1/ 57)
P.A. 023 RADIO	2	(1/ 58)
QUOTIDIENS	3	(1/ 59)
HEBDOS LOCAUX	4	(1/ 60)
AUTRE	5	(1/ 61)
NSP-NRP(1ERE MENTION)	9	

SI AUTRE

Q. 22

Avez-vous entendu de la publicite DU MINISTERE DES TRANSPORTS a la RADIO?

OUI	1	(1/ 62)
P.A. 024 NON	2	
P.A. 024 NSP-NRP	9	

Q. 23

NE PAS LIRE/SONDER POUR PLUSIEURS MENTIONS

Pourriez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez entendu comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS A LA RADIO?

SONDER

TRAIN DE BANLIEUE	1	(1/ 63)
AUTOBUS	2	(1/ 64)
COVOITURAGE	3	(1/ 65)
AUTRE	4	(1/ 66)
NSP-NRP (1ERE MENTION)	9	

SI AUTRE

Q. 24

Au risque de se repeter, avez-vous lu de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS LES GRANDS QUOTIDIENS?

	OUI	1	(1/ 67)
P.A. 026	NON	2	
P.A. 026	NSP-NRP	9	

Q. 25

SONDER/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS

Pourriez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez LU comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS LES GRANDS QUOTIDIENS?

SONDER/INSCRIRE

Q. 26

Au risque de se repeter, avez-vous lu de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS UN HEBDO LOCAL?

	OUI	1	(1/ 72)
P.A. 028	NON	2	
P.A. 028	NSP-NRP	9	

Q. 27

SONDER/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS

Pourriez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez LU comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS UN HEBDO LOCAL?

Q. 28

I N T E R V I E W E U R !!!

EST-CE QUE LE REPODANT DIT AVOIR REMARQUE LA PUBLICITE A LA RADIO OU DANS UN QUOTIDIEN OU DANS UN HEBDO???

	OUI	1	(1/ 77)
P.A. 034	NON	2	

Q. 29

NE PAS LIRE/ENREGISTRER UNE MENTION

Vous souvenez-vous du THEME OU DU SLOGAN utilise dans la publicite du
MINISTERE DES TRANSPORTS, a propos des travaux sur la 20?

NE PAS LIRE/SONDER/UNE MENTION

AIDEZ-NOUS	1	(1/ 78)
A FAIRE DU CHEMIN	2	
AIDEZ-NOUS A FAIRE DU CHEMIN	3	
AUTRE	4	
NSP-NRP (1ERE MENTION)	9	

P.A. 031

SI AUTRE

Q. 30

LIRE/READ

Parmi les slogans suivants, lequel est celui utilise dans la publicite du
MINISTERE DES TRANSPORTS a propos des travaux sur la 20?

LIRE

ENSEMBLE ON VA PLUS LOIN	1	(1/ 79)
AIDEZ-NOUS A FAIRE DU CHEMIN	2	
MODEEZ VOS TRANSPORTS	3	
NSP-NRP	9	

Q. 31

Pensez-vous que la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS a amene les
automobilistes a...

CHANGER LEUR MOYEN DE TRANSPORT

OUI	1	(2/ 1)
NON	2	
NSP-NRP	9	

Q. 32

Dans quelle mesure pensez-vous que la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS
a amene les automobilistes a CHANGER LEURS HABITUDES?

CHANGER D'HORAIRE DE DEPLACEMENT

OUI	1	(2/ 2)
NON	2	
NSP-NRP	9	

Q. 33

CHANGER D'ITINERAIRE SUIVI AVEC LEUR AUTOMOBILE

OUI	1	(2/ 3)
NON	2	
NSP-NRP	9	

Q. 34

Saviez-vous que le MINISTERE DES TRANSPORTS a mis a la disposition des
automobilistes un NUMERO de telephone 24 HEURES pour s'informer durant
les travaux de la 20?

OUI	1	(2/ 4)
NON	2	
P.A. 036	9	
P.A. 036	9	

Q. 35
 Savez-vous OU TROUVER ce numero de telephone?

OUI	1	(2/ 5)
NON	2	
NSP-NRP	9	

Q. 36
 Vous estimez-vous SUFFISAMMENT OU PAS SUFFISAMMENT informe sur les travaux de la 20?

SUFFISAMMENT	1	(2/ 6)
PAS SUFFISAMMENT	2	
NSP-NRP	9	

Q. 37
 ENFIN POUR TERMINER ET NOUS PERMETTRE DE COMPLETER NOS STATISTIQUES QUEL AGE AVEZ-VOUS?

18-24	1	(2/ 7)
25-34	2	
35-44	3	
45-54	4	
55-64	5	
65 &+	6	
NSP-NRP	9	

Q. 38
 Quelle est votre langue MATERNELLE (la premiere apprise et encore comprise)?

FRANCAIS	1	(2/ 8)
ANGLAIS	2	
AUTRE	3	
REFUS	4	

Q. 39
 QUELLE EST PRESENTEMENT VOTRE OCCUPATION PRINCIPALE?
 INSCRIRE

Q. 40
 COMBIEN D'ANNEES D'ETUDE AVEZ-VOUS COMPLETEES?

0-7 ANNEES	1	(2/ 10)
8 OU 9	2	
10 OU 12	3	
13 OU 15	4	
16 &+	5	
NSP-NRP	9	

Q. 41
 ETES-VOUS?

MARIE OU VIVANT EN COUPLE	1	(2/ 11)
CELIBATAIRE OU VIVANT SEUL(E)	2	
AUTRE	3	
NSP-NRP	9	

Q. 42

ETES-VOUS (ou votre famille est-elle) PROPRIETAIRE OU LOCATAIRE DE L'ENDROIT
OU VOUS HABITEZ?

PROPRIETAIRE	1	(2/ 12)
LOCATAIRE	2	
NSP-NRP	9	

Q. 43

EN 1988, LE REVENU TOTAL, AVANT IMPOTS, DE VOUS ET VOTRE CONJOINT
s'il y a lieu), ETAIT-IL SUPERIEUR, EGAL OU INFERIEUR A 35 000\$?

SUPERIEUR	1	(2/ 13)
INFERIEUR	2	
EGAL	3	
REFUS/NSP	9	

Q. 44

REMERCIER/TERMINER THANK AND TERMINATE
ENREGISTRER LE SEXE

HOMME	1	(2/ 14)
FEMME	2	

Q. 45

ENREGISTRER
L'ENDROIT DE RESIDENCE (VOIR LISTE ECHANTILLONNALE)
POUR LA SUITE CONTINUER AVEC LE CURSEUR

LACHINE	01	(2/ 15)
LASALLE	02	
VILLE SAINT-PIERRE	03	
MONTREAL-OUEST	04	
COTE ST-LUC	05	
PIERREFONDS	06	
ROXBORO	07	
SAINTE RAPHAEL ILE BIZARD	08	
SAINTE GENEVIEVE	09	
DOLLARD-DES-ORMEAUX	10	
DORVAL	11	
KIRKLAND	12	
POINTE-CLAIRE	13	
BEACONSFIELD	14	
SENNEVILLE	15	
BAIE D'URFE	16	
SAINTE-ANNE DE BELLEVUE	17	
CHATEAUGUAY	18	
LERY	19	
MERCIER	20	
SAINTE-CATHERINE	21	
DELSON	22	
ST-CONSTANT	23	
ST-ISIDORE	24	
CANDIAC	25	
IMPRECIS	99	

Q. 1

BEFORE construction was started on highway 20, do you remember hearing any information that there was going to be work done on it?

	YES	1	(1/ 19)
P.A. 006	NO	2	
P.A. 006	DK/NA	9	

Q. 2

NE PAS LIRE/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS/DON'T READ/SEVERAL ANSWERS
HOW did you hear that there was going to be construction work on highway 20?

	WORD OF MOUTH	1	(1/ 20)
	FROM THE NEWS (NOT ADVERTISING)	2	(1/ 21)
	FROM MY EMPLOYER	3	(1/ 22)
	TRAFFIC REPORTS	4	(1/ 23)
	ADVERTISING (NON-SPECIFIC)	5	(1/ 24)
P.A. 004	ADVERTISING FROM THE M. TRANSPORT	6	(1/ 25)
	OTHER	7	(1/ 26)
	DON'T REMEMBER	9	

SI OTHER

Q. 3

Did you notice any information or advertising messages sponsored by the Quebec Department of Transport BEFORE the work started on highway 20?

	YES	1	(1/ 27)
P.A. 006	NO	2	
P.A. 006	DK/NA	9	

Q. 4

NE PAS LIRE/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS
WHERE did you notice the advertising from the Quebec Department of Transport BEFORE the work started?

	TELEVISION	1	(1/ 28)
	RADIO	2	(1/ 29)
	DAILY NEWSPAPERS	3	(1/ 30)
	NEIGHBORHOOD NEWSPAPERS	4	(1/ 31)
	OTHER	5	(1/ 32)
	DK/NA (FIRST MENTION)	9	

SI OTHER

Q. 5

BIEN SONDER/PROBE

Can you describe for me, in a few words, the advertisement from the Quebec Department of Transport that you noticed BEFORE the work started on highway 20?

Q. 6

Have you changed your travelling habits to and from work SINCE the construction started on highway 20?

	YES	1	(1/ 37)
P.A. 016	NO	2	
P.A. 016	DK/NA	9	

Q. 7

Has your MEANS of transportation changed since then?

	YES	1	(1/ 38)
P.A. 013	NO	2	
P.A. 013	DK/NA	9	

Q. 8

COMPTER SEPARMENT L'ALLER ET LE RETOUR/MAXIMUM C'EST 10
(COUNT TO AND FROM SEPERATELY/THE MAXIMUM IS 10)

During the 5 working days of last week, and counting both the times going and returning from work, DID YOU USE...

PUBLIC TRANSPORTATION (BUS OR METRO)

NONE	00	(1/ 39)
ONCE	01	
TWICE	02	
THREE	03	
FOUR	04	
FIVE	05	
SIX	06	
SEVEN	07	
EIGHT	08	
NINE	09	
TEN	10	
DON'T KNOW	99	

Q. 9

RIDE SHARING AS A PASSENGER

NONE	00	(1/ 41)
ONCE	01	
TWICE	02	
THREE	03	
FOUR	04	
FIVE	05	
SIX	06	
SEVEN	07	
EIGHT	08	
NINE	09	
TEN	10	
DON'T KNOW	99	

Q. 10

RIDE SHARING AS A DRIVER

NONE	00	(1/ 43)
ONCE	01	
TWICE	02	
THREE	03	
FOUR	04	
FIVE	05	
SIX	06	
SEVEN	07	
EIGHT	08	
NINE	09	
TEN	10	
DON'T KNOW	99	

Q. 11

COMMUTER TRAINS

NONE	00	(1/ 45)
ONCE	01	
TWICE	02	
THREE	03	
FOUR	04	
FIVE	05	
SIX	06	
SEVEN	07	
EIGHT	08	
NINE	09	
TEN	10	
DON'T KNOW	99	

Q. 12
 YOUR OWN CAR, AS USUAL
 P.A. 015

NONE	00	(1/ 47)
ONCE	01	
TWICE	02	
THREE	03	
FOUR	04	
FIVE	05	
SIX	06	
SEVEN	07	
EIGHT	08	
NINE	09	
TEN	10	
DON'T KNOW	99	

Q. 13
 When using your car, have you CHANGED your usual route to get to and from work?

YES	1	(1/ 49)
NO	2	
DK/NA	9	

Q. 14
 When using your car, have you changed your usual schedule to get to and from work?

YES	1	(1/ 50)
NO	2	
DK/NA	9	

Q. 15
 Is it MAINLY because of the construction on route 20 that you've changed your travelling habits OR is it because of other construction projects or some other reason?

CONSTRUCTION ON RT. 20	1	(1/ 51)
OTHER CONSTRUCTION	2	
OTHER REASONS	3	
DK/NA	9	

Q. 16
 Is the construction on highway 20 causing you an inconvenience?

VERY MUCH SO	1	(1/ 52)
SOMEWHAT	2	
NOT VERY MUCH	3	
NO INCONVENIENCE AT ALL	4	
DK/NA	9	

Q. 17
 LIRE
 For each of the following solutions, tell me, for you personally, how interested you would be in ADOPTING it during the construction on highway 20?

RIDE SHARING

VERY INTERESTED	1	(1/ 53)
SOMEWHAT INTERESTED	2	
NOT VERY INTERESTED	3	
NOT INTERESTED AT ALL	4	
DK/NA	9	

Q. 18
COMMUTER TRAINS

VERY INTERESTED	1	(1/ 54)
SOMEWHAT INTERESTED	2	
NOT VERY INTERESTED	3	
NOT INTERESTED AT ALL	4	
DK/NA	9	

Q. 19
PUBLIC TRANSPORTATION

VERY INTERESTED	1	(1/ 55)
SOMEWHAT INTERESTED	2	
NOT VERY INTERESTED	3	
NOT INTERESTED AT ALL	4	
DK/NA	9	

Q. 20
Have you noticed any advertising messages from the Quebec Department of Transport SINCE THE BEGINNING of the work on highway 20?

YES	1	(1/ 56)
P.A. 034 NO	2	
P.A. 034 DK/NA	9	

Q. 21
NE PAS LIRE/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS
Where did you notice this advertising from the QUEBEC DEPARTMENT OF TRANSPORT?

TELEVISION	1	(1/ 57)
P.A. 023 RADIO	2	(1/ 58)
DAILY NEWSPAPERS	3	(1/ 59)
NEIGHBORHOOD NEWSPAPERS	4	(1/ 60)
OTHER	5	(1/ 61)
DK/NA (FIRST MENTION)	9	

SI OTHER

Q. 22
Have you heard any advertising from the QUEBEC DEPARTMENT OF TRANSPORT on the RADIO?

YES	1	(1/ 62)
P.A. 024 NO	2	
P.A. 024 DK/NA	9	

Q. 23
NE PAS LIRE/SONDER POUR PLUSIEURS MENTIONS
Can you describe for me, in a few words, the advertisement from the Quebec Department of Transport that you heard on the radio?

COMMUTER TRAINS	1	(1/ 63)
BUS/METRO	2	(1/ 64)
RIDE SHARING	3	(1/ 65)
OTHER	4	(1/ 66)
DK/NA (1ST MENTION)	9	

SI OTHER

Q. 24

At risk of repeating myself, did you read any advertising from the QUEBEC DEPARTMENT OF TRANSPORT IN THE DAILY NEWSPAPERS?

	YES	1	(1/ 67)
P.A. 026	NO	2	
P.A. 026	DK/NA	9	

Q. 25

SONDER/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS

Can you describe for me, in a few words, the advertisement from the Quebec Department of Transport that you read in a daily newspaper?

Q. 26

At risk of repeating myself, did you read any advertising from the QUEBEC DEPARTMENT OF TRANSPORT IN A COMMUNITY NEWSPAPER?

	YES	1	(1/ 72)
P.A. 028	NO	2	
P.A. 028	DK/NA	9	

Q. 27

SONDER/ENREGISTRER TOUTES LES MENTIONS

Can you describe for me, in a few words, the advertisement from the Quebec Department of Transport that you read in a community newspaper?

Q. 28

I N T E R V I E W E U R !!!

DID THIS RESPONDENT NOTICE ANY ADVERTISING, EITHER ON THE RADIO OR IN A DAILY OR COMMUNITY NEWSPAPER?

	YES	1	(1/ 77)
P.A. 034	NO	2	

Q. 29

NE PAS LIRE/ENREGISTRER UNE MENTION

Do you remember the THEME or the SLOGAN that was used in the advertising from the QUEBEC DEPARTMENT OF TRANSPORT?

DO NOT READ/PROBE/ONE ANSWER

HELP US	1	(1/ 78)
MAKE IT BETTER DOWN THE ROAD	2	
HELP US MAKE IT BETTER DWN THE RD.	3	
OTHER	4	
DK/NA (1ST ANSWER)	9	

P.A. 031

SI OTHER

Q. 30

LIRE/READ

Which among the following slogans is the one used in the QUEBEC DEPARTMENT OF TRANSPORT'S ad about construction on highway 20?

TOGETHER WE'LL GO FURTHER	1	(1/ 79)
HELP US MAKE IT BETTER DWN THE RD.	2	
MODERATE YOUR TRANSPORTATION	3	
DK/NA	9	

Q. 31

Do you think the DEPARTMENT OF TRANSPORT'S campaign will cause drivers to... CHANGE THEIR MEANS OF TRANSPORTATION?

YES	1	(2/ 1)
NO	2	
DK/NA	9	

Q. 32

CHANGE THEIR TRAVELLING SCHEDULE?

YES	1	(2/ 2)
NO	2	
DK/NA	9	

Q. 33

CHANGE THE ROUTE THEY USE WITH THEIR CAR?

YES	1	(2/ 3)
NO	2	
DK/NA	9	

Q. 34

Do you know that the DEPARTMENT OF TRANSPORT has made a 24 hour telephone line available for drivers so that they can get information during the work on highway 20?

YES	1	(2/ 4)
NO	2	
DK/NA	9	

P.A. 036

P.A. 036

Q. 35

Do you know WHERE TO FIND this telephone number?

YES	1	(2/ 5)
NO	2	
DK/NA	9	

Q. 36

Do you feel that you are ADEQUATELY OR INADEQUATELY informed about the work on highway 20?

ADEQUATELY	1	(2/ 6)
INADEQUATELY	2	
DK/NA	9	

Q. 37

ENFIN POUR TERMINER ET NOUS PERMETTRE DE COMPLETER NOS STATISTIQUES
FINALLY, TO FINISH THIS OFF AND TO HELP US COMPLETE OUR STATISTICS,
can you tell me what age group do you fall in?

18-24	1	(2/ 7)
25-34	2	
35-44	3	
45-54	4	
55-64	5	
65 & +	6	
REFUSAL	9	

Q. 38

What is your MOTHER tongue (first learned and first understood)?

FRENCH	1	(2/ 8)
ENGLISH	2	
OTHER	3	
REFUSAL	4	

Q. 39

What is your present occupation?

Q. 40

How many years of schooling have you completed?

0-7 YEARS	1	(2/ 10)
8 TO 9	2	
10 TO 12	3	
13 TO 15	4	
16 & +	5	
DK/NA	9	

Q. 41

ARE YOU?

MARRIED, LIVING WITH SOMEONE	1	(2/ 11)
SINGLE OR LIVING ALONE	2	
OTHER	3	
REFUSAL	9	

Q. 42

DO YOU (OR YOUR FAMILY) OWN OR RENT THE PLACE YOU LIVE IN?

OWN	1	(2/ 12)
RENT	2	
DK/NA	9	

Q. 43

WAS THE TOTAL INCOME OF YOU AND YOUR SPOUSE (if applicable) IN 1988 GREATER THAN, LESS THAN, OR EQUAL TO \$35,000?

GREATER	1	(2/ 13)
LESS THAN	2	
EQUAL TO	3	
REFUSAL/DK	9	

Q. 44

REMERCIER/TERMINER THANK AND TERMINATE
WRITE IN THE SEX OF THE RESPONDENT

MALE	1	(2/ 14)
FEMALE	2	

Q. 45

ENREGISTRER

PLACE OF RESIDENCE (SEE SAMPLE LIST)

PAGE UP & PAGE DOWN FOR THE WHOLE LIST

LACHINE	01	(2/ 15)
LASALLE	02	
VILLE ST-PIERRE	03	
MONTREAL-WEST	04	
COTE ST-LUC	05	
PIERREFONDS	06	
ROXBORO	07	
ST. RAPHAEL/ILE BIZZARD	08	
SAINTE GENEVIEVE	09	
DOLLARD-DES-ORMEAUX	10	
DORVAL	11	
KIRKLAND	12	
POINTE-CLAIRE	13	
BEACONSFIELD	14	
SENNEVILLE	15	
BAIE D'URFE	16	
SAINTE-ANNE DE BELLEVUE	17	
CHATEAUGUAY	18	
LERY	19	
MERCIER	20	
SAINTE-CATHERINE	21	
DELSON	22	
ST-CONSTANT	23	
ST-ISODORE	24	
CANDIAC	25	
IMPRECISE	99	

A P P E N D I C E 2

TABLEAUX DES RÉSULTATS

AVANT le debut des travaux de refection de l'autoroute 20, vous souvenez-vous avoir ete informe qu'il y allait y avoir des travaux sur la 20?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V 93	93	93	94	92	95	89	93	95	94	91	95	92
	371	275	96	197	174	251	120	237	134	265	104	126	245
NON	%V 5	6	4	4	8	4	8	5	5	5	5	5	5
	23	19	4	9	14	10	13	15	8	17	6	7	16
NSP	%V 2	1	3	2	0	1	3	1	0	1	4	0	3
	6	3	3	5	0	3	3	3	1	3	3	0	6

COMMENT avez-vous ete informe que des travaux allaient etre effectues sur la 20?

SONDER	TOTAL ABSOLU:	371	275	96	198	173	251	120	238	133	266	103	126	245
BOUCHE A OREILLE	%V 16	12	19	12	20	13	21	19	10	14	17	9	19	
	51	33	18	23	28	31	20	37	14	34	16	14	37	
AUX NOUVELLES (PAS DE P	%V 66	68	65	66	67	68	63	65	69	66	70	65	67	
	250	188	62	132	118	170	80	161	89	177	73	84	166	
EMPLOYEUR	%V 2	4	1	2	3	3	1	3	1	2	3	2	3	
	12	11	1	6	6	10	2	9	3	7	5	4	8	
CHRONIQUES SUR LA CIRCU	%V 16	18	15	20	10	15	17	15	19	17	15	18	15	
	63	49	14	44	19	41	22	36	27	43	20	20	43	
PUBLICITE/CAMPAGNE (NON	%V 17	15	19	22	10	19	14	13	25	17	16	23	14	
	60	42	18	39	21	44	16	29	31	41	18	26	34	
PUBLICITE MINISTERE DES	%V 5	7	4	5	6	6	5	6	5	7	2	5	5	
	23	19	4	13	10	17	6	14	9	19	4	8	15	
AUTRE	%V 21	15	26	25	14	22	18	17	27	20	23	25	19	
	67	42	25	45	22	47	20	33	34	48	19	23	44	
NE SE SOUVIENT PAS(1ERE	%V 1	0	1	1	0	0	2	1	0	1	0	0	1	
	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	

avez-vous remarque des messages d'information ou de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DU QUEBEC AVANT que ne debutent les travaux sur la 20

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V 48	46	50	51	43	51	43	45	54	45	51	48	47
	187	136	51	103	84	125	62	117	70	129	56	62	125
NON	%V 45	47	44	42	49	42	51	48	39	49	39	42	46
	184	139	45	93	90	120	64	121	61	137	47	59	125
NSP-NRP	%V 7	7	7	7	8	8	6	7	7	6	9	9	6
	29	22	7	15	14	19	10	17	12	19	10	12	17

avez-vous remarque des messages d'information ou de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DU QUEBEC AVANT que ne debutent les travaux sur la 20?

INCLUS Q2=6		TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V 53	52	53	56	48	56	47	50	59	52	53	53	53	53	
	210	155	55	116	94	142	68	131	79	148	60	70	140		
NON	%V 45	47	44	42	49	42	51	48	39	49	39	42	46		
	184	139	45	93	90	120	64	121	61	137	47	59	125		
NSP-NRP	%V 7	7	7	7	8	8	6	7	7	6	9	9	6		
	29	22	7	15	14	19	10	17	12	19	10	12	17		

OU avez-vous remarque la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DU QUEBEC AVANT le debut des travaux?

		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
									0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
SONDER	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
TELEVISION	%V	7	8	7	7	8	9	4	7	8	7	6	8	7
		30	23	7	13	17	23	7	21	9	21	8	10	20
RADIO	%V	11	8	15	14	8	12	11	11	13	13	9	14	10
		39	24	15	22	17	27	12	24	15	29	10	16	23
QUOTIDIENS	%V	14	11	17	19	6	15	13	12	17	11	22	20	11
		51	34	17	36	15	37	14	29	22	29	22	24	27
HEBDOS LOCAUX	%V	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	7	5	4
		17	13	4	8	9	11	6	10	7	9	8	6	11
AUTRE	%V	28	33	23	27	30	27	30	28	29	32	21	23	30
		122	98	24	64	58	76	46	76	46	96	26	36	86
NSP-NRP(1ERE MENTION)	%V	4	2	6	5	3	3	5	4	3	2	5	4	4
		11	5	6	7	4	6	5	9	2	6	4	4	7

Pouvez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez remarque comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS, AVANT que ne debutent les travaux sur la 20?

BIEN SONDER	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
TRANSPORTS	%V	14	13	15	16	11	13	16	13	16	14	14	13	14
		54	39	15	34	20	36	18	31	23	37	17	19	35
SLOGANS	%V	16	15	17	16	17	20	9	15	18	18	14	16	16
		63	45	18	32	31	48	15	41	22	50	13	23	40
TRAVAUX	%V	3	6	1	2	5	3	5	3	4	3	4	3	4
		19	18	1	9	10	8	11	11	8	14	5	6	13
PANNEAUX	%V	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0
		3	3	0	0	3	2	1	2	1	2	1	1	2
CHANGEMENT D'ITINERAIRE	%V	4	4	5	6	2	4	5	1	10	3	8	9	2
		16	11	5	14	2	8	8	3	13	9	7	9	7
AUTRES	%V	6	8	4	6	6	7	4	6	6	7	4	10	4
		27	23	4	13	14	20	7	18	9	21	6	14	13
NSP/NRP	%V	15	14	17	17	13	17	12	16	15	12	19	11	17
		58	41	17	34	24	39	19	38	20	35	21	12	46

Rappel pre-travaux verifie.

	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
VERIFIE	%V	34	33	34	36	30	34	32	30	40	34	32	35	33
		133	98	35	75	58	88	45	80	53	97	36	47	86
NON-VERIFIE	%V	66	67	66	64	70	66	68	70	60	66	68	65	67
		267	199	68	136	130	176	91	175	90	188	77	86	181

DEPUIS le debut des travaux sur la 20, avez-vous CHANGE vos habitudes pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail?

	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V	68	70	65	68	68	70	64	66	72	72	56	74	65
		276	209	67	146	130	183	93	172	104	204	70	99	177
NON	%V	31	29	33	31	32	29	35	33	28	26	42	26	33
		120	86	34	63	57	78	42	81	39	78	42	34	86
NSP-NRP	%V	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	2	0	2
		4	2	2	2	1	3	1	2	0	3	1	0	4

Avez-vous CHANGE vos habitudes de MOYENS DE TRANSPORT?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE	
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+			
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
OUI	%V	12	10	15	17	4	12	13	9	18	12	13	9	14
		44	29	15	36	8	25	19	23	21	31	13	11	33
NON	%V	56	62	50	51	65	59	51	58	55	61	45	65	52
		236	184	52	111	125	161	75	152	84	177	58	88	148
PAS CHANGE HABITUDES	%V	32	28	35	32	31	30	36	33	27	27	42	26	34
		120	84	36	64	55	78	42	80	38	77	42	34	86

Avez-vous CHANGE vos habitudes de MOYENS DE TRANSPORT?

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
OUI	%V	12	10	15	17	4	12	13	9	18	12	13	9	14
		44	29	15	36	8	25	19	23	21	31	13	11	33
NON	%V	86	90	83	81	94	86	85	90	82	87	85	91	84
		351	266	85	172	179	236	115	230	121	252	98	122	229
PAS CHANGE HABITUDES	%V	32	28	35	32	31	30	36	33	27	27	42	26	34
		120	84	36	64	55	78	42	80	38	77	42	34	86

Au cours des 5 jours ouvrables de la semaine derniere, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS UTILISE? (compter separement les allers et les retours)

LE TRANSPORT EN COMMUN C.A.D. AUTOBUS OU M

	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
ZERO (JAMAIS)	%V	94	95	93	92	98	95	93	96	90	93	96	98	92
		379	283	96	195	183	252	127	245	132	269	108	130	249
UNE FOIS	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DEUX	%V	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
		2	2	0	1	1	1	1	1	1	2	0	1	1
TROIS	%V	1	0	2	2	0	1	2	1	1	2	0	0	2
		3	1	2	3	0	1	2	2	1	3	0	0	3
QUATRE	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CINQ	%V	1	1	1	1	0	1	0	0	2	1	0	1	1
		3	2	1	2	1	2	1	1	2	3	0	1	2
SIX	%V	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	2	0	1
		2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	2
SEPT	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HUIT	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1
NEUF	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DIX	%V	2	1	3	3	0	1	4	1	4	3	1	1	3
		7	4	3	6	1	3	4	3	4	6	1	1	6
NE SAIT PAS	%V	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	2	0	1
		3	3	0	3	0	3	0	1	2	0	3	0	3

Au cours des 5 jours ouvrables de la semaine derniere, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS UTILISE?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE	
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+			
LE COVOITURAGE COMME PASSAGER														
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
ZERO (JAMAIS)	%V 388	98 285	96 285	100 103	98 203	98 184	99 260	96 128	99 250	97 136	98 276	98 110	97 128	98 260
UNE FOIS	%V 1	0 1	0 1	0 0	0 1	0 0	0 0	0 1	0 1	0 0	0 1	0 0	1 1	0 0
DEUX	%V 1	0 1	0 1	0 0	0 1	0 0	0 0	0 1	0 1	0 0	0 1	0 0	0 0	0 1
TROIS	%V 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
QUATRE	%V 5	1 5	2 5	0 0	1 2	1 3	0 1	2 4	1 2	1 3	1 4	1 1	2 3	0 2
CINQ	%V 2	0 2	1 2	0 0	0 1	0 1	0 1	0 1	0 1	0 1	0 2	0 0	1 1	0 1
SIX	%V 1	0 1	0 1	0 0	0 1	0 0	0 0	0 1	0 0	0 1	0 1	0 0	0 0	0 1
SEPT	%V 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
HUIT	%V 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
NEUF	%V 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
DIX	%V 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
NE SAIT PAS	%V 2	0 2	1 2	0 0	1 2	0 0	1 2	0 0	0 0	1 2	0 0	1 2	0 0	0 2

Au cours des 5 jours ouvrables de la semaine derniere, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS UTILISE?

		SCOLARITE						A G E		EXPOSE	NON-EXPOSE			
		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	0-15ANS			16ANS+	18-44	45+
LE COVOITURAGE COMME CONDUCTEUR														
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
ZERO (JAMAIS)	%V	97	98	97	97	98	97	97	98	95	99	93	96	98
		390	290	100	204	185	258	132	251	137	282	106	129	261
UNE FOIS	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DEUX	%V	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	2	0	1
		3	2	1	3	0	2	1	2	1	1	2	0	3
TROIS	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
QUATRE	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1
CINQ	%V	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	2	2	0
		1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0
SIX	%V	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0
		2	2	0	1	1	0	2	1	1	1	1	2	0
SEPT	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HUIT	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEUF	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DIX	%V	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	2	2	0
		1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0
NE SAIT PAS	%V	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
		2	2	0	2	0	2	0	0	2	0	2	0	2

Au cours des 5 jours ouvrables de la semaine dernière, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS UTILISE?

		SCOLARITE							A G E		EXPOSE	NON-EXPOSE		
		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	0-15ANS	16ANS+			18-44	45+
LE TRAIN DE BANLIEUE														
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
ZERO (JAMAIS)	%V	92	96	88	88	99	92	91	94	88	92	92	97	90
		376	285	91	188	187	251	125	243	131	269	105	130	246
UNE FOIS	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1
DEUX	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TROIS	%V	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1
		1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1
QUATRE	%V	1	1	1	1	0	1	1	0	2	0	2	1	1
		3	2	1	3	0	1	2	0	3	2	1	1	2
CINQ	%V	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1
		1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1
SIX	%V	1	1	2	2	0	2	0	1	2	0	4	1	2
		4	2	2	4	0	3	1	2	2	1	3	1	3
SEPT	%V	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1
		1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1
HUIT	%V	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1
		3	3	0	3	0	2	1	3	0	2	1	0	3
NEUF	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DIX	%V	3	1	6	5	1	2	5	3	4	4	2	2	4
		8	2	6	7	1	3	5	5	3	7	1	1	7
NE SAIT PAS	%V	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
		2	2	0	2	0	2	0	0	2	0	2	0	2

Au cours des 5 jours ouvrables de la semaine derniere, pour vous rendre ou revenir de votre lieu de travail, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS UTILISE?

		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
									0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
VOTRE VEHICULE, COMME D'HABITUDE														
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
ZERO (JAMAIS)	%V	6 21	5 14	7 7	8 16	2 5	4 8	9 13	4 10	9 11	7 18	3 3	3 5	7 16
UNE FOIS	%V	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
DEUX	%V	1 5	2 5	0 0	1 4	0 1	1 3	1 2	1 5	0 0	1 4	1 1	0 0	1 5
TROIS	%V	1 1	0 0	1 1	1 1	0 0	1 1	0 0	1 1	0 0	1 1	0 0	0 0	1 1
QUATRE	%V	1 4	1 2	2 2	2 4	0 0	1 2	2 2	1 2	2 2	1 2	2 2	1 1	2 3
CINQ	%V	1 1	0 0	1 1	1 1	0 0	0 0	1 1	1 1	0 0	0 0	2 1	2 1	0 0
SIX	%V	1 1	0 0	1 1	1 1	0 0	1 1	0 0	0 0	1 1	0 0	2 1	0 0	1 1
SEPT	%V	0 1	0 1	0 0	0 1	0 0	0 0	0 1	0 1	0 0	0 1	0 0	1 1	0 0
HUIT	%V	1 1	0 0	1 1	1 1	0 0	1 1	0 0	0 0	1 1	0 0	2 1	0 0	1 1
NEUF	%V	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
DIX	%V	90 363	92 273	87 90	84 180	97 182	91 246	87 117	92 235	86 126	90 259	89 102	95 125	87 238
NE SAIT PAS	%V	0 2	1 2	0 0	1 2	0 0	1 2	0 0	0 0	1 2	0 0	1 2	0 0	0 2

Lorsque vous utilisez votre vehicule, avez-vous CHANGE VOTRE ITINERAIRE habituel, pour vos rendre ou revenir de votre lieu de travail?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE	
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+			
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
OUI	%V	47	49	45	48	45	51	39	42	56	50	39	60	41
		191	145	46	101	90	136	55	112	79	143	47	78	113
NON	%V	14	16	13	11	20	14	16	19	7	15	14	11	16
		62	49	13	28	34	39	23	49	13	43	19	15	47
NSP-NRP	%V	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0
		2	2	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1
PAS CHANGE OU CON. AUTO	%V	39	34	43	40	35	35	45	39	37	35	46	29	43
		145	101	44	81	63	89	56	93	50	98	46	39	106

Lorsque vous utilisez votre vehicule, avez-vous CHANGE vos horaires habituels pour vos rendre ou revenir de votre lieu de travail?

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
OUI	%V	41	45	38	41	43	44	37	43	40	44	34	52	37
		173	134	39	91	82	121	52	111	62	128	44	67	106
NON	%V	20	21	19	19	22	21	18	19	23	21	19	19	20
		81	61	20	38	43	54	27	51	30	59	22	27	54
NSP-NRP	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
		1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1
PAS CHANGE OU CON. AUTO	%V	39	34	43	40	35	35	45	39	37	35	46	29	43
		145	101	44	81	63	89	56	93	50	98	46	39	106

Est-ce PRINCIPALEMENT a cause des travaux sur la 20 que vous avez change vos habitudes de deplacement OU BIEN a cause d'autres travaux ou pour d'autres raisons?

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
TRAVAUX SUR LA 20	%V	62	66	59	66	57	65	58	60	68	67	52	68	60
		256	195	61	142	114	173	83	158	98	191	64	91	165
AUTRES TRAVAUX	%V	4	4	4	1	9	3	5	5	2	4	3	4	4
		15	11	4	1	14	9	6	12	3	12	3	6	9
AUTRES RAISONS	%V	1	1	1	1	0	1	1	0	2	1	1	2	0
		3	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1
NSP-NRP	%V	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
		2	2	0	1	1	0	2	1	1	1	1	0	2
PAS CHANGE D'HABITUDES	%V	33	29	36	32	33	31	36	34	28	27	44	26	36
		124	87	37	65	58	81	43	83	39	80	43	34	90

Est-ce que les travaux sur la 20 vous creent des INCONVENIENTS?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
TRES IMPORTANTS	%V 28 112	28 82	29 30	29 64	27 48	27 73	31 39	25 66	35 46	25 73	36 39	29 37	28 75
ASSEZ IMPORTANTS	%V 32 142	39 115	26 27	31 69	35 73	32 93	32 49	35 98	28 44	36 106	24 35	28 46	34 96
PAS TRES IMPORTANTS	%V 28 101	23 68	32 33	27 52	29 49	31 70	22 31	26 60	31 41	29 74	26 27	31 35	26 66
PAS DU TOUT IMPORTANTS	%V 10 42	11 32	10 10	12 25	7 17	8 26	14 16	13 30	6 12	9 31	12 11	12 15	9 27
NSP-NRP	%V 2 3	0 0	3 3	1 1	1 1	2 2	1 1	1 1	0 0	1 1	2 1	0 0	2 3

Pour chacune des solutions suivantes, quel est votre interet PERSONNEL A L'ADOPTER pendant la duree des travaux sur la 20?

LE COVOITURAGE

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
TRES INTERESSE	%V 13 57	16 47	10 10	9 20	19 37	10 30	17 27	13 37	13 20	11 41	16 16	14 20	12 37
ASSEZ INTERESSE	%V 13 54	14 43	11 11	10 22	17 32	11 32	15 22	16 39	7 15	14 42	9 12	13 18	12 36
PAS TRES INTERESSE	%V 12 46	11 33	13 13	13 25	11 21	13 34	10 12	12 31	12 15	13 37	10 9	13 17	11 29
PAS DU TOUT INTERESSE	%V 61 237	58 171	64 66	68 142	51 95	64 163	56 74	58 145	68 92	60 161	63 75	61 78	61 159
NSP-NRP	%V 2 6	1 3	3 3	1 2	2 3	2 5	1 1	1 3	0 1	1 4	2 1	0 0	3 6

LE TRAIN DE BANLIEUE

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
TRES INTERESSE	%V 18 62	13 39	22 23	25 46	8 16	11 26	29 36	15 34	24 28	20 48	15 14	16 18	19 44
ASSEZ INTERESSE	%V 12 49	12 36	13 13	14 31	10 18	15 36	9 13	13 33	12 16	10 32	17 17	10 16	13 33
PAS TRES INTERESSE	%V 8 29	7 20	9 9	6 13	10 16	8 21	7 8	8 19	7 10	10 26	3 3	6 8	8 21
PAS DU TOUT INTERESSE	%V 58 242	63 188	52 54	53 116	65 126	62 169	50 73	60 157	55 85	56 166	62 75	65 87	54 155
NSP-NRP	%V 4 18	5 14	4 4	2 5	7 12	4 12	5 6	4 12	2 4	4 13	3 4	2 4	5 14

LE TRANSPORT EN COMMUN C.A.D. L'AUTOBUS OU LE METRO

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
TRES INTERESSE	%V 9 35	8 25	10 10	10 20	7 15	5 16	16 19	6 16	14 19	8 24	11 11	5 7	11 28
ASSEZ INTERESSE	%V 12 42	9 27	15 15	15 26	7 16	10 23	15 19	12 27	12 15	12 29	12 13	13 14	12 28
PAS TRES INTERESSE	%V 8 32	8 23	9 9	7 16	10 16	9 21	7 11	8 21	9 11	10 26	5 6	9 11	8 21
PAS DU TOUT INTERESSE	%V 69 284	73 218	64 66	66 147	73 137	73 198	61 86	72 186	65 98	68 201	70 82	73 100	66 184
NSP-NRP	%V 2 7	1 4	3 3	1 2	3 4	3 6	1 1	2 5	0 0	2 5	2 1	1 1	3 6

DEPUIS LE DEBUT des travaux sur la 20, avez-vous remarque des messages d'information ou de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DU QUEBEC?

		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
									0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V	42	51	34	42	44	45	37	37	53	39	49	100	16
		187	152	35	95	92	130	57	108	79	133	53	133	54
NON	%V	54	46	61	55	52	50	60	60	45	59	45	0	79
		200	137	63	111	89	126	74	139	61	145	55	0	200
NSP-NRP	%V	4	3	5	3	4	4	3	4	1	2	6	0	6
		13	8	5	5	7	8	5	8	3	7	5	0	13

OU avez-vous remarque cette publicite?

		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
									0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
TELEVISION	%V	6	7	5	6	6	6	5	6	6	5	8	14	2
		26	21	5	12	14	18	8	16	10	19	7	18	8
RADIO	%V	11	7	16	12	10	13	9	9	16	10	12	32	2
		36	20	16	19	17	26	10	20	16	26	9	30	6
QUOTIDIENS	%V	7	6	7	10	2	7	6	6	9	4	13	19	1
		26	19	7	21	5	19	7	13	13	13	13	23	3
HEBDOS LOCAUX	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
		1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0
AUTRE	%V	28	38	17	25	32	29	26	26	31	26	31	61	12
		132	114	18	63	69	91	41	80	52	95	37	92	40

Avez-vous entendu de la publicite DU MINISTERE DES TRANSPORTS a la RADIO?

TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V	12	20	4	10	14	13	9	11	13	12	11	32	2
		63	59	4	30	33	46	17	40	23	47	16	55	8
NON	%V	18	21	16	18	18	18	18	16	23	16	24	34	11
		78	62	16	42	36	51	27	42	36	53	25	42	36
NSP-NRP	%V	2	3	0	1	2	2	1	2	2	1	2	3	1
		10	10	0	5	5	7	3	6	4	6	4	6	4
RIEN REMARQUE	%V	69	56	81	70	66	67	72	72	62	71	63	32	86
		249	166	83	134	114	160	89	167	80	179	68	30	219

Pourriez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez entendu comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS A LA RADIO?

SONDER		TOTAL ABSOLU:	99	80	19	48	51	72	27	60	39	73	25	86	13
TRAIN DE BANLIEUE	%V	30	37	21	35	24	36	18	25	36	43	9	30	33	
		34	30	4	20	14	27	7	19	15	30	4	29	5	
AUTOBUS	%V	34	35	32	39	26	39	20	31	37	40	24	35	20	
		34	28	6	19	15	28	6	21	13	25	9	31	3	
COVOITURAGE	%V	30	36	21	18	47	31	25	31	28	28	35	30	26	
		33	29	4	8	25	25	8	21	12	23	10	29	4	
AUTRE	%V	35	34	37	34	37	27	54	32	38	38	31	36	26	
		34	27	7	17	17	21	13	20	14	28	6	30	4	
NSP-NRP (1ERE MENTION)	%V	25	20	32	29	19	25	26	33	16	14	40	22	47	
		22	16	6	13	9	16	6	16	6	13	8	17	5	

Rappel durant travaux verifie.

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE	
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+			
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
VERIFIE	%V	26	34	18	24	28	29	20	33	25	28	75	3	
		119	100	19	58	61	86	33	71	48	88	31	105	14
NON-VERIFIE	%V	74	66	82	76	72	71	80	78	67	75	72	25	97
		281	197	84	153	127	178	103	184	95	197	82	28	253

Au risque de se repeter, avez-vous lu de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS LES GRANDS QUOTIDIENS?

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267	
OUI	%V	11	12	10	12	9	13	7	9	14	8	16	33	1
		46	36	10	27	19	37	9	28	18	31	15	43	3
NON	%V	22	31	14	18	29	24	19	20	25	23	20	42	13
		106	92	14	45	61	72	34	62	44	80	26	61	45
NSP-NRP	%V	9	8	11	12	6	9	11	7	14	7	13	25	2
		35	24	11	23	12	21	14	18	17	22	12	29	6
RIEN REMARQUE	%V	58	49	66	58	56	55	63	63	47	61	51	0	84
		213	145	68	116	96	134	79	147	64	152	60	0	213

Pourriez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez LU comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS LES GRANDS QUOTIDIENS?

SONDER/INSCRIRE	TOTAL ABSOLU:	47	37	10	28	19	37	10	29	18	33	14	42	5
TRANSPORTS	%V	28	43	10	30	24	29	24	24	33	43	10	27	40
		17	16	1	12	5	13	4	9	8	14	3	15	2
SLOGANS	%V	21	22	20	15	33	27	0	30	10	27	13	21	20
		10	8	2	3	7	10	0	9	1	8	2	9	1
TRAVAUX	%V	24	27	20	24	24	21	31	13	37	24	23	24	20
		12	10	2	7	5	9	3	5	7	9	3	11	1
AUTRES	%V	20	11	30	20	20	24	6	19	20	8	33	21	0
		7	4	3	5	2	6	1	3	4	3	4	7	0
NSP/NRP	%V	21	14	30	26	9	12	50	27	13	13	30	21	20
		8	5	3	6	2	4	4	6	2	5	3	7	1

Au risque de se repeter, avez-vous lu de la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS UN HEBDO LOCAL?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V 9 47	14 42	5 5	6 17	15 30	10 33	8 14	9 30	9 17	9 35	10 12	29 45	0 2
NON	%V 30 131	35 105	25 26	32 72	27 59	33 92	25 39	25 73	39 58	29 94	31 36	65 81	14 50
NSP-NRP	%V 3 9	2 5	4 4	4 6	1 3	2 5	4 4	2 5	5 4	1 4	7 5	7 7	1 2
RIEN REMARQUE	%V 58 213	49 145	66 68	58 116	56 96	55 134	63 79	63 147	47 64	61 152	51 60	0 0	84 213

Pourriez-vous me decrire en quelques mots ce que vous avez LU comme publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS DANS UN HEBDO LOCAL?

TOTAL ABSOLU:	47	43	4	18	29	34	13	29	18	34	13	45	2
TRANSPORT EN COMMUN	%V 36 18	40 17	25 1	27 6	42 12	37 13	33 5	39 11	31 7	32 11	42 7	38 18	0 0
COVOITURAGE	%V 11 6	14 6	0 0	4 1	15 5	12 5	7 1	15 5	4 1	15 5	5 1	11 6	0 0
PANNEAUX D'INFORMATION	%V 16 7	14 6	25 1	19 2	15 5	7 3	40 4	21 5	9 2	15 5	19 2	17 7	0 0
AUTRES	%V 27 13	28 12	25 1	18 4	33 9	28 9	26 4	21 7	37 6	32 11	19 2	26 12	50 1
NSP/NRP	%V 24 11	23 10	25 1	50 9	6 2	25 8	20 3	15 5	37 6	26 9	19 2	23 10	50 1

EST-CE QUE LE REpondant DIT AVOIR REMARQUE LA PUBLICITE A LA RADIO OU DANS UN QUOTIDIEN OU DANS UN HEBDO???

TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V 31 133	35 104	28 29	32 68	31 65	34 95	26 38	27 78	40 55	29 95	35 37	100 133	0 0
NON	%V 69 267	65 193	72 74	68 143	69 123	66 169	74 98	73 177	60 88	71 190	65 76	0 0	100 267

Vous souvenez-vous du THEME OU DU SLOGAN utilise dans la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS, a propos des travaux sur la 20?

NE PAS LIRE/SONDER/UNE MENTION													
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
AIDEZ-NOUS	%V 2 9	3 8	1 1	2 5	2 4	2 7	2 2	2 7	1 2	2 5	2 4	6 9	0 0
A FAIRE DU CHEMIN	%V 1 5	1 3	2 2	2 3	1 2	2 4	1 1	2 4	0 1	1 3	2 1	4 4	0 1
AIDEZ-NOUS A FAIRE DU C%	%V 3 18	6 18	0 0	1 5	5 13	4 15	1 3	3 11	3 7	3 13	3 5	9 18	0 0
AUTRE	%V 4 16	4 13	3 3	4 9	3 7	4 11	3 5	2 7	7 9	4 13	3 3	11 15	0 1
NSP-NRP (1ERE MENTION)	%V 22 87	22 64	22 23	23 47	20 40	24 59	19 28	18 49	29 38	20 63	26 24	70 87	0 0
PAS EXPOSE	%V 68 265	64 191	72 74	68 142	69 122	65 168	73 97	73 177	59 86	70 188	65 76	0 0	100 265

Parmi les slogans suivants, lequel est celui utilise dans la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS a propos des travaux sur la 20?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
IRE													
TOTAL ABSOLU:	400	281	101	209	172	254	128	242	138	272	108	132	250
ENSEMBLE ON VA PLUS LOI%V	5	5	5	5	6	6	4	3	8	6	4	16	0
	20	15	5	11	9	13	7	10	10	14	6	20	0
AIDEZ-NOUS A FAIRE DU C%V	15	17	14	18	11	17	12	14	19	15	15	47	0
	62	48	14	37	25	45	17	34	28	48	13	61	1
MODEREZ VOS TRANSPORTS %V	2	2	2	1	5	2	2	2	2	2	3	7	0
	9	7	2	2	7	6	3	7	2	6	3	9	0
NSP-NRP %V	10	6	8	8	5	6	8	6	9	5	12	22	0
	37	17	8	14	11	16	9	16	9	15	10	25	0
PAS EXPOSE %V	68	69	71	69	72	68	73	75	62	72	66	9	100
	266	194	72	145	120	174	92	175	89	189	76	17	249

Parmi les slogans suivants, lequel est celui utilise dans la publicite du MINISTERE DU TRANSPORTS a propos des travaux sur la 20? (TOTAL)

TOTAL ABSOLU:	383	282	101	209	173	255	128	243	138	273	108	133	250
ENSEMBLE ON VA PLUS LOI%V	5	5	5	5	6	6	4	3	8	6	4	16	0
	20	15	5	11	9	13	7	10	10	14	6	20	0
AIDEZ NOUS A FAIRE DU %V	18	23	14	19	17	21	13	17	22	18	17	56	0
	80	66	14	42	38	60	20	45	35	61	18	79	1
MODEREZ VOS TRANSPORTS %V	2	2	2	1	5	2	2	2	2	2	3	7	0
	9	7	2	2	7	6	3	7	2	6	3	9	0
NSP-NRP %V	10	6	8	8	5	6	8	6	9	5	12	22	0
	37	17	8	14	11	16	9	16	9	15	10	25	0
PAS EXPOSE %V	68	69	71	69	72	68	73	74	62	72	66	9	100
	266	194	72	145	120	174	92	175	89	189	76	17	249

Pensez-vous que la publicite du MINISTERE DES TRANSPORTS a amene les automobilistes a...

		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
									0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
CHANGER LEUR MOYEN DE TRANSPORT														
	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
	%V	18	24	13	19	17	20	14	14	26	19	17	57	0
		84	71	13	45	39	61	23	46	38	63	21	83	1
	%V	10	9	12	11	9	12	7	10	12	9	12	33	0
		38	26	12	20	18	29	9	25	13	27	10	38	0
	%V	3	3	4	3	4	2	6	3	3	2	6	11	0
		12	8	4	4	8	5	7	7	5	6	6	12	0
	%V	68	65	72	68	69	66	73	73	60	70	65	0	100
		266	192	74	142	123	169	97	177	87	189	76	0	266
CHANGER D'HORAIRE DE DEPLACEMENT														
	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
	%V	23	26	21	25	21	26	19	20	30	23	23	74	0
		98	76	22	54	44	67	31	56	42	73	24	97	1
	%V	6	7	6	6	8	7	5	6	7	5	9	20	0
		27	21	6	11	16	22	5	18	9	18	9	27	0
	%V	2	3	1	2	2	2	2	1	3	1	3	6	0
		9	8	1	4	5	6	3	4	5	5	4	9	0
	%V	68	65	72	68	69	66	73	73	60	70	65	0	100
		266	192	74	142	123	169	97	177	87	189	76	0	266
CHANGER D'ITINERAIRE SUIVI AVEC LEUR AUTOM														
	TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
	%V	11	12	11	14	7	12	10	6	21	12	11	36	0
		47	36	11	31	16	33	14	18	29	34	13	47	0
	%V	9	8	11	10	8	9	11	10	8	8	13	30	0
		35	24	11	20	15	21	14	23	12	24	11	35	0
	%V	11	15	7	8	16	14	6	11	11	10	11	34	0
		52	45	7	18	34	41	11	37	15	38	13	51	1
	%V	68	65	72	68	69	66	73	73	60	70	65	0	100
		266	192	74	142	123	169	97	177	87	189	76	0	266

Savez-vous que le MINISTERE DES TRANSPORTS a mis a la disposition des automobilistes un NUMERO de telephone 24 HEURES pour s'informer durant les travaux de la 20?

		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
									0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V	12	13	11	11	14	12	11	13	11	9	19	16	10
		51	40	11	24	27	36	15	35	16	29	22	20	31
NON	%V	85	86	85	87	84	86	85	85	88	89	80	83	87
		342	254	88	184	158	225	117	217	125	251	90	111	231
NSP-NRP	%V	3	1	4	2	2	2	4	2	1	2	2	1	3
		7	3	4	3	3	3	4	3	2	5	1	2	5

Savez-vous OU TROUVER ce numero de telephone?

TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
OUI	%V	4	4	4	3	6	3	6	4	5	3	7	5	4
		17	13	4	6	11	10	7	11	6	9	8	8	9
NON	%V	8	9	7	7	9	9	7	9	7	7	11	11	7
		35	28	7	17	18	26	9	24	11	21	14	13	22
NSP-NRP	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PAS CONNU	%V	88	86	89	90	84	88	87	87	89	91	81	84	90
		348	256	92	188	159	228	120	220	126	255	91	112	236

Vous estimez-vous SUFFISAMMENT OU PAS SUFFISAMMENT informe sur les travaux de la 20?

TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
SUFFISAMMENT	%V	58	57	59	65	46	60	54	53	66	56	63	63	55
		229	168	61	134	94	157	72	135	93	157	71	83	146
PAS SUFFISAMMENT	%V	38	41	36	32	50	37	40	44	30	41	34	33	41
		159	122	37	70	89	102	57	114	45	121	38	46	113
NSP-NRP	%V	4	2	5	4	4	2	6	3	4	3	3	3	4
		12	7	5	7	5	5	7	6	5	7	4	4	8

QUEL AGE AVEZ-VOUS?

TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
18-24	%V	9	9	9	6	13	8	11	11	5	13	0	7	10
		36	27	9	13	23	20	16	26	10	36	0	14	22
25-34	%V	26	33	19	20	35	27	24	25	27	38	0	23	27
		117	97	20	46	70	77	40	73	43	117	0	37	80
35-44	%V	33	33	32	36	28	33	32	32	34	48	0	32	33
		132	99	33	81	51	91	41	85	47	132	0	44	88
45-54	%V	20	20	20	22	17	19	21	21	19	0	63	22	19
		79	58	21	47	32	51	28	51	28	0	79	26	53
55-64	%V	10	4	15	12	6	10	8	7	12	0	30	13	8
		27	12	15	18	9	19	8	14	12	0	27	11	16
65 &+	%V	2	1	3	3	1	2	3	2	2	0	7	0	3
		7	4	3	5	2	4	3	4	3	0	7	0	7
NSP-NRP	%V	1	0	2	1	1	2	0	2	0	0	0	2	1
		2	0	2	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1

Quelle est votre langue MATERNELLE (la premiere apprise et encore comprise)?

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
FRANCO	%V 48	100	0	35	69	52	42	49	47	54	38	53	46
	297	297	0	133	164	203	94	192	105	223	74	104	193
ANGLO/ AUTRE	%V 52	0	100	65	31	48	58	51	53	46	62	47	54
	103	0	103	78	24	61	42	63	38	62	39	29	74

QUELLE EST PRESETEMENT VOTRE OCCUPATION PRINCIPALE?

INSCRIRE													
	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	0-15ANS	16ANS+	18-44	45+	EXPOSE	NON- EXPOSE
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
PROFESSIONNELS	%V 12	12	12	15	6	15	7	4	25	12	11	13	11
	47	35	12	35	12	38	9	7	40	32	15	15	32
GERANCE/ADMINISTRATION	%V 11	11	11	10	12	12	8	9	15	9	15	13	10
	43	32	11	21	22	32	11	23	20	26	17	19	24
SEMI-PROFESSIONNELS	%V 11	10	12	15	5	10	12	9	15	11	12	9	12
	41	29	12	32	9	24	17	19	22	29	12	11	30
PETIT ADMINISTRATEURS	%V 16	13	18	19	12	16	16	16	17	16	17	17	15
	58	39	19	36	22	41	17	38	20	40	18	20	38
EMPLOYES DE BUREAU	%V 23	23	23	25	21	18	32	29	15	21	26	23	24
	93	69	24	54	39	46	47	71	22	66	26	29	64
TRAV. SPECIALISES	%V 13	13	13	7	21	17	6	16	6	16	6	14	13
	53	40	13	16	36	45	8	45	7	45	8	21	32
TRAV SEMI-SPECIALISES	%V 7	11	3	3	13	6	7	9	2	7	7	4	8
	35	32	3	6	29	25	10	32	3	24	11	7	28
MANOEUVRE	%V 3	3	3	2	4	3	3	4	0	4	1	1	4
	11	8	3	3	8	6	5	11	0	10	1	2	9
A LA MAISON/CHOMEURS/REXV	%V 3	2	3	2	3	3	2	2	4	2	2	5	2
	10	7	3	5	5	5	5	5	5	7	2	5	5
NSP	%V 2	2	3	2	3	1	6	2	2	2	4	2	3
	9	6	3	3	6	2	7	4	4	6	3	4	5

COMBIEN D'ANNEES D'ETUDE AVEZ-VOUS COMPLETEES?

		SCOLARITE						A G E		EXPOSE	NON-EXPOSE			
		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	0-15ANS			16ANS+	18-44	45+
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
0-7 ANNEES	%V	2 10	3 9	1 1	1 3	4 7	3 8	1 2	3 10	0 0	1 4	3 5	2 4	2 6
8 OU 9	%V	5 22	6 19	3 3	3 4	8 18	4 15	5 7	7 22	0 0	4 12	6 10	4 6	5 16
10 OU 12	%V	24 104	28 82	21 22	17 33	37 71	25 72	23 32	39 104	0 0	25 77	24 27	19 27	27 77
13 OU 15	%V	32 119	28 82	36 37	32 65	31 54	29 75	37 44	51 119	0 0	34 91	28 27	29 41	33 78
16 &+	%V	36 143	35 105	37 38	46 105	20 38	38 93	34 50	0 0	100 143	36 100	38 43	46 55	32 88
NSP-NRP	%V	1 2	0 0	2 2	1 1	0 0	1 1	1 1	0 0	0 0	1 1	2 1	0 0	1 2

ETES-VOUS?

TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
MARIE OU VIVANT EN COUP	%V	73 292	73 217	73 75	74 160	72 132	77 209	65 83	74 188	73 104	73 207	73 83	71 95	74 197
CELIBATAIRE OU VIVANT S	%V	21 92	25 73	18 19	19 41	26 51	17 46	30 46	22 59	20 33	22 68	21 24	19 29	22 63
AUTRE	%V	4 12	2 6	6 6	6 8	2 4	4 6	4 6	3 6	6 6	4 8	4 4	10 8	1 4
NSP-NRP	%V	2 4	0 1	3 3	2 2	0 1	2 3	1 1	1 2	0 0	1 2	2 2	1 1	2 3

ETES-VOUS (ou votre famille est-elle) PROPRIETAIRE OU LOCATAIRE DE L'ENDROIT OU VOUS HABITEZ?

TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
PROPRIETAIRE	%V	66 275	71 211	62 64	73 164	56 111	65 183	68 92	65 166	72 109	63 191	72 82	66 95	66 180
LOCATAIRE	%V	32 121	29 85	35 36	25 45	43 76	33 79	30 42	35 89	27 32	35 91	26 30	32 37	32 84
NSP-NRP	%V	2 4	0 1	3 3	2 2	0 1	2 2	2 2	0 0	2 2	2 3	2 1	2 1	2 3

EN 1988, LE REVENU TOTAL, AVANT IMPOTS, DE VOUS ET VOTRE CONJOINT s'il y a lieu), ETAIT-IL SUPERIEUR,EGAL OU INFERIEUR A 35 000\$?

TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
SUPERIEUR	%V	65 266	68 201	63 65	72 158	56 108	71 189	55 77	63 159	72 107	64 186	67 78	64 89	66 177
INFERIEUR	%V	20 81	21 62	18 19	14 27	29 54	15 44	27 37	23 63	14 18	21 60	17 21	20 29	19 52
EGAL	%V	6 25	6 19	6 6	3 6	11 19	4 13	9 12	8 21	3 4	7 19	4 6	3 4	7 21
REFUS/NSP	%V	9 28	5 15	13 13	11 20	5 7	9 18	9 10	6 12	12 14	8 20	12 8	12 11	8 17

ENREGISTRER LE SEXE

	TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	SCOLARITE		A G E		EXPOSE	NON- EXPOSE
								0-15ANS	16ANS+	18-44	45+		
TOTAL ABSOLU:	400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
HOMME	%V 64	68	59	62	65	100	0	62	66	63	63	70	61
	264	203	61	135	128	264	0	170	93	188	74	95	169
FEMME	%V 36	32	41	38	35	0	100	38	34	37	37	30	39
	136	94	42	76	60	0	136	85	50	97	39	38	98

L'ENDROIT DE RESIDENCE (VOIR LISTE ECHANTILLONNALE)

POUR LA SUITE CONTINUER AVEC LE CURSEUR		TOTAL ABSOLU:												
		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
LACHINE	%V	6	9	4	0	17	7	5	8	4	8	3	4	7
		31	27	4	0	31	23	8	25	6	25	5	8	23
LASALLE	%V	17	21	14	0	45	18	16	21	11	20	13	13	19
		77	63	14	0	77	53	24	61	16	56	21	19	58
VILLE SAINT-PIERRE	%V	2	2	1	3	0	1	3	2	1	2	0	2	2
		8	7	1	8	0	4	4	6	2	8	0	3	5
MONTREAL-OUEST	%V	1	0	1	1	0	0	2	1	0	1	0	0	1
		2	1	1	2	0	0	2	1	1	2	0	0	2
COTE ST-LUC	%V	4	1	7	7	0	5	2	2	7	3	5	5	3
		10	3	7	10	0	7	3	3	7	6	4	4	6
PIERREFONDS	%V	8	6	9	13	0	7	9	7	10	5	13	9	7
		28	19	9	28	0	18	10	15	13	16	12	11	17
ROXBORO	%V	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
		2	2	0	2	0	2	0	1	1	2	0	0	2
SAINT RAPHAEL ILE BIZAR	%V	1	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	2	0
		4	3	1	4	0	3	1	3	1	2	1	2	2
SAINTE GENEVIEVE	%V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOLLARD-DES-ORMEAUX	%V	9	10	9	15	0	10	8	7	14	10	8	14	7
		39	30	9	39	0	27	12	17	22	27	12	16	23
DORVAL	%V	8	6	11	14	0	7	11	8	9	6	13	5	10
		28	17	11	28	0	15	13	17	11	17	11	5	23
KIRKLAND	%V	7	5	10	12	0	7	8	5	11	7	8	12	5
		24	14	10	24	0	16	8	8	15	17	7	12	12
POINTE-CLAIRE	%V	10	5	16	17	0	10	11	10	12	11	9	5	13
		30	14	16	30	0	19	11	17	13	23	7	6	24
BEACONSFIELD	%V	9	6	12	14	0	10	6	6	13	8	11	8	9
		29	17	12	29	0	21	8	14	15	19	10	8	21
SENEVILLE	%V	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	2	0	1
		2	1	1	2	0	1	1	1	1	0	2	0	2

L'ENDROIT DE RESIDENCE (VOIR LISTE ECHANTILLONNALE)

		SCOLARITE								A G E		EXPOSE	NON-EXPOSE	
		TOTAL	FRANCO	ANGLO/ ALLO	ACCES TRAIN	NON ACCES	HOMME	FEMME	0-15ANS	16ANS+	18-44			45+
TOTAL ABSOLU:		400	297	103	211	188	264	136	255	143	285	113	133	267
BAIE D'URFE	%V	1 5	2 5	0 0	1 5	0 0	1 2	1 3	1 2	1 3	0 1	2 4	1 1	1 4
SAINTE-ANNE DE BELLEVUE	%V	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
CHATEAUGUAY	%V	1 5	1 3	2 2	0 0	4 5	1 3	2 2	2 5	0 0	0 2	4 3	3 4	1 1
LERY	%V	1 5	2 5	0 0	0 0	2 5	0 0	2 5	1 2	1 3	1 4	1 1	1 1	1 4
MERCIER	%V	2 12	4 12	0 0	0 0	5 12	2 8	2 4	2 8	2 4	2 9	2 3	5 9	1 3
SAINTE-CATHERINE	%V	3 17	5 16	1 1	0 0	8 17	4 12	2 5	4 14	1 3	3 14	3 3	5 10	2 7
DELSON	%V	1 7	2 7	0 0	0 0	3 7	2 6	0 1	1 5	1 2	2 7	0 0	2 4	1 3
ST-CONSTANT	%V	5 27	8 24	3 3	0 0	14 27	5 18	6 9	8 24	1 3	6 22	4 5	3 6	6 21
ST-ISIDORE	%V	0 2	1 2	0 0	0 0	1 2	1 2	0 0	1 2	0 0	0 1	1 1	1 1	0 1
CANDIAC	%V	1 5	2 5	0 0	0 0	2 5	1 3	1 2	1 4	0 1	1 4	1 1	2 3	0 2
IMPRECIS	%V	1 1	0 0	1 1	0 0	0 0	1 1	0 0	0 0	0 0	1 1	0 0	0 0	1 1

MINISTÈRE DES TRANSPORTS



QTR A 204 372