

RETRAITE QUÉBEC

Campagne publicitaire de Retraite Québec

Sondage 2018



Rédaction

Roxanne Brousseau

Mise en page

Nathalie Bilodeau

Production

Direction des communications

Date de parution

Mars 2019

Le contenu de cette publication peut être reproduit en tout ou en partie,
à condition que la source soit mentionnée.

Pour tout renseignement, tout commentaire ou toute suggestion, s'adresser à :

Direction de la statistique et de l'analyse quantitative

Retraite Québec

Case postale 5200

Québec (Québec)

G1K 7S9

statistiques@retraitequebec.gouv.qc.ca

Dépôt légal – 2021

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISBN – 978-2-550-89342-4 (PDF)

© Retraite Québec

Table des matières

Méthodologie en bref.....	4
Résultats du sondage sur la campagne publicitaire 2018	5
Annexe I – Questionnaire	8

Méthodologie en bref

Population visée



Travailleurs québécois âgés de **35 à 54 ans** ayant un revenu annuel personnel de **25 000 \$ ou plus** en 2017

Sondage



Comment?

Collecte téléphonique effectuée par SOM



Quand?

Entre le 14 mars et le 12 avril 2018

Échantillon



Base de sondage :

registre des cotisants au Régime de rentes du Québec



1 000

Nombre de travailleurs qui ont répondu au questionnaire



19,5 %

Taux de réponse



3,1 %

Marge d'erreur maximale



95 %

Taux de confiance

Résultats du sondage sur la campagne publicitaire 2018

Une proportion de 36 % des travailleurs visés se souviennent d’avoir vu ou entendu une publicité du gouvernement du Québec sur l’importance de bien planifier sa retraite.

Tableau 1 – Proportion des travailleurs visés ayant vu ou entendu la publicité du gouvernement du Québec sur l’importance de bien planifier sa retraite

	Proportion
Oui	36,2 %
Non	63,8 %

Lorsqu’on leur demande de quoi ils se souviennent à propos de cette publicité, plus d’un travailleur visé sur trois ayant vu ou entendu la publicité (36 %) est incapable de répondre à la question. Bien que peu de travailleurs visés aient été capables de décrire en détail la publicité, certains semblent toutefois bien se rappeler celle-ci. En effet, dans la plupart des cas, ils ont retenu le message général de la publicité, soit qu’il faut se préparer pour la retraite (16 %), qu’il faut se préparer, sans précision (8 %) ou qu’il faut épargner (4 %). Une proportion de 7 % des travailleurs disant se souvenir de la publicité ont retenu le nom du site Web à visiter, 7 % disent se souvenir de l’invitation à utiliser un outil de planification financière de la retraite et 2 % ont nommé le concept de la dame âgée redevenant plus jeune.

Par contre, il semblerait que certains travailleurs aient confondu la publicité de Retraite Québec avec d’autres publicités sur le thème de la retraite. En effet, une proportion de 8 % des travailleurs disant se souvenir de la publicité pensent que celle-ci suggérait de cotiser à un REER.

Tableau 2 – Souvenirs de la publicité

De quoi vous souvenez-vous de la publicité? (plusieurs réponses possibles)	% de mentions
Il faut se préparer pour la retraite (planifier d'avance, investir)	16,3 %
Il faut cotiser à un REER (sans précision, c’est important)	7,8 %
Il faut se préparer (sans précision)	7,5 %
Nom du site Web à visiter : jeplanifie.gouv.qc.ca	7,3 %
Utilisation d'un outil de planification financière de la retraite	7,0 %
Épargner (mettre des sous de côté)	4,3 %
Publicité d'Épargne Placements Québec (sans précision)	2,2 %
Dame âgée devenant plus jeune	2,0 %
Il faut faire des placements (sans précision, les planifier)	1,7 %
Réalisation de projets pour la retraite (activités)	1,7 %
D'un site Web (sans précision)	1,4 %
Un conseiller financier (sollicitation du conseiller ou de l'institution)	1,4 %,
Autres	11,7 %
Ne sait pas/Ne répond pas	36,4 %

Afin de s'assurer que tous les répondants parlent de la même publicité, une explication supplémentaire était lue. Après cette explication, on obtient qu'une proportion de 37 % des travailleurs visés par le sondage se souviennent réellement de la publicité de Retraite Québec. Ce résultat est le même que celui obtenu lors de l'édition 2017 du sondage.

Tableau 3 – Proportion des travailleurs visés se souvenant de la publicité

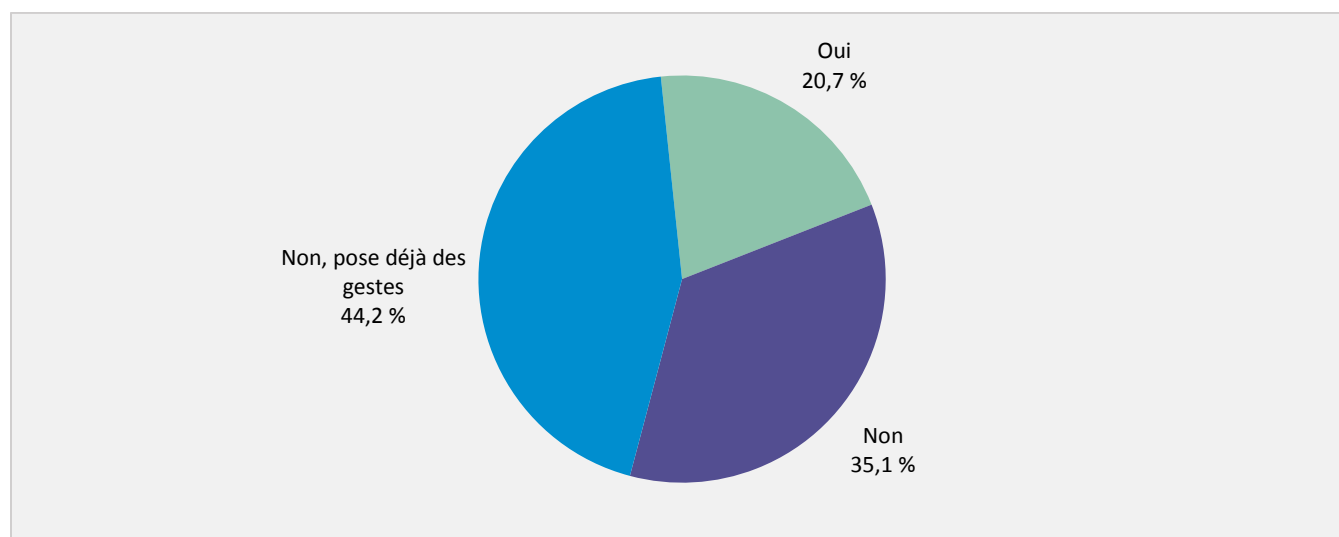
Cette campagne était sous le thème « Bien avant de profiter de votre retraite, il faut commencer par la planifier ». Cette publicité vous invitait à visiter le site Internet jeplanifie.gouv.qc.ca et proposait un outil de simulation des revenus à la retraite nommé SimulR. Vous souvenez-vous de cette publicité?		Répartition
Oui		37,2 %
Non		62,8 %

De cette proportion, la majorité des travailleurs affirment avoir vu ou entendu la publicité à la télévision (80 %) ou à la radio (26 %). Une petite proportion a nommé les médias sociaux (3 %), le site Web de Retraite Québec (2 %) et les sites Web des grands médias (2 %). Il est à noter que plus d'un média pouvait être mentionné.

Seulement 13 % des travailleurs qui se rappellent avoir vu ou entendu la publicité disent avoir visité le site Web jeplanifie.gouv.qc.ca. Les travailleurs qui détiennent un diplôme d'études collégiales ou universitaires sont proportionnellement plus nombreux à avoir visité ce site Web (16 % contre 4 % pour ceux détenant un diplôme d'études primaires ou secondaires).

Cette publicité semble avoir eu une certaine incidence positive, puisque 21 % des travailleurs visés l'ayant vue ou entendue affirment que celle-ci les a convaincus de poser des gestes en vue de planifier financièrement leur retraite. À l'inverse, 35 % des travailleurs mentionnent que la publicité ne les a pas convaincus de poser de tels gestes. Cependant, il est à noter que 44 % ont affirmé que la publicité ne les a pas convaincus, car ils posent déjà des gestes pour planifier financièrement leur retraite. De plus, les travailleurs ayant mentionné que la planification financière de la retraite était peu ou pas du tout importante pour eux sont plus nombreux en proportion à dire que la publicité ne les a pas convaincus de poser des gestes en vue de planifier financièrement leur retraite.

Graphique 1 – Est-ce que la publicité vous a convaincu de poser des gestes en vue de planifier financièrement votre retraite?

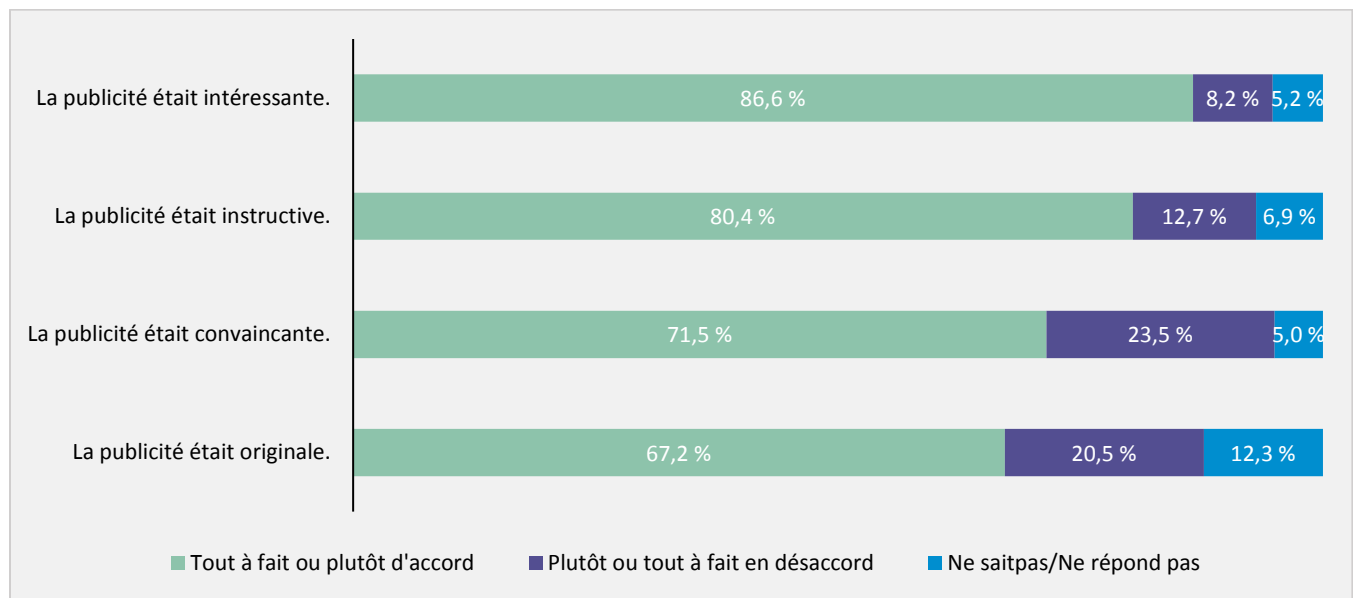


Quand on leur demande pourquoi la publicité ne les a pas convaincus de poser des gestes en vue de planifier financièrement leur retraite, plus de la moitié des travailleurs visés mentionnent déjà poser des gestes en ce sens (51 %). Les autres raisons les plus mentionnées sont de ne pas avoir été touchés par la publicité (9 %), que la retraite est trop loin (9 %) et de ne pas avoir les moyens d'épargner (8 %).

La majorité des travailleurs visés sont d'accord (tout à fait ou plutôt) pour dire que la publicité était intéressante (87 %), instructive (80 %), convaincante (72 %) et originale (67 %).

Les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à se dire en désaccord avec l'énoncé « La publicité était originale » (28 % contre 15 % pour les hommes).

Graphique 2 – Opinion sur la publicité



Lors du sondage, une question additionnelle était posée pour connaître la proportion de travailleurs visés ayant déjà utilisé l'outil de simulation des revenus à la retraite nommé SimulR. Il est intéressant de constater que 10 % des travailleurs visés par le sondage ont déjà utilisé cet outil. Cette proportion est significativement plus grande chez les travailleurs ayant un diplôme d'études universitaires (13 %). Par ailleurs, les travailleurs ayant vu ou entendu la publicité sont proportionnellement plus nombreux à avoir déjà utilisé l'outil de simulation des revenus à la retraite SimulR (16 % contre 7 % pour ceux ne se souvenant pas de la publicité).

Annexe I – Questionnaire

Q1	Pour commencer, est-ce que la planification financière de la retraite est... pour vous? (n=998) 41,4 % Très importante 49,8 % Assez importante 6,6 % Peu importante 2,2 % Pas du tout importante
Évaluation de la campagne de promotion	
Q2	Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d’avoir vu ou entendu une publicité du gouvernement du Québec sur l’importance de bien planifier votre retraite? (n=986) 36,2 % Oui 63,8 % Non → Passer à Q4
Q3a	De quoi vous souvenez-vous dans la publicité? (n=357) <i>(Plusieurs réponses possibles)</i> 16,3 % Il faut se préparer pour la retraite (planifier d'avance, investir) 7,8 % Il faut se procurer des REER (sans précision, c'est important) 7,5 % Il faut se préparer (sans précision) 7,3 % Nom du site Internet à visiter : jeplanifie.gouv.qc.ca 7,0 % Utilisation d'un outil de planification financière de la retraite 4,3 % Épargner (mettre des sous de côté) 2,2 % Publicité d'épargne placement Québec (sans précision) 2,0 % Dame âgée devenant plus jeune 1,7 % Il faut faire des placements (sans précision, les planifier) 1,7 % Réalisation de projets pour la retraite (activités) 1,4 % D'un site Web (sans précision) 1,4 % Un conseiller financier (sollicitation du conseiller ou de l'institution) 11,7 % Autres 36,4 % Ne sait pas/Ne répond pas

Q4	La campagne était sous le thème « Bien avant de profiter de votre retraite, il faut commencer par la planifier ». Cette publicité vous invitait à visiter le site Internet « je planifie.gouv.qc.ca » et proposait un outil simplifié de simulation des revenus à la retraite nommé « SimulR ». Vous souvenez-vous de cette publicité? (n=990) 37,2 % Oui 62,8 % Non → Passer à Q10
Q5a	Où avez-vous vu ou entendu cette publicité? (n=369) (Plusieurs réponses possibles) 80,1 % À la télévision 25,9 % À la radio 3,3 % Dans les médias sociaux (Facebook, Twitter, etc.) 2,4 % Sur le site Internet de Retraite Québec 2,4 % Sur des sites Web de grands médias 2,2 % Dans les journaux 1,4 % Sur Internet (sans précision) 3,3 % Autre, précisez : 1,4 % NSP/NRP
Q6	Avez-vous visité le site Internet « jeplanifie.gouv.qc.ca »? (n=365) 12,8 % Oui 87,2 % Non
Q7	Est-ce que la publicité vous a convaincu de poser des gestes en vue de planifier financièrement votre retraite? (n=366) 20,7 % Oui → Passer à Q9_1 35,1 % Non 44,2 % Non, je pose déjà des gestes pour planifier financièrement ma retraite → Passer à Q9_1

Q8a	Pourquoi la publicité ne vous a-t-elle pas convaincu de poser des gestes en vue de planifier financièrement votre retraite? (n=128) <i>(Plusieurs réponses possibles)</i> 50,7 % Pose déjà des gestes 9,3 % Pas touché par la publicité 8,5 % La retraite est trop loin 8,0 % Pas les moyens d'épargner 7,8 % N'a pas l'intérêt (n'en ressent pas le besoin) 7,0 % N'a pas pris le temps 3,2 % Est déjà bien informé sur le sujet 3,1 % A d'autres priorités (famille, paiements, etc.) 2,4 % Est déjà convaincu 3,0 % Autre, précisez : 5,6 % NSP/NRP
	<i>Dites-moi si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec les énoncés suivants :</i>
Q9_1	La publicité était intéressante. (n=369) 28,4 % Tout à fait d'accord 58,2 % Plutôt d'accord 7,6 % Plutôt en désaccord 0,6 % Tout à fait en désaccord 5,2 % NSP/NRP
Q9_2	La publicité était originale. (n=369) 19,6 % Tout à fait d'accord 47,6 % Plutôt d'accord 17,8 % Plutôt en désaccord 2,7 % Tout à fait en désaccord 12,3 % NSP/NRP
Q9_3	La publicité était instructive. (n=369) 26,3 % Tout à fait d'accord 54,1 % Plutôt d'accord 12,4 % Plutôt en désaccord 0,3 % Tout à fait en désaccord 6,9 % NSP/NRP

Q9_4	La publicité était convaincante. (n=369)
	22,7 % Tout à fait d'accord
	48,8 % Plutôt d'accord
	20,5 % Plutôt en désaccord
	2,9 % Tout à fait en désaccord
	5,0 % NSP/NRP

Note : La campagne publicitaire a été évaluée dans le cadre du sondage portant sur la sensibilisation à l'importance de la planification financière de la retraite. Pour prendre connaissance de la méthodologie détaillée, consultez le Sondage 2018 Sensibilisation à l'importance de la planification financière de la retraite. Vous y trouverez aussi les questions 10 à 27.

**Pour plus de renseignements,
vous pouvez communiquer
avec nous.**

Par Internet

www.retraitequebec.gouv.qc.ca

Par courriel

statistiques@retraitequebec.gouv.qc.ca

Par la poste

Retraite Québec
Case postale 5200
Québec (Québec) G1K 7S9