

**MONTREAL**

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

QUEBEC

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

SONDAGE AUPRÈS DES INTERNAUTES DU QUÉBEC SUR LA SEMAINE NATIONALE DES TRANSPORTS

RAPPORT FINAL
PRÉSENTÉ À
LA DIRECTION DES COMMUNICATIONS, MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

JUILLET 2012

RÉF.: R12225v2p3MTQ(SNT).ppt

03	/CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
05	/FAITS SAILLANTS
08	/CHAPITRE 1 : ATTITUDE À L'ÉGARD DU DOMAINE DES TRANSPORTS
12	/CHAPITRE 2 : NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE
18	/CHAPITRE 3 : COMPRÉHENSION ET APPRÉCIATION
25	/CONCLUSIONS

ANNEXES

- /1. MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /2. QUESTIONNAIRE
- /3. TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



CONTEXTE À l'occasion de la Semaine nationale des transports 2012 et en cette année où il fête son 100^e anniversaire, le ministère des Transports du Québec (MTQ) a accepté de collaborer avec l'AQTR et ses partenaires pour parrainer une campagne intitulée « Tout me transporte », visant à illustrer l'omniprésence du transport dans nos vies et son importance dans l'économie du Québec.

La campagne de cette année s'articule autour d'une série de mini clips vidéo diffusés sur le web (site web spécialisé toutmetransporte.com) dont la promotion se fait sur YouTube, Facebook ainsi qu'une multitude d'autres activités médias renvoyant aux clips hébergés sur le site spécialisé.

OBJECTIF L'objectif général de cette étude est de mesurer la notoriété de cette opération et, sommairement, la compréhension des principaux messages véhiculés.

POPULATION CIBLE Internautes francophones de 18 ans ou plus, résidant sur le territoire du Québec.

ÉCHANTILLONNAGE 1 067 répondants tirés du panel Or de SOM.

COLLECTE Entrevues web réalisées du 13 au 18 juin 2012.
Taux de réponse : 41,4 %

PONDÉRATION Pondération pour s'assurer d'une bonne représentativité des répondants en fonction de l'âge, du sexe, de la langue maternelle, du plus haut diplôme obtenu ainsi que de la proportion d'internautes vivant seuls.

MARGE D'ERREUR La marge d'erreur d'échantillonnage maximale pour les résultats d'ensemble est de 3,4 % au niveau de confiance de 95 %.



FAITS SAILLANTS

ATTITUDE À L'ÉGARD DU DOMAINE DES TRANSPORTS

- La très grande majorité des internautes francophones du Québec ont une perception positive du domaine des transports : les trois quarts (75 %) ont dit avoir une perception plutôt positive de ce secteur d'activité et 8 % en ont une perception très positive. Il en reste donc 17 % pour en avoir une perception plutôt négative (16 %) ou très négative (1 %).
- De façon plus précise, les niveaux d'accord sur des échelles de 0 à 10 s'établissent comme suit pour différentes affirmations relatives au secteur des transports :
 - le domaine des transports est essentiel à notre économie (8,9);
 - le domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois (8,3);
 - le domaine des transports offre des opportunités de carrière intéressantes (7,3);
 - le domaine des transports offre des défis intéressants (7,3).
- De façon générale, donc, la perception est assez positive, mais des améliorations sont certainement possibles en particulier du point de vue de l'intérêt que peut représenter une carrière dans le domaine.

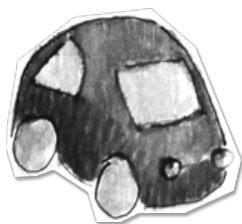
NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

- De façon spontanée, 5 % des gens disent se rappeler avoir vu, lu ou entendu quelque chose à propos de la Semaine nationale des transports au cours des semaines ayant précédé l'enquête.
- Si on élargit la question de la Semaine nationale des transports à l'industrie du transport en général, 17 % des gens disent se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu de la publicité récente où on parlait de l'industrie des transports en général et de son importance dans notre vie de tous les jours.

- En fait, ceux qui ont été réceptifs à ce type de publicité ont été rejoints par plusieurs médias, entre autres :
 - la publicité à la télévision (45 %);
 - les reportages et nouvelles à la télévision (35 %);
 - les reportages et nouvelles dans les journaux (35 %);
 - la publicité dans les journaux (33 %);
 - les reportages aux nouvelles à la radio (25 %);
 - les grands panneaux routiers (25 %);
 - d'autres affiches (24 %);
 - la publicité à la radio (22 %).
- Comme on le voit, ceux qui se rappellent avoir entendu quelque chose à propos du domaine des transports, font généralement référence à plusieurs sources.
- Pour être plus précis, nous avons par la suite fait visionner aux internautes interrogés le premier clip de la série diffusée dans le cadre de la campagne de cette année et nous leur avons ensuite demandé s'ils avaient déjà vu ce clip ou un autre de la même série.
- Au total, 1 % des internautes à qui nous avons fait visionner le clip vidéo se rappellent l'avoir déjà vu (ce clip ou un autre de la série).
- Il faut aussi penser que lorsqu'on mesure des proportions aussi faibles, la marge d'erreur relative est très importante. Dans ce cas-ci, la proportion réelle devrait se situer entre 0,5 % et 2,0 %.
- En ce qui concerne le micro-site web développé à cette occasion (toutmetransporte.com), là aussi, un internaute interrogé sur 100 (12 répondants) se souvient de l'avoir visité. Encore une fois, c'est une très faible proportion sur laquelle la marge d'erreur relative est donc très importante.

COMPRÉHENSION ET APPRÉCIATION

- Interrogés à savoir pourquoi, selon eux, on organise la Semaine nationale des transports, la moitié des répondants n'ont pas d'explications à fournir. Le quart (25 %) dit que c'est pour sensibiliser la population au domaine des transports et, plus précisément, 11 % disent que c'est pour souligner l'importance des transports dans nos vies, ce qui est sans doute plus spécifique et plus près de l'axe principal qu'on voulait véhiculer.
- Par contre, les deux explications suivantes montrent une certaine incompréhension :
 - pour sensibiliser la population à l'importance du transport en commun (8 %);
 - pour sensibiliser la population à la pollution causée par le transport (4 %).
- Bref, a priori, (cette question avait été posée avant de faire visionner le clip) on ne comprend pas très bien à quoi sert la Semaine nationale des transports.
- Sur un point d'information bien précis, 4 % des internautes sondés savaient que le MTQ fêtait ses 100 ans cette année.
- Globalement, l'appréciation des clips de la série est plutôt mitigée : seulement 7 % des internautes qui les ont visionnés disent les avoir aimés beaucoup et 33 % assez, pour un total de 40 %.
- Par contre, presque la même proportion (39 %) disent les avoir aimés seulement un peu et 21 % ne pas les avoir aimés du tout.
- La compréhension de la série de clips est aussi un peu déficiente, puisque 58 % des gens qui ont visionné le clip n'ont pas été en mesure de résumer quel était le message principal qu'il voulait véhiculer.
- Par contre, parmi ceux qui tentent une réponse, le plus grand nombre ont bien compris que le message véhiculé par la campagne est que le transport est essentiel et fait partie de nos vies (25 %), ou encore qu'il est essentiel pour notre économie (4 %). Les autres interprétations sont marginales.
- L'impact avoué sur la perception des répondants quant au domaine des transports est aussi assez limité : la majorité (55 %) de ceux à qui on a fait visionner le clip ont dit que le visionnement de ces clips n'a rien changé à leur perception du domaine des transports alors que 39 % disent qu'ils en ont maintenant une perception plus positive quoique rarement (6 %) beaucoup plus positive. On a aussi la même proportion (6 %) de gens qui disent qu'ils en ont maintenant une opinion moins positive.

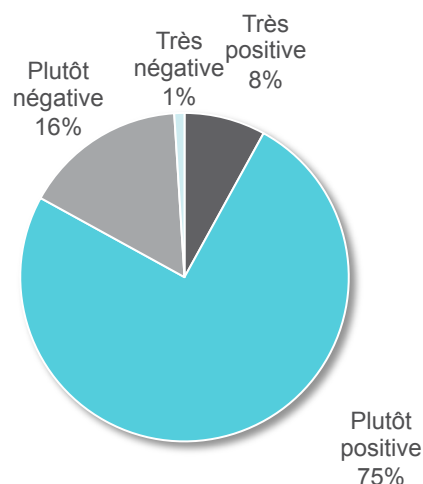


CHAPITRE 1 : ATTITUDE À L'ÉGARD DU DOMAINE DES TRANSPORTS

1.1 PERCEPTION GLOBALE DU DOMAINE DES TRANSPORTS

QA1. « DANS UN PREMIER TEMPS, NOUS AIMERIONS CONNAÎTRE VOTRE PERCEPTION DE L'INDUSTRIE DES TRANSPORTS EN GÉNÉRAL AUTANT ROUTIER QU'AÉRIEN, FERROVIAIRE OU MARITIME ET AUTANT POUR LES BIENS QUE POUR LES PERSONNES. DIRIEZ-VOUS QUE, GLOBALEMENT, VOUS EN AVEZ UNE PERCEPTION...? »

(n : 1 060)



LA TRÈS GRANDE MAJORITÉ DES INTERNAUTES DU QUÉBEC ONT UNE PERCEPTION POSITIVE DU DOMAINE DES TRANSPORTS

Ainsi, les trois quarts (75 %) ont dit avoir une perception plutôt positive de ce secteur d'activité alors que 8 % en ont une perception très positive, mais 17 % disent en avoir une perception très ou plutôt négative. On observe donc qu'il y a peu de gens qui en ont a priori une perception très positive et une proportion non négligeable qui en ont a priori une perception plutôt négative, de sorte qu'une campagne pour mousser l'image de ce secteur paraît appropriée.

On observe par ailleurs une plus grande proportion de citoyens qui ont une perception négative de ce secteur dans la grande région de Montréal (20 %) que hors des grands centres urbains de Montréal et Québec (13 %).

Aussi, plus les gens sont scolarisés, moins leur perception du domaine des transports est positive. Ainsi, les proportions d'internautes qui disent avoir une perception négative du secteur s'établissent comme suit selon le niveau de scolarité :

- diplôme d'études secondaires ou moins (13 %);
- diplôme d'études collégiales (15 %);
- diplôme universitaire (24 %).

Par contre, l'âge, le sexe ou le revenu n'ont pas d'impact significatif sur cette perception.

Par contre, ceux qui travaillent dans le domaine du transport (eux-mêmes ou leur conjoint) sont moins nombreux à en avoir une perception négative (7 %).

1.2 PERCEPTIONS SPÉCIFIQUES

« SUR UNE ÉCHELLE DE 0 À 10 OÙ 0 SIGNIFIE QUE VOUS N'ÊTES PAS DU TOUT D'ACCORD ET 10 QUE VOUS ÊTES TOTALEMENT D'ACCORD, DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC LES AFFIRMATIONS SUIVANTES? »

(n : 1 060)

	Peu ou pas du tout (0-3) %	Moyen- nement (4-6) %	Assez (7-8) %	Beaucoup/ totalement (9-10) %	Note moyenne
A4. Le domaine des transports est essentiel à notre économie	1	7	23	69	8,9
A2. Le domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois	3	10	35	52	8,3
A3. Le domaine des transports offre des opportunités de carrière intéressantes	5	26	39	30	7,3
A5. Le domaine des transports offre des défis intéressants	4	27	39	30	7,3

ON RECONNAÎT QUE LE DOMAINE DES TRANSPORTS EST ESSENTIEL À NOTRE ÉCONOMIE

Presque 70 % des gens sont tout à fait d'accord et ont donné des notes de 9 ou 10 sur 10. La moyenne globale se situe d'ailleurs tout près de 9 (8,9).

Même ceux qui ont une perception négative du secteur des transports reconnaissent, avec une note moyenne de 8,1, que ce secteur est essentiel à notre économie.

Plus on est scolarisé, plus on est d'accord. Aussi, les résidents des régions à l'extérieur des grands centres urbains de Montréal et Québec, sont proportionnellement plus en accord avec cette affirmation (note moyenne de 9,0).

ON RECONNAÎT AUSSI QU'IL INFLUENCE NOTRE QUALITÉ DE VIE

Là aussi, la note moyenne est assez élevée (8,3) et une majorité d'internautes (52 %) se sont dits totalement d'accord avec cette affirmation ou presque (note de 9 ou 10 sur 10). Seulement 13 % des répondants ont donné des notes de 6 ou moins sur 10.

L'importance perçue de ce secteur augmente en fonction de la scolarité des répondants, mais même parmi ceux qui ont une perception négative du secteur, la moyenne est encore de presque 8,0 sur 10.

1.2 PERCEPTIONS SPÉCIFIQUES

ON EST UN PEU MOINS D'ACCORD POUR DIRE QUE LE DOMAINE OFFRE DES OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE INTÉRESSANTES

Par rapport à l'énoncé précédent, la moyenne chute ici d'un point, passant à un accord moyen de 7,3 sur 10. Ce sont encore 30 % des internautes qui sont totalement d'accord ou presque, mais il y en a autant (31 %) qui donnent des notes de niveau d'accord de 6 ou moins sur 10.

De façon générale donc on demeure avec une perception généralement positive, mais il y en a beaucoup plus que pour les deux énoncés précédents qui affichent un certain scepticisme.

SITUATION SEMBLABLE EN CE QUI CONCERNE L'INTÉRÊT DES DÉFIS

Les résultats sur cette quatrième dimension de l'image sont pratiquement les mêmes que pour l'énoncé précédent : la moyenne sur 10 de niveau d'accord avec l'énoncé « le domaine des transports offre des défis intéressants » est de 7,3 également.

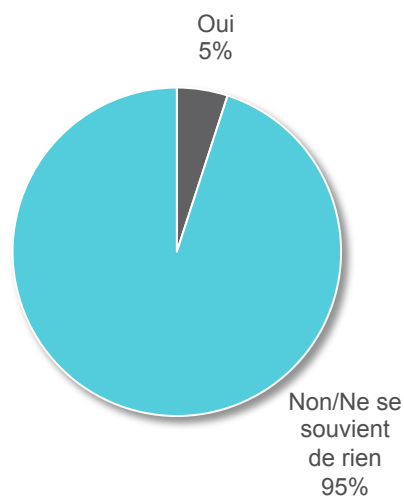


CHAPITRE 2 : NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

2.1 NOTORIÉTÉ DE LA SEMAINE NATIONALE DE TRANSPORTS

QB1. « AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES, AVEZ-VOUS VU, LU OU ENTENDU QUELQUE CHOSE À PROPOS DE LA SEMAINE NATIONALE DES TRANSPORTS? »

(n : 1 067)



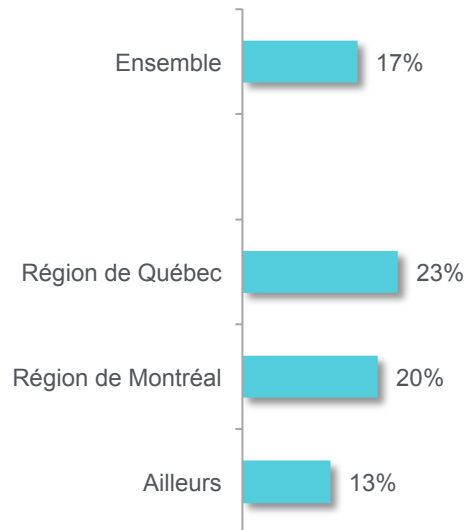
SPONTANÉMENT, 5 % DES INTERNAUTES INTERROGÉS DISENT SE SOUVENIR D'AVOIR VU, LU OU ENTENDU QUELQUE CHOSE À PROPOS DE LA SEMAINE NATIONALE DES TRANSPORTS

Cette proportion monte à 9 % pour les résidents de la grande région de Québec, contre 4 % ailleurs. Les autres variables de segmentation retenues ne montrent pas d'écart significatif.

2.2 NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DE PUBLICITÉ SUR LES TRANSPORTS

QB3. « VOUS SOUVENEZ-VOUS D'AVOIR VU, LU OU ENTENDU DE LA PUBLICITÉ RÉCEMMENT OÙ ON PARLAIT DE L'INDUSTRIE DES TRANSPORTS EN GÉNÉRAL ET DE SON IMPORTANCE DANS NOTRE VIE DE TOUS LES JOURS? »

(% de « Oui »)



AU TOTAL, 17 % DISENT SE RAPPELER AVOIR VU, LU OU ENTENDU DE LA PUBLICITÉ QUI PARLAIT DE L'INDUSTRIE DES TRANSPORTS EN GÉNÉRAL ET DE SON IMPORTANCE

Là aussi, la proportion est plus forte pour la région de Québec et la région de Montréal que pour le reste du Québec (13 %).

Les personnes qui travaillent dans le domaine du transport ont été davantage sensibles à cette publicité (28 %). Par contre, les autres descripteurs démographiques tels que l'âge, le sexe, la scolarité ou le revenu n'ont pas d'impact significatif.

2.3 PÉNÉTRATION DE DIFFÉRENTS MÉDIAS

QB4. « QU'AVEZ-VOUS VU, LU OU ENTENDU À CET ÉGARD? »

(Ceux qui se souviennent de publicités sur les transports; n : 195)

	%
1. Publicité à la télévision	45
2. Reportage et nouvelles à la télévision	35
3. Reportage et nouvelles dans les journaux	35
4. Publicité dans les journaux	33
5. Reportage ou nouvelles à la radio	25
6. Grands panneaux routiers	25
7. Autres affiches	24
8. Publicité à la radio	22
9. Bande annonce sur internet	7
10. Site web dédié	6
11. Concours avec des prix à gagner	4
12. Clips vidéo sur internet	4
13. Info-lettre sur le sujet	3
14. Page Facebook/compte Twitter	3
15. Bande annonce au cinéma	2

Note : Le répondant cochant tout ce qui s'applique dans cette liste. C'est pourquoi le total dépasse très largement 100 %.

ON A RETENU BEAUCOUP DE CHOSES

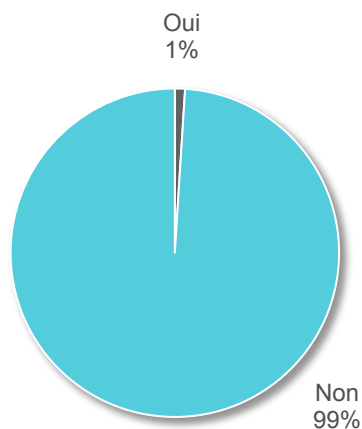
Comme on le voit dans le tableau ci-contre, la plupart des gens disent avoir vu, lu ou entendu de la publicité à propos du secteur des transports en général dans bien des médias différents. Probablement que beaucoup de répondants interprètent la question de façon très large et peuvent avoir entendu toutes sortes de choses qui parlaient de transports de façon générale.

2.4 RAPPEL DES CLIPS DE LA CAMPAGNE

(Après avoir fait visionner le premier clip)

QB5. « VOUS SOUVENEZ-VOUS D'AVOIR VU CE CLIP VIDÉO OU UN AUTRE SEMBLABLE METTANT EN SCÈNE LE MÊME PERSONNAGE INTERPRÉTÉ PAR L'ACTRICE MARIE-ÈVE BEAULIEU? »

(Tous ceux qui sont en mesure de visionner le clip; n : 1 015)



1 % DES INTERNAUTES À QUI NOUS AVONS FAIT VISIONNER LE 1^{ER} CLIP VIDÉO DE LA SÉRIE SE RAPPELLE L'AVOIR DÉJÀ VU

Comme cette proportion est faible, aucun groupe analysé ne se démarque de façon significative.

Par contre, il faut aussi penser que 1 % de l'ensemble des internautes adultes du Québec représente tout de même près de 50 000 personnes.

Dans le cas de notre sondage, cependant, il n'y a que 14 répondants qui se rappelaient avoir vu ce clip vidéo ou un autre de la même série.

Lorsqu'on demande à ces répondants où ils ont vu ce clip vidéo, les réponses obtenues sont les suivantes :

- sur un site de réseautage social comme Facebook (4 répondants);
- sur YouTube (2 répondants);
- sur le site toutmetransporte.com (1 répondant);
- sur le site quebecvacances.com (1 répondant);
- ne s'en souvient pas (6 répondants).

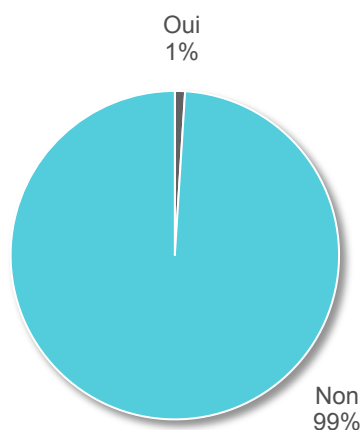
Étant donné le très petit nombre de répondants, on ne peut pas établir de tendance claire.

Toujours sur ces 14 répondants qui avaient vu l'un des clips de la campagne, un seul dit l'avoir partagé avec d'autres ou avoir recommandé de le visionner. Cela représente seulement 0,1 % de l'ensemble des personnes sondées.

2.5 VISITE DU SITE WEB « TOUT ME TRANSPORTE »

QB8. « VOUS SOUVENEZ-VOUS D'AVOIR VISITÉ RÉCEMMENT LE SITE WEB « TOUT ME TRANSPORTE » (www.toutmetransporte.com)? »

(Tous; n : 1 067)



DE MÊME, 1 INTERNAUTE SUR 100 (12 RÉPONDANTS) SE SOUVIENT D'AVOIR VISITÉ LE SITE WEB TOUTMETTRANSPORTE.COM

Là aussi, cette proportion est trop petite pour permettre d'identifier des différences significatives entre les segments sociodémographiques.

Sur la base de ces 12 répondants, lorsqu'on leur demande qu'est-ce qu'ils ont appris sur ce site, les réponses sont les suivantes :

- le transport est essentiel (2 répondants);
- il existe plus d'un moyen de transport (1 répondant);
- le nombre d'emplois dans le domaine du transport (1 répondant);
- le transport permet la communication entre les villes (1 répondant);
- ne saurait dire/rien de particulier (7 répondants).

On ne peut donc pas dire que le site a apporté beaucoup d'information à de larges pans de la population. Par contre, tous ceux qui l'ont visité (donc 12 répondants) disent que l'information qu'ils y ont retrouvée était très (2 répondants) ou assez (10 répondants) intéressante. Aucun n'avait de suggestions pour d'autres informations qu'il aurait aimé y retrouver.



CHAPITRE 3 : COMPRÉHENSION ET APPRÉCIATION

3.1 OBJECTIFS DE LA SEMAINE NATIONALE DES TRANSPORTS

QB2. « SELON VOUS, POURQUOI ORGANISE-T-ON LA SEMAINE NATIONALE DES TRANSPORTS? »

(Tous; n : 1 067)

	Ceux qui ont été exposés à de la pub sur le transport (n:195) %	Les autres (n:872) %	TOTAL (n:1067) %
1. Pour sensibiliser la population aux transports	34	23	25
2. Pour souligner l'importance des transports	12	11	11
3. Pour sensibiliser la population à l'importance du transport en commun	9	7	8
4. Pour sensibiliser la population à la pollution causée par le transport	5	4	4
5. Pour en faire connaître les possibilités d'emploi	7	3	3
6. Pour souligner le travail fait par ces travailleurs	1	3	3
7. Pour sensibiliser la population à la sécurité dans les transports	2	2	2
Ne sait pas	40	52	50

ON EN COMPREND UN MESSAGE ASSEZ GÉNÉRAL

Lorsqu'on demande aux gens pourquoi selon eux on organise la Semaine nationale des transports, la réponse est assez vague. La réponse la plus populaire (25 %) est de dire que cette semaine vise à sensibiliser la population aux transports de façon générale. Dans le même esprit, 11 % disent que c'est pour souligner l'importance des transports dans nos vies, ce qui est sans doute plus près de l'axe de communication principal, ou du moins plus précis. Par contre, au troisième et quatrième rang viennent des interprétations qui sont sans rapport avec les objectifs de la Semaine nationale des transports, soit de sensibiliser la population à l'importance du transport en commun (8 %) et sensibiliser la population à la pollution causée par le transport (4 %).

En fait, ces deux messages sont véhiculés suffisamment souvent en lien avec les transports pour que les gens les associent à la Semaine nationale des transports sans que quoi que ce soit dans la campagne y fasse référence.

On doit noter aussi que 50 % des personnes interrogées ne sont pas capables de dire pourquoi au juste on organise la Semaine nationale des transports.

Remarquons par ailleurs que l'ensemble des gens qui disent avoir été exposés à de la publicité sur le domaine des transports en général associent en plus grand nombre chacun des thèmes à la Semaine nationale des transports et que dans leur cas, un peu moins, même si c'est encore beaucoup à 40 %, ne sont pas capables de dire pourquoi on l'organise.

3.1 OBJECTIFS DE LA SEMAINE NATIONALE DES TRANSPORTS

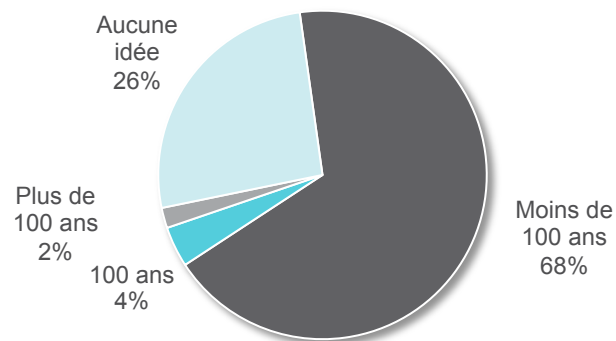
- SUITE

Bref, la moitié des gens ne savent pas trop pourquoi on organise la Semaine nationale des transports et, pour les autres, soit on s'en tient à de grandes généralités ou soit on interprète de façon un peu erronée les objectifs de la SNT.

3.2 CONNAISSANCE DES 100 ANS DU MTQ

QB12. « DEPUIS COMBIEN D'ANNÉES LE MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC EXISTE-T-IL SELON VOUS? »

(Tous; n : 1 067)



4 % DES INTERNAUTES SONDÉS SAVAIENT QUE LE MTQ FÊTE SES 100 ANS CETTE ANNÉE

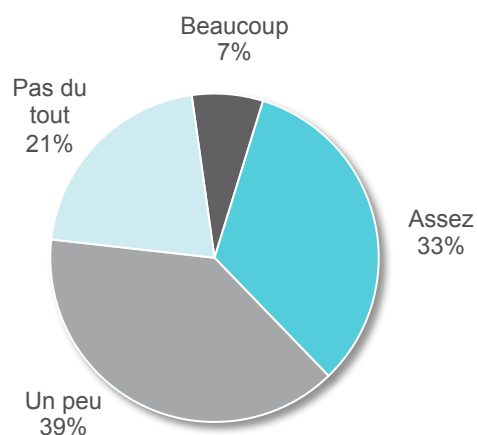
La plupart des gens (68 %) ne croient pas spontanément que le MTQ existe depuis aussi longtemps. Par contre, 2 % surestiment l'âge du Ministère et 26 % n'ont aucune idée depuis combien de temps il existe.

En fait, le but de cette question est de vérifier quelle proportion des gens ont retenu un point bien précis de la campagne de cette année, à savoir que le ministère des Transports fête ses 100 ans. Par rapport à la moyenne générale de 4 % des internautes qui le savent, aucun sous-groupe ne se démarque significativement.

3.3 APPRÉCIATION DES CLIPS DE LA CAMPAGNE

QC1. « GLOBALEMENT, AVEZ-VOUS AIMÉ LE CLIP VIDÉO PRÉSENTÉ PRÉCÉDEMMENT ET LES AUTRES DE LA SÉRIE? »

(Tous, excluant les indécis; n : 990)



UNE APPRÉCIATION MITIGÉE

40 % de ceux qui ont visionné le clip qu'on leur a présenté (et éventuellement d'autres de la série par eux-mêmes) disent avoir aimé celui-ci beaucoup (7 %) ou assez (33 %). Par contre, tout près de 40 % également (39 %) disent l'avoir aimé seulement peu et 21 % disent ne pas l'avoir aimé du tout.

Notons par contre que l'appréciation du clip est étroitement corrélée avec la perception de l'industrie des transports en général : ceux qui ont une perception très ou plutôt positive de l'industrie ont aussi une perception beaucoup plus positive du clip présenté.

Par ailleurs, l'appréciation du clip croît de façon très significative avec l'âge des répondants : chez les 18-24 ans, seulement 30 % l'ont aimé beaucoup ou assez alors que la proportion passe à 56 % pour les 65 ans ou plus. À l'inverse, chez les 18-24 ans, 70 % l'ont aimé un peu ou pas du tout contre 44 % chez les 65 ans ou plus.

Finalement, les femmes ont plus apprécié le clip que les hommes : 43 % des femmes l'ont aimé beaucoup ou assez contre 35 % des hommes.

Les autres descripteurs démographiques n'ont pas d'impact significatif.

3.4 COMPRÉHENSION DU MESSAGE

QC2. « DANS VOS PROPRES MOTS, COMMENT RÉSUMERIEZ-VOUS LE PRINCIPAL MESSAGE VÉHICULÉ PAR CETTE CAMPAGNE? »

(Tous; n : 1 067)

	%
1. Le transport est essentiel et fait partie de nos vies	25
2. Le transport est essentiel pour notre économie	4
3. Fait la promotion du transport en général	4
4. Il existe plusieurs moyens de transport	3
5. Les livreurs se trompent parfois d'adresse	2
6. Il faut utiliser le transport en commun	1
7. Le gouvernement prend les gens pour des enfants	1
8. Tout est possible grâce aux transports	1
Ne sait pas/non précisé	58

LE TRANSPORT EST ESSENTIEL

C'est le principal message que l'on retient du clip de la campagne.

Par contre il faut dire que la majorité des internautes sondés (58 %) sont incapables de dire qu'est-ce qu'on veut transmettre au juste comme message par ce clip.

En bref, beaucoup de gens semblent avoir de la difficulté à interpréter l'axe principal du message qu'on veut véhiculer par ces clips, mais lorsqu'on le fait, on en comprend que la campagne vise à souligner l'importance du transport pour notre économie et dans nos vies en général.

3.5 IMPACT AVOUÉ SUR L'IMAGE DU SECTEUR

QC3. « À LA SUITE DU VISIONNEMENT DE CES CLIPS, DIRIEZ-VOUS QUE VOUS AVEZ UNE IMAGE... DU DOMAINE DES TRANSPORTS? »

(Tous ceux qui étaient en mesure de visionner le clip; n : 1 017)

	%	
Beaucoup plus positive	6	39 %
Un peu plus positive	33	
Ça n'a rien changé	55	6 %
Un peu moins positive	4	
Beaucoup moins positive	2	

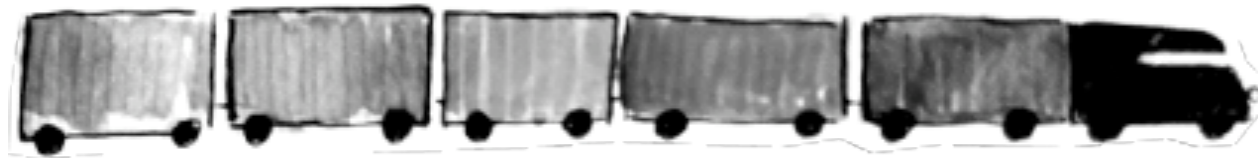
UN IMPACT ASSEZ LIMITÉ

La majorité des internautes disent que le visionnement de ces clips n'a rien changé (55 %) quant à l'image qu'ils se font du domaine des transports. Par contre, 39 % disent qu'ils ont, suite au visionnement de ces clips, une vision plus positive du domaine du transport incluant 6 % qui en ont une image beaucoup plus positive, la même proportion que ceux qui disent qu'ils en ont maintenant une image moins positive.

L'impact positif se fait surtout sentir pour ceux qui ont déjà une image positive de l'industrie. Dans leur cas, 41 % disent qu'ils ont une vision plus positive de l'industrie à la suite du visionnement des clips vidéo alors que la proportion est de 29 % dans le cas de ceux qui, a priori, déclarent avoir une image plutôt ou très négative de l'industrie. Ceux qui avaient une image négative de l'industrie sont plus nombreux (62 % vs 53 %) à dire que ces clips n'y ont rien changé.

Ici aussi l'âge est une variable significativement corrélée avec la mesure. Les personnes plus âgées sont plus nombreuses à dire avoir une image moins positive de l'industrie à la suite du visionnement de ce clip (un peu plus de 10 % pour les 55 ans et plus), mais un peu moins nombreuses à dire que le clip n'a rien changé (46 % pour les 55 ans ou plus).

Les autres descripteurs démographiques n'ont pas d'impact significatif.



CONCLUSIONS

QUELLE EST LA PERCEPTION DES INTERNAUTES QUÉBÉCOIS DU DOMAINE DES TRANSPORTS?

A priori assez positive, mais perfectible

- A priori, 83 % des internautes interrogés ont une perception positive du domaine des transports, quoique cette perception soit rarement très positive (8 %). Il y en a tout de même aussi 17 % qui ont une perception négative du secteur, de sorte que l'image peut sans doute être encore améliorée.
- De façon plus précise, la très grande majorité des internautes sondés reconnaissent l'importance intrinsèque du domaine des transports, que ce soit pour notre économie ou pour notre qualité de vie.
- Par contre, on est beaucoup plus réservés en ce qui concerne l'intérêt à œuvrer dans ce secteur avec des notes moyennes sur 10 de seulement 7,3 pour l'intérêt des opportunités de carrière que le secteur présente, de même que l'intérêt des défis qu'on peut y relever.

QUELLE A ÉTÉ LA PÉNÉTRATION DE LA CAMPAGNE 2012?

5 % des internautes sondés ont vu, lu ou entendu quelque chose à propos de la Semaine nationale des transports

- Par contre, les internautes sondés ont beaucoup de difficulté à comprendre pourquoi au juste on tient une telle semaine : la moitié ne sait pas trop quoi répondre lorsqu'on leur demande pourquoi on la tient et plusieurs autres en ont une interprétation fautive comme sensibiliser la population à l'importance du transport en commun (8 %) ou sensibiliser la population à la pollution générée par cette industrie (4 %).

Aussi, 17 % disent avoir entendu parler du transport en général au cours des semaines ayant précédé l'enquête

- Dans ce cas, il peut s'agir de toutes sortes de messages diversifiés et, pour ceux qui se souviennent d'avoir entendu quelque chose à ce sujet, on fait effectivement référence à une multitude de médias différents, incluant des publicités à la radio, à la télévision, dans les journaux, etc.

QUELLE A ÉTÉ LA PÉNÉTRATION DE LA CAMPAGNE 2012? (SUITE)

Environ 1 % des internautes francophones avaient vu les clips de la campagne et sensiblement le même nombre avaient visité le micro-site web de la campagne

- En fait, compte tenu de la marge d'erreur, on estime qu'entre 0,5 % et 2 % des internautes francophones ont été rejoints par les clips de la campagne et sensiblement la même proportion ont visité le site web qui y est dédié. La marge d'erreur relative est donc très importante, car un sondage peut difficilement mesurer avec une grande précision relative d'aussi petites proportions.
- La compréhension du message qu'on veut véhiculer par cette campagne est assez vague puisque 58 % n'ont pas été en mesure de résumer en leurs mots le message principal qu'on voulait véhiculer par ces clips vidéo. Par contre, ceux qui tentent une explication en comprennent globalement le message assez général du caractère essentiel du secteur des transports.
- On avoue par ailleurs un impact assez limité de la campagne puisque la majorité des internautes (55 %) disent que le visionnement de ce ou ces clips n'a rien changé à leur perception du domaine, contre 39 % qui en ont une perception plus positive suite au visionnement de ces clips, mais seulement 6 % ont une perception beaucoup plus positive, la même proportion que ceux qui disent en avoir maintenant une perception plus négative.
- En fait, les clips n'ont pas non plus été très appréciés puisque seulement 7 % disent avoir aimé beaucoup le clip vidéo et 33 % assez, pour un total de 40 %, soit pratiquement la même proportion (39 %) que ceux qui l'ont aimé un peu, alors que 21 % disent ne pas l'avoir aimé du tout.



ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

OBJECTIFS L'objectif général de l'étude est d'évaluer la notoriété et la compréhension de la campagne publicitaire parrainée par le ministère des Transports du Québec à l'occasion de la Semaine nationale des transports.

L'objectif spécifique de cette annexe est de présenter la méthodologie détaillée utilisée pour cette étude, de façon à bien comprendre la portée des résultats et pour pouvoir reproduire l'étude selon le même protocole au besoin.

PLAN DE SONDAGE **Population cible et sélection du répondant**
L'ensemble des internautes francophones du Québec.

Base de sondage

L'échantillon a été tiré du panel Or de SOM. Le panel Or est un échantillon d'internautes recrutés de façon totalement aléatoire lors des sondages téléphoniques de SOM auprès de la population adulte du Québec. Il n'admet aucune inscription volontaire. C'est donc un panel totalement aléatoire pour lequel il est possible de calculer une marge d'erreur d'échantillonnage.

Plan d'échantillonnage

L'échantillon est tiré proportionnellement à la répartition des internautes francophones selon la région (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec) selon l'âge, le sexe et en fonction du plus haut diplôme obtenu.

Au total, 1 067 entrevues ont été complétées. L'objectif initial était de 1 000.

QUESTIONNAIRE Le questionnaire d'enquête a été conçu conjointement par SOM et les responsables du projet au MTQ. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2. Les entrevues ont été réalisées en français seulement étant donné que les clips de la campagne publicitaire étaient disponibles seulement en français.

La durée moyenne du questionnaire est de 6,5 minutes.

COLLECTE **Période de collecte**
Du 13 au 18 juin 2012.

Mode d'entrevue
Entrevues web auprès du panel Or de SOM, invitations par courriel gérées par SOM.
Collecte sur les serveurs de SOM.
Envoi des invitations : 13 juin 2012.
Envoi d'un rappel : 15 juin 2012.

PONDÉRATION Les données sont pondérées pour tenir compte de la distribution de l'ensemble des internautes francophones du Québec telle qu'établie d'après la distribution obtenue du cumul de 35 omnibus téléphoniques (SOM-R) réalisés tout au long de l'année 2011 de façon à établir le profil des internautes (environ 35 000 répondants au total). Sur la base de la distribution de la population internaute francophone, les données sont donc pondérées pour être représentatives du total de cette population par rapport à :

- la distribution conjointe d'âge (18-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans ou plus) et de sexe de la RMR de Montréal d'une part et du reste du Québec d'autre part;

PONDÉRATION (SUITE)

- selon les distributions en fonction de la langue maternelle de chacune des strates (français seulement vs autre);
- selon la proportion d'adultes vivant seuls parmi les internautes francophones de ces deux régions;
- selon la distribution du plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun, secondaire/DEP, collégial, universitaire) des internautes francophones de ces deux régions;
- le profil de la population internaute est obtenu sur la base du cumul des répondants à 35 SOM-R eux-mêmes pondérés selon ces mêmes variables pour l'ensemble de la population adulte du Québec, selon les plus récentes statistiques de recensement;
- les données sont pondérées par une méthode itérative de calage aux marges pour respecter simultanément toutes ces distributions.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

MTQ - Sondage web sur la campagne « Tout me transporte »

Sondage réalisé du 13 au 18 juin 2012

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	2 838
Nombre d'entrevues visées	1 000
Invitations envoyées (A)	2 592
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE	
Questionnaires complétés (B1)	1 067
Hors de la population visée ou quota atteint (B2)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE	
Accès lorsque collecte de la strate terminée	44
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE	
Abandon à la page d'accueil	0
Abandon durant le questionnaire	108
Problème technique	0
Courriel automatique reçu indiquant absence du répondant	0
Courriel reçu indiquant refus de répondre	0
Désabonnement	7
À faire par téléphone	0
UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 226
UNITÉ NON JOINTE	
Temporaire : serveur distant ne répond pas ou en problème	0
Temporaire : quota de l'utilisateur dépassé	0
Temporaire : détection par antipourriels	0
Autres messages de retour non reconnus	0
UNITÉ NON JOINTE TOTALE (D)	0
UNITÉ INEXISTANTE	12
Permanent : courriel invalide (usager@) (E1)	9
Permanent : courriel invalide (@domaine) (E2)	3
Taux d'accès (C/(A-(E1+E2)))	47,5 %
Taux de réponse parmi unité jointe ((B1+B2)/C)	87,0 %
TAUX DE RÉPONSE ((B1+B2)/(A-(E1+E2)))	41,4 %

MARGES D'ERREUR

- Les marges d'erreur présentées à la page suivante tiennent compte de l'effet de plan.
- Comme l'échantillon est recruté aléatoirement, il s'agit d'un échantillon probabiliste auquel on peut attribuer une marge d'erreur.
- L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de pondération.
- L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants.
- La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée. En effet, la marge d'erreur est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Strate			
	Ensemble	RMR Québec	RMR Montréal	Ailleurs en prov.
NOMBRE D'ENTREVUES	1 067	187	488	392
EFFET DE PLAN	1,252	1,150	1,186	1,254
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	±0,7 %	±1,5 %	±1,0 %	±1,1 %
95 % ou 5 %	±1,5 %	±3,4 %	±2,1 %	±2,4 %
90 % ou 10 %	±2,0 %	±4,6 %	±2,9 %	±3,3 %
80 % ou 20 %	±2,7 %	±6,1 %	±3,9 %	±4,4 %
70 % ou 30 %	±3,1 %	±7,0 %	±4,4 %	±5,1 %
60 % ou 40 %	±3,3 %	±7,5 %	±4,7 %	±5,4 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	±3,4 %	±7,7 %	±4,8 %	±5,5 %



ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE

Sondage web sur la campagne « Tout me transporte! »

MTQ

/*

Légende

*texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu, qui apparaît à l'intervieweur lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'intervieweur lors de l'entrevue.
NSP	Choix de réponses : Ne sait pas
NRP	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
NAP	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question »
->sortie	Valide avec l'intervieweur que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
->fin	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
1=, 1=	Lorsque tous les choix de réponses sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est oui ou non).
1=, 2=, ...	Lorsque les choix de réponses sont précédés de « 1=..., 2=..., etc. », une seule réponse est possible à moins d'indications contraires (par exemple : « 3 mentions »).
Q_Slcal, Q_INcal	Les questions commençant par « Q_Sl... » ou par « Q_IN... » sont des questions filtres ou des directives techniques permettant de lire des informations de l'échantillon, de compléter automatiquement certaines questions, de faire un branchement complexe, etc. Une note explicative, placée avant la question filtre ou la directive technique, précise la fonction remplie par cette dernière.
*/	

/*Légende

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

Q_Bi Bienvenue à ce sondage web de quelques minutes. Nous vous remercions à l'avance de votre participation et nous vous souhaitons bonne chance pour le tirage!

->>A1

Q_MP Mot de passe

/*Section A : Indicateurs généraux sur la perception de l'industrie des transports*/

Q_A1 Dans un premier temps, nous aimerions connaître votre perception de l'industrie des transports en général autant routier qu'aérien, ferroviaire ou maritime et autant pour les biens que pour les personnes.

Diriez-vous que, globalement, vous avez une perception très positive, plutôt positive, plutôt négative ou très négative de ce secteur?

1=Très positive
2=Plutôt positive
3=Plutôt négative
4=Très négative
9=*Je ne veux pas répondre

/*Note Rotation A2, A3, A4, A5*/

Q_inCalRotA2 rotation=q#A2, q#A3, q#A4, q#A5 (après=q#B1)

Q_A2 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes :

Le domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois et Québécoises *Format matriciel

0=*0 Pas du tout d'accord
1=*1
2=*2
3=*3
4=*4
5=*5
6=*6
7=*7
8=*8
9=*9
10=*10 Totalement d'accord
99=*Pas d'opinion/je ne veux pas répondre

/*Légende

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

Q_A3 Le domaine des transports offre des possibilités de carrière intéressantes *Format matriciel
 Q_A4 Le domaine des transports est essentiel à notre économie *Format matriciel
 Q_A5 Le domaine des transports offre des défis intéressants *Format matriciel

/*Section B : Notoriété de la campagne*/

Q_B1 Au cours des dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu quelque chose à propos de la Semaine nationale des transports?

1=Oui
 2=Non
 9=*Je ne veux pas répondre

Q_B2 Selon vous, pourquoi organise-t-on la Semaine nationale des Transports?*exclusif=(b2,b2au)

<<_____ *suf au
 99=*Je ne sais pas/je ne veux pas répondre>>

Q_B3 Vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie des transports en général et de son importance dans notre vie de tous les jours?

1=Oui
 2=Non->B5
 9=*Je ne sais pas/je ne me souviens pas->B5

Q_B4A Qu'avez-vous vu, lu ou entendu à cet égard?
 (Cochez tout ce qui s'applique) *Rotation

*choix multiples
 *selectif=99
 *choixminmax=1,17

<<1=Des clips vidéo sur internet
 2=Une publicité à la télévision
 3=Une publicité à la radio
 4=Un concours avec des prix à gagner
 5=Une publicité dans le journal
 6=Des grandes affiches sur des panneaux routiers
 7=D'autres types d'affiches (par exemple dans les transports en commun de la région de Montréal)
 8=Une page Facebook dédiée à ce sujet
 9=Un site web dédié à ce sujet
 10=Un compte Twitter sur le sujet
 11=Des bandes-annonces sur internet
 12=Des bandes-annonces au cinéma
 13=Des reportages ou nouvelles à la télévision
 14=Des reportages ou nouvelles à la radio

/*Légende

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

15=Des reportages ou nouvelles dans les journaux
16=Une info-lettre sur le sujet
90=*<précisez>((F ##4D4D4F Autre chose (précisez dans la boîte ci-dessous)))
99=*Je ne me souviens pas>>

/*Note : Dans le vidéo, masquez les renseignements qui font référence à la SNT et aux commanditaires*/

Q_B5 Nous vous demandons maintenant de visionner un clip vidéo qui a été mis en ligne sur internet récemment. Nous aimerions savoir si vous vous souvenez d'avoir vu ce clip ou un autre semblable avec la même comédienne.

Veuillez prendre un court moment pour le regarder.

1. Cliquer sur la vidéo pour la démarrer.
2. Patientez pendant le téléchargement du clip.
3. Laissez jouer le clip en entier.

((V <https://www.som-ex.com/p12225/clip1,640,360>))

((G Vous souvenez-vous d'avoir vu ce clip vidéo ou un autre semblable mettant en scène le même personnage interprété par l'actrice Marie-Ève Beaulieu?))

1=Oui
2=Non->B8
8=Je ne suis pas en mesure de voir le clip->B8
9=*Je ne sais pas/je ne veux pas répondre->B8

/*Note Les questions B6 et B7 s'adressent aux répondants qui disent avoir vu au moins l'un des clips vidéo*/

Q_B6A Pouvez-vous préciser sur quel(s) site(s) web vous avez vu ce ou ces clips vidéo? *Rotation

*choix multiples
*selectif=99
*choixminmax=1,4

<<1=YouTube
2=Un site de réseautage social, comme Facebook
3=Un site internet spécialement conçu pour ces clips vidéo et où on peut tous les voir
90=*<précisez>((F ##4D4D4F Autre chose (précisez dans la boîte ci-dessous)))
99=*Je ne me souviens pas>>

/*Légende

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

- Q_B7 Avez-vous personnellement partagé l'un de ces clips vidéo ou recommandé à vos contacts de le visionner (sur Facebook ou par courriel par exemple)?
- 1=Oui
2=Non
9=*Je ne sais pas/je ne veux pas répondre
- Q_B8 Vous souvenez-vous d'avoir visité récemment le site web « Tout me transporte » (www.toutmetransporte.com)?
- Pour vous aider, voici une image de la page d'accueil du site.
- ```
[/]<link rel="stylesheet" type="text/css" media="screen" href="/lightbox/lightbox.css"/>
<script type="text/javascript" src="/lightbox/lightbox.js"></script>
<table border="0" cellpadding="0" cellspacing="10" width="50%">
<tr><td width="50%" align="center">

</td></tr>
<tr><td width="50%" align="center">
[[Cliquez sur l'image pour l'agrandir]]
</td></tr></table>[/]
```
- 1=Oui  
2=Non->B12  
9=\*Je ne veux pas répondre->B12
- Q\_B9 Qu'y avez-vous appris principalement? \*exclusif=(b9,b9au)
- << \_\_\_\_\_ \*suf au  
99=\*Je ne sais pas/je ne veux pas répondre>>
- Q\_B10 Diriez-vous que l'information qu'on y retrouvait était très intéressante, assez intéressante, peu intéressante ou pas intéressante du tout?
- 1=Très intéressante  
2=Assez intéressante  
3=Peu intéressante  
4=Pas intéressante du tout  
9=\*Je ne veux pas répondre
- Q\_B11 Quelle autre information auriez-vous souhaité y retrouver? \*exclusif=(b11,b11au)
- << \_\_\_\_\_ \*suf au  
95=Rien en particulier  
99=Je ne veux pas répondre>>
- Q\_B12 Depuis combien d'années le ministère des Transports du Québec existe-t-il selon vous? \*exclusif=(b12,b12nan)
- << \_\_\_\_ \*suf nan ans  
999=\*Je ne sais pas/je ne veux pas répondre>>

---

**/\*Légende**

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

**/\*Section C :           Appréciation et compréhension des clips\*/**

Q\_C1                   Globalement, avez-vous aimé le clip vidéo présenté précédemment et les autres de la série?

1=Beaucoup  
2=Assez  
3=Un peu  
4=Pas du tout  
9=\*Je ne veux pas répondre

Q\_C2                   Dans vos propres mots, comment résumeriez-vous le principal message véhiculé par cette campagne? \*exclusif=(c2,c2au)

<< \_\_\_\_\_ \*suf au  
99=\*Je ne sais pas/Je ne veux pas répondre>>

Q\_C3                   À la suite du visionnement de ces clips, diriez-vous que vous avez une image beaucoup plus positive, un peu plus positive, un peu moins positive ou beaucoup moins positive du domaine des transports?

1=Beaucoup plus positive  
2=Un peu plus positive  
3=Un peu moins positive  
4=Beaucoup moins positive  
8=Ça n'a rien changé  
9=\*Je ne veux pas répondre

Q\_S1                   Est-ce que vous-même ou votre conjoint(e) s'il y a lieu, travaillez dans le domaine des transports?

1=Oui  
2=Non  
9=\*Je ne veux pas répondre à cette question

---

**/\*Légende**

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

Q\_FIN

Voilà, c'est terminé. Merci beaucoup de votre collaboration et bonne chance pour le tirage!

\*\*\*informations

Projet=MTQSNT12

**/\*À changer en Anglais\*/**Fichier=FMQTQSNT12

Reseau=serveur1:P12225WEB:

Pages=PMGABRIEL:USERS:GNOLET:DOCUMENTS:PR12225WEB:TRANSPORTS:

**/\*MobilePages=**PMGABRIEL:USERS:GNOLET:DOCUMENTS:PR12225WEB:**TRANSPORTS:\*/**

Modeles=PMGABRIEL:USERS:GNOLET:DOCUMENTS:PR12225WEB:modelesSOM4:

Images=PMGABRIEL:USERS:GNOLET:DOCUMENTS:PR12225WEB:IMG:

**Logodroite=**ms4\_Blanc.gif

**Logogauche=**logosom\_fr2011.gif

Debut=A1

Effacer=oui

**Email=TRANSPORTS@web.som.ca**

Espace=5,80

**Noquestion=**ms4\_Puce.gif

Progression=oui

BOUTONSTD=OUI

**/\*Avec MP\*/**

TypeSondage=1

Motdepasse=mp

Repmult=NON

Interrompre=oui

DUREE=5

Precedent=Non

---

#### **/\*Légende**

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



## ANNEXE 3 : TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS

## TABLE DES MATIÈRES

- 1. Les tableaux de proportions simples**
- 2. Les tableaux de proportions en bannière**
  - 2.1 La taille « (n : ) »
  - 2.2 Le pourcentage ligne « % LIGNE »
  - 2.3 Le pourcentage colonne « % COL »
  - 2.4 Test de l'indépendance entre deux variables catégoriques
  - 2.5 Test de l'indépendance sur les cellules
  - 2.6 Synthèse sur « comment lire un tableau de pourcentage ligne »
  - 2.7 Test de l'indépendance des catégories par paire
- 3. Les tableaux d'évaluation numérique**
  - 3.1 La taille ou l'estimation de la population « N »
  - 3.2 La moyenne
  - 3.3 La marge d'erreur
  - 3.4 Le total observé ou estimé
  - 3.5 Test ANOVA à un facteur « s= »
  - 3.6 Test  $t$  de Student
  - 3.7 Synthèse sur « comment lire un tableau d'évaluation numérique »
  - 3.8 Test  $t$  de Student par paire
  - 3.9 Comparaison de deux pourcentages d'une variable sur un même échantillon
- 4. Les tableaux de marges d'erreur sur les proportions « M.E. LIG ou M.E. COL »**

Trois types de tableaux peuvent être présentés dans cette étude. Il s'agit de proportions simples ou en bannière et des tableaux d'évaluation numérique.

## 1. LES TABLEAUX DE PROPORTIONS SIMPLES

Ces tableaux sont utiles pour présenter les résultats des questions comportant un grand nombre de choix de réponses comme c'est souvent le cas des questions ouvertes, par exemple. Le nombre de réponses différentes possibles est alors trop grand pour permettre des croisements utiles ou valables. Dans ces tableaux, on retrouve le nombre de répondants pour chaque réponse possible, le pourcentage par rapport au total et le pourcentage cumulatif utile pour les résultats mesurés sur des échelles ordinales.

Lorsque plusieurs mentions de réponses sont admises (par exemple : Pourquoi? (trois mentions possibles)). Les résultats cumulatifs des différentes mentions sont présentés sous le numéro de question suivi d'un «G» pour «groupées». Dans ce sens, comme les répondants peuvent donner plusieurs réponses, la somme des pourcentages de répondants ayant adhéré à chacune des mentions excède normalement 100 %.

## 2. LES TABLEAUX DE PROPORTIONS EN BANNIÈRE

### 2.1 La taille « (n : ) »

Dans ce type de tableau, les (n : ) indiqués sont les tailles d'échantillonnage réelles sans pondération. Elles indiquent habituellement le nombre de répondants possédant une certaine caractéristique. Par exemple, que 500 répondants soient des hommes et 510, des femmes.

## 2.2 Le pourcentage ligne « % LIGNE »

Généralement, la plupart des résultats sont présentés sous cette forme. Dans ce type de tableaux, la bannière d'analyse constitue les en-têtes de ligne et tous les pourcentages sont donc horizontaux. Le chiffre donné dans chaque cellule du tableau constitue un résultat (proportion) pondéré. Le nombre apparaissant entre parenthèses à côté de chaque élément de la bannière d'analyse constitue la taille échantillonnale (non pondérée) pour le groupe dont les résultats sont présentés.

<i>Exemple :</i>			
	<i>OUI</i>	<i>NON</i>	<i>NSP/NRP</i>
Ensemble (n : 1000)	25,0	35,0	40,0

Les nombres 25,0 35,0 et 40,0 représentent respectivement les proportions relatives par rapport à l'ensemble des répondants qui ont répondu oui, non et NSP/NRP. Le nombre (n : 1000) représente le nombre absolu de répondants sur lequel ces estimés sont basés.

La somme de ces proportions est égale à 100 % sauf lorsque sont présentés les résultats d'une question à choix multiples (où l'on peut opter pour plus d'un choix de réponse) et lorsqu'on calcule la somme de plusieurs mentions.

## 2.3 Le pourcentage colonne « % COL »

Dans ce type de tableau, les pourcentages sont verticaux et le nombre de répondants est indiqué en en-têtes de colonne plutôt qu'en en-têtes de ligne. Pour différencier le pourcentage colonne des pourcentages lignes, à gauche en bas du titre, l'inscription « % COL » apparaît plutôt que « % LIGNE » lorsqu'il s'agit de pourcentages lignes.

## 2.4 Test de l'indépendance entre deux variables catégoriques

Le test du Khi carré peut être utilisé pour vérifier si deux variables sont dépendantes ou indépendantes. On peut, par exemple, vérifier si l'intention de vote est indépendante du sexe, ou encore s'il y a une relation entre la satisfaction et l'âge.

Dans les tableaux de proportions en bannière, les résultats des tests du Khi carré sont présentés pour chaque croisement. Chaque résultat comporte deux éléments : une lettre et habituellement un chiffre entre 0,000 et 1,000.

Le chiffre indique la probabilité qu'il n'y ait pas de relation entre les variables de croisement (le risque d'erreur de l'hypothèse d'indépendance). Un chiffre près de zéro, par exemple 0,01, indique une très faible probabilité (1 %) qu'il n'y ait pas de relation et par le fait même une forte chance de l'existence d'une relation entre les variables. Usuellement, si le risque d'erreur est inférieur ou égal à 0,05, on dira qu'il y a relation significative entre les deux variables avec un niveau de confiance de 95 %.

Si les conditions d'utilisation du test ne sont pas satisfaites, il y a élimination, de façon itérative dans les tableaux, des lignes ou des colonnes nuisibles, c'est-à-dire celles où il y a le moins d'observations.

La lettre sert à indiquer le nombre de lignes ou de colonnes qui ont dû être éliminées pour que les conditions requises à l'utilisation du test soient respectées.

LE NOMBRE DE LIGNES OU COLONNES ÉLIMINÉES SELON LA LETTRE INSCRITE							
A	0	H	7	O	14	V	21
B	1	I	8	P	15	W	22
C	2	J	9	Q	16	X	23
D	3	K	10	R	17	Y	24
E	4	L	11	S	18	Z	25 et +
F	5	M	12	T	19		
G	6	N	13	U	20		

Si malgré l'élimination de lignes ou de colonnes les conditions requises ne sont toujours pas atteintes, une série d'astérisques sont affichées en remplacement des chiffres.

Finalement, lorsqu'il y a pondération des résultats, le test est appliqué sur les tableaux de contingence corrigés pour tenir compte de l'effet du plan d'échantillonnage. En résumé, la correction fait en sorte que le nombre total d'observations pondérées dans un tableau de contingence égale un nombre d'observations qui tient compte de la précision des résultats. Afin de réaliser un test le plus fidèle possible, une évaluation de la correction requise est réalisée sur chaque tableau de contingence.

## 2.5 Test de l'indépendance sur les cellules

Ce test est appliqué sur chaque cellule du tableau. C'est par l'application du test de Khi carré sur un tableau de contingence de deux lignes par deux colonnes contenant les effectifs que le test est réalisé. Lorsqu'il s'agit de pourcentages lignes, ce test consiste à vérifier s'il y a une différence entre ce pourcentage ligne et le pourcentage issu du regroupement des autres lignes du tableau de contingence. Le même raisonnement dans le cas des colonnes s'applique également dans le cadre du pourcentage colonne. Lorsqu'il y a pondération des résultats, le test s'applique sur des tableaux de contingence corrigés pour tenir compte de l'effet du plan échantillonnage comme décrit précédemment.

Les symboles utilisés ont la signification suivante :

	À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 90 % (MOINS SIGNIFICATIF)	À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 95 %	À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 99 % (PLUS SIGNIFICATIF)
Plus grand	+	>	>>
Plus petit	-	<	<<

## 2.6 Synthèse sur « comment lire un tableau de pourcentages lignes »

Votre question, telle que formulée dans le questionnaire, est reproduite au début de chaque tableau.

Le pourcentage ligne indique la proportion de gens qui possèdent la caractéristique considérée. Le total d'une ligne est toujours 100 %, sauf s'il s'agit d'une question à réponses multiples.

Dans cet esprit, les résultats indiquent ici que 7,2 % des gens croient que la qualité des services de santé s'est améliorée au cours de la dernière année. Cette proportion augmente à 14,0 % chez les 18 à 24 ans. Certains tableaux peuvent présenter le % colonne.

L'ensemble des variables présentées verticalement est appelé « bannière ». Ici, la bannière est composée des descripteurs strate, âge, scolarité, revenus, taille du ménage, langue maternelle et sexe).

Le chiffre suivant le « n » indique le nombre d'individus présentant cette caractéristique. Ainsi dans l'ensemble, 437 sont des hommes et 571 sont des femmes.

**Q1 Croyez-vous qu'au Québec, la qualité des services de santé s'est améliorée, s'est détériorée ou est demeurée la même au cours de la dernière année?**

% LIGNE	Qualité des soins de santé (dernière année)			
	Améliorée	Détériorée	Est demeurée la même	NSP/REFUS
<b>Ensemble (n:1008)</b>	7.2	45.6	42.0	5.3 A=*****
<b>Strate</b>				
RMQ Québec (n:303)	6.6	38.6	49.5	5.3
RMR Montréal (n:402)	8.1	47.0	39.5	5.3
Ailleurs en prov. (n:303)	6.4	45.5	42.9	5.2
				<b>A=0.790</b>
<b>Âge</b>				
18 à 24 ans (n:122)	14.0»	30.8«	45.3	9.9>
25 à 34 ans (n:192)	6.2	34.9«	56.9»	2.0<
35 à 44 ans (n:230)	4.6	46.4	46.6	2.4<
45 à 54 ans (n:183)	7.4	51.8+	36.1-	4.8
55 à 64 ans (n:126)	4.1	57.2>	29.8«	8.9+
65 ans et plus (n:153)	8.0	49.6	36.2	6.2
				<b>A=0.000</b>
<b>Scolarité</b>				
12 ans et moins (n:408)	7.9	46.7	39.6	5.9
13 - 15 ans (n:313)	7.0	47.5	41.1	4.4
16 ans et plus (n:285)	6.4	41.6	46.9+	5.1
				<b>A=0.742</b>
<b>Revenu personnel</b>				
Moins de 15 000 \$ (n:254)	8.7	41.5	40.8	9.1»
De 15 000 \$ à 25 000 \$ (n:196)	11.2>	40.9	45.4	2.5
De 25 000 \$ à 35 000 \$ (n:155)	5.3	50.5	42.7	1.5<
De 35 000 \$ à 45 000 \$ (n:129)	7.3	46.5	45.9	0.3<
De 45 000 \$ à 55 000 \$ (n:69)	3.7	59.2>	34.1	3.0
De 55 000 \$ et plus (n:84)	5.3	44.0	44.4	6.3
NSP/NRP (n:121)	3.7	46.9	37.0	12.4»
				<b>A=0.005</b>
<b>Revenu familial</b>				
Moins de 15 000 \$ (n:121)	12.1+	42.3	35.1	10.5>
De 15 000 \$ à 25 000 \$ (n:123)	11.0	39.1	44.4	5.4
De 25 000 \$ à 35 000 \$ (n:136)	7.4	44.1	45.7	2.8
De 35 000 \$ à 45 000 \$ (n:200)	5.2	47.2	46.3	1.4<
De 45 000 \$ à 55 000 \$ (n:128)	2.4<	51.8	45.0	0.9<
De 55 000 \$ et plus (n:146)	10.1	47.6	40.8	4.2
NSP/NRP (n:154)	4.0	48.2	35.0	12.8»
				<b>A=0.001</b>
<b>Taille du ménage</b>				
1 (n:243)	9.3	41.7	40.6	8.3>
2 (n:356)	4.7<	50.1+	40.6	4.7
3 (n:154)	8.6	43.4	46.3	1.7<
4 (n:130)	8.3	45.5	42.4	3.8
5 et plus (n:85)	5.7	42.4	43.9	8.0
				<b>A=0.271</b>
<b>Langue maternelle</b>				
Français seul. (n:875)	6.5<	44.7	44.3»	4.5<
Anglais/autre (n:133)	10.4+	49.1	32.0«	8.5+
				<b>A=0.013</b>
<b>Sexe</b>				
Homme (n:437)	6.9	42.3<	43.9	6.9+
Femme (n:571)	7.5	48.6+	40.1	3.8<
				<b>A=0.120</b>

Les éléments de réponse à la question, tels que présentés dans le questionnaire. L'abréviation NSP/NRP signifie « Ne sait pas/ Ne répond pas ».

Le seuil du test du Khi carré est indiqué. Le plus souvent, on considère significative une valeur inférieure à 0,05. Le test tient compte de l'effet de la pondération. Les lettres A (pour 0), B (pour 1), C (pour 2) et ainsi de suite, indiquent le nombre de lignes ou de colonnes éliminées pour que le test soit valide. Le symbole \*\*\*\*\* signifie que les conditions du test ne peuvent être rencontrées.

Les symboles présentés (<, <<, +, >, >>) sont des symboles utilisés pour présenter s'il y a une différence entre le pourcentage ligne et les pourcentages des autres lignes. Ici, le symbole << indique que les 18 à 24 ans croient dans une proportion moindre (au niveau de confiance de 99 %) que la qualité des soins s'est détériorée que les autres personnes. Pour plus de détails sur ces symboles, voir la section 2.5.

Les pourcentages (%) proviennent d'un échantillon pondéré. Les « n » indiqués sont cependant des tailles d'échantillon réelles sans pondération.

W:W

SOM Septembre 2002

Identification de la période de l'étude.

**AVERTISSEMENT : Les résultats présentés avec un « n » inférieur ou égal à 30 doivent être considérés non fiables du point de vue de la statistique**

## 2.7 Test de l'indépendance des catégories par paire

Un second test sur les cellules est également possible sur demande pour faire des comparaisons de toutes les catégories par paire. La présence de lettres en bas de chaque pourcentage indique les lignes (en présence de pourcentages lignes) ou les colonnes (en présence de pourcentages colonnes) dont les pourcentages diffèrent de façon significative. Une lettre majuscule indique un test significatif au niveau de confiance de 99 % tandis qu'une lettre minuscule indique un niveau de confiance de 95 %. En présence de deux catégories, ce test n'est pas affiché car il est identique au test de l'indépendance sur les cellules. Le symbole + ou – qui précède la lettre sert à indiquer un pourcentage plus grand ou plus petit. Le symbole « : » est utilisé pour éviter la présentation de séquences trop longues de lettres. Par exemple a : d remplace a b c d. Le tableau suivant présente un exemple de ces tests.

**Q1 Croyez-vous qu'au Québec, la qualité des services de santé s'est améliorée, s'est détériorée ou est demeurée la même au cours de la dernière année?**

% LIGNE		Améliorée	Détériorée	Est demeurée la même	NSP/REFUS
Ensemble (n :1005)		9,4	29,1	55,6	6,0
Âge					A=****
18 à 24 ans (n:125)	A	5,1 -eF <sup>1</sup>	26,4	66,0> +eF	2,5 -F
25 à 34 ans (n:162)	B	8,6 -f	21,5- -ce	64,9> +eF	5,0 -f
35 à 44 ans (n:204)	C	3,4< -EF	34,3 +b	57,3 +f	5,0 -f
45 à 54 ans (n:192)	D	5,5 -eF	31,1	56,1 +f	7,3
55 à 64 ans (n:151)	E	15,5> +aCd	35,4 +b	47,8- -ab	1,3< -F
65 ans et plus (n:170)	F	19,3» +ABCD	24,4	43,3< -ABcd	12,9» +AbcE
Revenu personnel					A=0,000
Moins de 15 000 \$ (n:239)	A	6,7	27,2 -g	59,6 +G	6,5
De 15 000 \$ à 25 000 \$ (n:169)	B	12,3	25,8 -g	56,2 +G	5,7
De 25 000 \$ à 35 000 \$ (n:158)	C	9,0	28,5 -g	54,9 +G	7,6
De 35 000 \$ à 45 000 \$ (n:117)	D	9,2	23,2 -g	65,5+ +G	2,1
De 45 000 \$ à 55 000 \$ (n:72)	E	7,4	27,3	58,8 +g	6,5
De 55 000 \$ et plus (n:119)	F	9,2	32,3	56,2 +g	3,2
NSP/NRP (n:131)	G	12,7	41,9» +a:d <sup>2</sup>	36,6< -A:Def	8,8
W:W					A=0,187

1 La proportion de 5,1 % des 18 à 24 ans qui croient que la qualité des services de santé s'est améliorée est inférieure à la proportion de 15,5 % (au niveau de confiance de 95 %) chez les 55 à 64 ans et à la proportion de 19,3 % (au niveau de confiance de 99 %) chez les 65 ans et plus.

2 Le + a : d qui remplace +abcd indique que cette proportion est supérieure aux proportions des catégories a, b, c et d.

### 3. LES TABLEAUX D'ÉVALUATION NUMÉRIQUE

Ce type de tableau est utile pour présenter les résultats des questions d'évaluation numérique comme les montants, les distances ou toute autre mesure de quantité. On y retrouve habituellement cinq nombres qui sont expliqués à l'aide de l'exemple ci-dessous.

	STRATE			
	QUÉBEC	MONTRÉAL	AILLEURS	ENSEMBLE
Montant de la dépense				
• N (M)		1,05		
• MOYENNE		4,00		
• ME		0,25		
• TOTAL OBS. (M)		4,00		
• TOTAL EST. (M)		4,20		

#### 3.1 La taille ou l'estimation de la population « N »

S'il n'y a pas de pondération, ce nombre indique le nombre de répondants ayant répondu à cette question. C'est une somme de poids s'il y a pondération. Ceux ayant refusé de répondre ou comptabilisés comme « ne sait pas » ou comme « indécis » sont considérés comme des répondants à la question.

Quand une pondération visant l'inférence à une population est appliquée, cette quantité peut être considérée comme une estimation de la population possédant la caractéristique, comme le nombre de ménages abonnés à un certain service, le nombre de personnes ayant l'intention d'acheter un certain produit. La lettre entre parenthèses à côté du N représente l'unité de mesure : K (milliers), M (millions) et B (milliards). S'il n'y a pas de lettre, le nombre fourni est en unité. Dans notre exemple, 1,05 signifie 1 050 000 puisqu'il y a un (M) à côté du N.

### 3.2 La moyenne

La moyenne arithmétique est calculée parmi les répondants à la question. Bien entendu, les répondants ayant refusé de répondre ou comptabilisés comme « ne sait pas » ou « indécis » ne sont pas intégrés dans le calcul. Quand il y a pondération, c'est une moyenne arithmétique pondérée qui est calculée. Le nombre 4,00 (MOYENNE) indique que les gens ayant répondu à cette question ont dépensé en moyenne 4,00 \$.

### 3.3 La marge d'erreur

Le nombre 0,25 est la marge d'erreur d'échantillonnage sur les résultats (MOYENNE, TOTAL EST. OU TOTAL OBS.) à un niveau de confiance de 95 %. Elle précise que la dépense moyenne réelle pour l'ensemble de la population se situe vraisemblablement (i.e. au niveau de confiance de 95 %) entre 3,75 \$ et 4,25 \$. Bien entendu, la marge d'erreur présentée est par définition l'erreur type estimée par le Jackknife pour tenir compte de la pondération et de l'effet de plan multiplié par 1,96 (Z).

### 3.4 Le total observé ou estimé

Le total estimé est le produit de la taille ou de l'estimation de la population « N » présentée en première colonne par la moyenne. Dans l'exemple, la quantité 4,20 signifie qu'on estime à 4 200 000 \$ la dépense totale de la population à ce poste.

Le total observé est toujours inférieur ou égal au total estimé et peut être interprété comme une estimation plus conservatrice. Ceux ayant refusé de répondre ou comptabilisés comme « ne sait pas » ou « indécis » ne sont pas intégrés dans le calcul et ainsi ne contribuent pas au total observé. Au contraire, dans le calcul du total estimé, ces répondants prennent pour valeur, la valeur moyenne des autres.

### 3.5 Test ANOVA à un facteur « a= »

Pour tester l'indépendance entre une variable ordonnée et une variable catégorique, un test de rapport de variance dérivé du test F de Fisher est effectué sur demande. Ce test a pour objet de valider si les moyennes sont égales pour chacun des éléments de la variable catégorique.

À cet effet, le résultat du test présenté sous la forme d'une lettre suivi du risque d'erreur est présenté dans chaque tableau. L'interprétation de ce risque d'erreur est la même que celle présentée à la section 2.4.

En présence de trois modalités ou plus dans la variable catégorique, pour augmenter la puissance du test ANOVA, les modalités n'ayant pas au moins 10 observations ne sont pas utilisées dans le test. L'inclusion de ces modalités a trop souvent pour effet de réduire le nombre de degrés de liberté calculé et par le fait même la puissance du test employé. La lettre sert à indiquer le nombre de modalités qui ne sont pas utilisées dans le test. L'interprétation des lettres est identique au test de l'indépendance entre deux variables catégoriques.

Lorsque la variable catégorique comporte deux modalités, le risque d'erreur présenté est celui associé au  $t$  de Student présenté à la section suivante.

En présence d'une pondération, l'estimation des variances et des degrés de liberté utiles au test d'ANOVA repose sur l'application du Jackknife à partir de travaux de recherche réalisés par SOM.

### 3.6 Test $t$ de Student

La version de Satterthwaite du test  $t$  de Student est appliquée pour valider si la moyenne d'une modalité d'une variable catégorique est significativement différente de la moyenne de l'ensemble des autres modalités de cette même catégorie. Lorsqu'il y a pondération des résultats, la version modifiée du test de Satterthwaite utilise le Jackknife pour estimer l'erreur-type. L'obtention des degrés de liberté utiles au test tient compte également de l'effet de plan.

Les symboles présentés pour la présentation des différences significatives sont identiques à ceux présentés à la section 2.5.

Référence : Satterthwaite. F.E. Biom. Bull. 2 (1946) :110.

### 3.7 Synthèse sur « comment lire un tableau d'évaluation numérique »

**Q56B Combien de personnes de 18 ans ou plus habitent présentement chez vous en vous incluant?**

Votre question, telle que formulée dans le questionnaire, est reproduite au début de chaque tableau.

La moyenne arithmétique qui est pondérée s'il y a une pondération. Dans cet exemple, les ménages comptent en moyenne 1,79 adulte.

La taille d'échantillonnage ou l'estimation de la population. Ici, 2,98 signifie qu'il y a 2 980 000 ménages, compte tenu de la pondération ménage.

L'ensemble des variables présentées verticalement est appelé « bannière ». Ici, la bannière est composée des descripteurs (strate, âge, scolarité, revenus, taille du ménage, langue maternelle, sexe).

Le chiffre suivant le « n » indique le nombre d'individus présentant cette caractéristique et ayant répondu à cette question. Ceux ayant refusé de répondre ou comptabilisés dans « ne sait pas » ou « indécis » ne sont pas considérés comme des répondants.

Identification de la pondération utilisée. Dans la plupart des cas, W :W indique une pondération sur une base des individus. Dans cet exemple, W:ΔWMEN signifie une pondération sur une base ménage.

Il s'agit de la marge d'erreur estimée par le Jackknife pour tenir compte de la pondération et des plans échantillonnaires complexes. Elle précise ici, que la moyenne réelle du nombre d'adultes par ménage se situe vraisemblablement (i.e. au niveau de confiance de 95 %) entre 1,73 et 1,85.

Le total estimé « TOTAL EST » est le produit de l'estimation de la population « N » par la moyenne. Le total observé « TOTAL OBS » est toujours inférieur ou égal au total estimé et peut être interprété comme une estimation plus conservatrice. Ceux n'ayant pas mentionné de réponses valides ne sont pas intégrés dans le calcul du total observé. Dans cet exemple, le total observé est de 5 320 000 tandis que le total estimé est de 5 340 000.

Les symboles présentés (-, <, <<, +, >, >>) sont des symboles utilisés pour présenter si la moyenne d'une modalité d'une variable catégorique est significativement différente de la moyenne de l'ensemble des autres modalités de cette même variable catégorique. Ici, le symbole >> indique que les 18 à 24 ans demeurent dans des ménages comptant en moyenne plus d'adultes (au niveau de confiance de 99 %) que les autres personnes.

La légende précise les unités présentées, « K » pour millier, « M » pour million et « B » pour milliard.

	Nbre d'adultes				
	N (M)	Moyenne	ME	Total obs. (M)	Total est. (M)
<b>Ensemble</b> (n:843)	2,98	1,79	0,06	5,32	5,34
<b>Strate</b>					
RMR de Québec (n:247)	0,30	1,76	0,09	0,52	0,52
RMR de Montréal (n:331)	1,42	1,76	0,08	2,48	2,49
Autres au Québec (n:265)	1,27	1,85	0,10	2,32	2,34
<b>Âge</b>					
18 à 24 ans (n:84)	0,28	2,09>>	0,22	0,59	0,59
25 à 34 ans (n:180)	0,61	1,80	0,11	1,09	1,09
35 à 44 ans (n:183)	0,66	1,72	0,09	1,13	1,13
45 à 54 ans (n:165)	0,61	1,96>	0,16	1,18	1,18
55 à 64 ans (n:111)	0,40	1,81	0,17	0,71	0,72
65 ans et plus (n:120)	0,43	1,46<	0,14	0,62	0,62
<b>Plus haut diplôme ou certificat</b>					
Aucun (n:139)	0,51	1,69	0,16	0,86	0,87
Secondaire/DEP (n:262)	0,97	1,78	0,10	1,72	1,72
Collégial (n:180)	0,60	1,90	0,14	1,14	1,14
Universitaire (n:256)	0,87	1,81	0,11	1,56	1,57
<b>Revenu personnel</b>					
Moins de 15 000 \$ (n:172)	0,59	1,84	0,15	1,09	1,09
De 15 000 \$ à 25 000 \$ (n:132)	0,48	1,78	0,15	0,85	0,85
De 25 000 \$ à 35 000 \$ (n:144)	0,48	1,71	0,14	0,82	0,82
De 35 000 \$ à 45 000 \$ (n:120)	0,39	1,79	0,15	0,70	0,70
De 45 000 \$ à 55 000 \$ (n:65)	0,21	1,80	0,14	0,38	0,38
De 55 000 \$ et plus (n:112)	0,42	1,98>	0,18	0,83	0,83
NSP/NRP (n:98)	0,40	1,64<	0,14	0,64	0,66
<b>Revenu familial</b>					
Moins de 15 000 \$ (n:98)	0,34	1,46<	0,15	0,49	0,49
De 15 000 \$ à 25 000 \$ (n:100)	0,39	1,61<	0,16	0,63	0,63
De 25 000 \$ à 35 000 \$ (n:114)	0,39	1,57<	0,14	0,62	0,62
De 35 000 \$ à 55 000 \$ (n:149)	0,49	1,75	0,14	0,86	0,86
De 55 000 \$ à 75 000 \$ (n:114)	0,39	2,07>	0,16	0,81	0,81
De 75 000 \$ et plus (n:161)	0,56	2,15>	0,13	1,21	1,21
NSP/NRP (n:107)	0,42	1,74	0,17	0,71	0,73
<b>Taille du ménage</b>					
1 (n:229)	0,88	1,00<	0,00	0,88	0,88
2 (n:296)	0,97	1,88>	0,04	1,83	1,83
3 (n:154)	0,49	2,16>	0,12	1,05	1,05
4 (n:107)	0,43	2,36>	0,16	1,01	1,01
5 et plus (n:57)	0,20	2,75>	0,36	0,55	0,55
<b>Langue maternelle</b>					
Français seul. (n:751)	2,59	1,79	0,06	4,60	4,63
Autre (n:92)	0,39	1,84	0,18	0,72	0,72
<b>Sexe</b>					
Homme (n:325)	1,15	1,76	0,09	2,01	2,02
Femme (n:518)	1,83	1,81	0,08	3,31	3,32

**LEGENDE**  
-----  
M = MILLIONS  
-----  
SOM Octobre 2004

**AVERTISSEMENT :** Les résultats présentés avec un « n » inférieur ou égal à 30 doivent être considérés non fiables du point de vue de la statistique

### 3.8 Test t de Student par paire

Un second test t de Student par paire est disponible sur demande pour faire des comparaisons de moyennes par paire. La présence de lettres sous la rubrique « Tests signif » indique les lignes dont les moyennes diffèrent de façon significative. L'interprétation des lettres est identique au test de l'indépendance des catégories par paire. Voir exemple ci-bas.

#### QS6b Combien de personnes de 18 ans ou plus habitent présentement chez vous en vous incluant?

1 Le nombre moyen d'adultes de 2.28 chez les familles ayant un revenu de 75 000 \$ et plus est significativement différent (au niveau de confiance de 99 %) des moyennes en A, B, C, D, E, soit des nombres moyens d'adultes chez les familles ayant des revenus de moins de 15 000 \$, de 15 000 \$ à 25 000 \$, de 25 000 \$ à 35 000 \$, de 35 000 \$ à 55 000 \$, de 55 000 \$ à 75 000 \$.

		Nbre d'adultes			
		N (M)	Moyenne	ME	Tests significatifs
Ensemble					
(n:990)	A	2,98	1,87	0,06	
Âge					
18 à 24 ans (n:146)	A	0,39	2,40>>	0,21	B:F
25 à 34 ans (n:206)	B	0,59	1,84	0,11	AF
35 à 44 ans (n:191)	C	0,55	1,77	0,11	AdF
45 à 54 ans (n:192)	D	0,58	2,01+	0,16	AcF
55 à 64 ans (n:127)	E	0,38	1,8	0,17	AF
65 ans et plus (n:127)	F	0,49	1,51<<	0,12	A:E
Revenu personnel					
Moins de 15 000 \$ (n:232)	A	0,73	1,95	0,14	d
De 15 000 \$ à 25 000 \$ (n:144)	B	0,46	1,87	0,16	
De 25 000 \$ à 35 000 \$ (n:178)	C	0,53	1,81	0,13	
De 35 000 \$ à 45 000 \$ (n:117)	D	0,34	1,71<	0,15	af
De 45 000 \$ à 55 000 \$ (n:71)	E	0,18	1,93	0,23	
De 55 000 \$ et plus (n:110)	F	0,28	2	0,21	d
NSP/NRP (n:138)	G	0,46	1,85	0,15	
Revenu familial					
Moins de 15 000 \$ (n:98)	A	0,38	1,47<<	0,15	D:G
De 15 000 \$ à 25 000 \$ (n:97)	B	0,33	1,63<<	0,16	dEFG
De 25 000 \$ à 35 000 \$ (n:127)	C	0,4	1,63<<	0,15	D:G
De 35 000 \$ à 55 000 \$ (n:191)	D	0,57	1,89	0,13	AbCFg
De 55 000 \$ à 75 000 \$ (n:124)	E	0,3	1,99	0,15	ABCF
De 75 000 \$ et plus (n:177)	F	0,43	2,28>>	0,14	A:E
NSP/NRP (n:176)	G	0,56	2,10>>	0,16	ABCd
Légende: M = MILLIONS					
W:WMEN					

2 Le nombre moyen d'adultes chez les 25-34 ans est significativement différent (au niveau de confiance de 99 %) des nombres moyens d'adultes chez les 18-24 ans et chez les personnes de 65 ans ou plus.

### 3.9 Comparaison de deux pourcentages d'une variable sur un même échantillon

Pour comparer deux pourcentages, nous créons deux variables dichotomiques auxquelles nous appliquons un test t de Student pour variables paires. Ce test consiste à calculer l'écart moyen entre les deux variables dichotomiques et à tester si l'écart moyen est significativement différent de zéro. Deux proportions égales supposent un écart moyen de zéro. Le test réalisé apparaît sous la forme d'un tableau de moyennes croisées. Les chiffres sous la rubrique « Test=0 » indiquent les probabilités qu'il y ait une égalité entre les deux proportions (le risque d'erreur). Un chiffre près de 0 indique une très faible probabilité qu'il y ait une égalité entre les deux proportions.

Dans l'exemple suivant, le risque d'erreur de 0,013 indique un écart significatif au niveau de confiance de 98 % en faveur de la marque B chez ceux qui demeurent dans la RMR de Québec. À titre d'information, la moyenne de -0,19 est l'écart entre la proportion de ceux qui préfèrent la marque A et la proportion de ceux qui préfèrent la marque B. Cet écart signifie que dans la RMR de Québec, la proportion de ceux qui préfèrent la marque A est de 19 % inférieure au pourcentage de ceux qui préfèrent la marque B.

	ÉCART ENTRE LA MARQUE A ET LA MARQUE B (A-B)			
	N(M)	Moyenne	ME	Test=0
Ensemble (n : 584)	2,89	-0,04	0,05	0,185
Strate				
• RMR Québec (n : 90)	0,30	-0,19<	0,15	0,013
• RMR Montréal (n : 269)	1,38	0,02>	0,08	0,601
• Ailleurs en province (n : 225)	1,21	-0,06	0,08	0,102
				LEGENDE
				M=MILLIONS
W : W				SOM Octobre 2004

#### 4. LES TABLEAUX DE MARGES D'ERREUR SUR LES PROPORTIONS « M.E. LIG OU M.E. COL »

Ce type de tableau est utile pour connaître la marge d'erreur de tous les pourcentages présentés dans les tableaux afin de calculer un intervalle de confiance, au niveau de confiance de 95 %. Ces marges d'erreur sont calculées de la même façon que dans la section 2.3.

**QA1** Dans un premier temps, nous aimerions connaître votre perception de l'industrie des transports en général autant routier qu'aérien, ferroviaire ou maritime et autant pour les biens que pour les personnes. Diriez-vous que, globalement, vous avez une perception très positive, plutôt positive, plutôt négative ou très négative de ce secteur?

% LIGNE	Perception de l'industrie des transports en général			
	Très positive	Plutôt positive	Plutôt négative	Très négative
<b>Ensemble (n:1060)</b>	8	75	16	1 A=****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	9» -«	91» -«	-« 93»	-« 7» A=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:194) Non/NSP (n:866)	13> 7<	75 76	12 16	- 1 A=0,065
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:994)	- 8	78 75	22 16	- 1 A=****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:977)	26» 6«	67 76	7< 17>	- 1 B=0,000
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:186) 35 - 44 ans (n:208) 45 - 54 ans (n:267) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:119)	16» 5 7 8 7 6	74 76 75 77 77 73	8- 18 17 14 16 19	2 1 1 1 - 2 B=0,250
<b>Sexe</b> Homme (n:508) Femme (n:552)	10> 6<	73 77	15 16	2 1 A=0,073
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:421) Collégial (n:265) Universitaire (n:374)	9+ 6 6	77 79 69«	13< 13 23»	1 2 2 A=0,003
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:136) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:144) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:138) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:135)	12+ 8 6 5 7 8 8	72 78 79 79 74 72 77	13 13 15 16 18 19 13	3+ 1 - - 1 1 2 B=0,746
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:166) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:195) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:380) NSP/NRP (n:155)	7 9 5 8 10	80 77 72 74 75	12 13 23» 16 14	1 1 - 2 1 A=0,488
<b>Langue maternelle</b> Français (n:942) Autre (n:118)	7 11	75 78	17> 8<	1 3 B=0,060
<b>Logement</b> Propriétaire (n:792) Locataire (n:259)	7 10	76 75	16 15	1 - A=0,313
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:390)	6 7 9	80 72< 78	13 19> 12<	1 2 1 A=0,168

**QA1R** Dans un premier temps, nous aimerions connaître votre perception de l'industrie des transports en général autant routier qu'aérien, ferroviaire ou maritime et autant pour les biens que pour les personnes. Diriez-vous que, globalement, vous avez une perception très positive, plutôt positive, plutôt négative ou très négative de ce secteur?

% LIGNE	Perception de l'industrie des transports en général	
	Très/plutôt positive	Plutôt/très négative
<b>Ensemble (n:1060)</b>	83	17 <b>A=*****</b>
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	100» -«	-« 100» <b>A=0,000</b>
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:194) Non/NSP (n:866)	88+ 82-	12- 18+ <b>A=0,099</b>
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:994)	78 83	22 17 <b>A=0,640</b>
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:977)	93> 83<	7< 17> <b>A=0,021</b>
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:186) 35 - 44 ans (n:208) 45 - 54 ans (n:267) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:119)	90 81 82 85 84 79	10 19 18 15 16 21 <b>A=0,440</b>
<b>Sexe</b> Homme (n:508) Femme (n:552)	83 83	17 17 <b>A=0,967</b>
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/seconaire/DEP (n:421) Collégial (n:265) Universitaire (n:374)	87» 85 76«	13« 15 24» <b>A=0,000</b>
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:136) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:144) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:138) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:135)	84 86 85 84 81 80 85	16 14 15 16 19 20 15 <b>A=0,871</b>
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:166) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:195) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:380) NSP/NRP (n:155)	87 86 77< 82 85	13 14 23> 18 15 <b>A=0,133</b>
<b>Langue maternelle</b> Français (n:942) Autre (n:118)	83 89	17 11 <b>A=0,112</b>
<b>Logement</b> Propriétaire (n:792) Locataire (n:259)	83 85	17 15 <b>A=0,480</b>
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:390)	86 80« 87>	14 20» 13< <b>A=0,022</b>

QA2 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois et Québécoises

	Domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois			
	N (M)	Moyenne	Médiane	ME
<b>Ensemble</b> (n:1058)	4,33	8,31	9	0,12
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:864) Plutôt/très négative (n:189)	3,58 0,72	8,40> 7,97<	9 8	0,12 0,33
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:863)	0,75 3,58	8,42 8,29	9 9	0,27 0,13
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:992)	0,05 4,04	7,60- 8,34+	8 9	0,74 0,12
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:976)	0,32 3,97	8,75> 8,27<	9 9	0,38 0,12
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:185) 35 - 44 ans (n:208) 45 - 54 ans (n:266) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:119)	0,61 0,91 0,87 0,93 0,62 0,38	8,08 8,27 8,41 8,20 8,47 8,53	8 8 9 8 9 9	0,36 0,29 0,25 0,24 0,30 0,32
<b>Sexe</b> Homme (n:507) Femme (n:551)	2,18 2,15	8,24 8,38	8 9	0,18 0,16
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:421) Collégial (n:266) Universitaire (n:371)	2,18 0,97 1,18	8,19< 8,28 8,55»	8 9 9	0,18 0,27 0,17
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:135) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:143) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:167) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:136)	0,69 0,42 0,60 0,71 0,55 0,80 0,55	8,15 8,65+ 8,26 8,47 8,15 8,41 8,10	8 9 9 9 9 9 8	0,32 0,39 0,35 0,24 0,41 0,24 0,31
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:166) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:194) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:163) 75 000 \$ et plus (n:379) NSP/NRP (n:156)	0,72 0,83 0,68 1,43 0,68	8,18 8,44 8,38 8,30 8,22	8 9 9 9 8	0,30 0,26 0,31 0,22 0,26
<b>Langue maternelle</b> Français (n:938) Autre (n:120)	3,83 0,50	8,31 8,32	9 9	0,12 0,39
<b>Logement</b> Propriétaire (n:788) Locataire (n:261)	3,15 1,14	8,31 8,31	9 9	0,14 0,23
<b>Strate</b> RMR Québec (n:186) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:389)	0,48 2,05 1,80	8,40 8,17< 8,44+	9 9 9	0,23 0,20 0,17

LEGENDE

-----  
M = MILLIONS

-----  
SOM juin 2012

W:WINTF1

QA2 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois et Québécoises

% LIGNE	Domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois										
	0 Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Totallement d'accord
<b>Ensemble (n:1058)</b>	-	-	-	1	1	5	5	13	22	20	33 A=****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:864) Plutôt/très négative (n:189)	- -	- 1	- 2	1 2	1< 3>	5 7	4- 7+	13+ 8-	23 20	20 19	33 31 D=0,049
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:863)	- 1	1 -	1 -	- 1	2+ 1-	3 5	4 5	12 13	18 23	23 19	36 32 D=0,266
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:992)	- -	- -	- 1	- 1	- 1	16 4	- 5	15 13	53> 22<	10 19	6< 34> A=****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:976)	- -	1 -	- -	- 1	1 1	6 5	2 5	10 13	12< 23>	20 20	48» 32« F=0,114
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:185) 35 - 44 ans (n:208) 45 - 54 ans (n:266) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:119)	- 1 - - - -	- - - 1 - 1	1 - 1 - - -	2 - 1 1 2 1	1 1 1 2 2 1	3 7 4 7 4 3	7 5 3 3 7 2	17 12 12 13 6« 16	26 25 24 23 15< 16	20 16 19 19 25+ 23	23- 33 35 31 39+ 37 F=0,050
<b>Sexe</b> Homme (n:507) Femme (n:551)	1 -	- -	- 1	1 1	1 1	5 5	3< 6>	14 11	25> 19<	20 20	30- 36+ C=0,171
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:421) Collégial (n:266) Universitaire (n:371)	- 1 1	1 - -	1 - -	2 2 -	1 2 1	7» 2< 3	4 6 4	12 14 12	23 21 21	18 21 22	31 31 36 D=0,187
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:135) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:143) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:167) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:136)	- - - - 1 1 -	- - - 1 - - 1	1 - 1 - 1 - -	2 1 2 - 2 1 2	1 - 3 1 - 1 1	4 8 7 1< 8 5 5	8> 2 2 7+ 4 3 4	14 10 10 8- 14 11 23»	25 18 23 31» 17 21 16	19 15 17 19 17 22 25	26 46» 35 32 36 35 23< F=0,005
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:166) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:194) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:163) 75 000 \$ et plus (n:379) NSP/NRP (n:156)	- - - 1 -	- 1 - - 1	1 - 1 - -	2 1 - 2 1	3» 1 - 1 1	4 4 8+ 5 3	5 6 4 4 5	13 10 11 12 19>	24 22 20 22 22	16 18 20 20 24	32 37 36 33 24< E=0,683
<b>Langue maternelle</b> Français (n:938) Autre (n:120)	- 1	- -	- 1	1 -	1 1	5 5	5 4	12 16	23 16	20 22	33 34 D=0,721
<b>Logement</b> Propriétaire (n:788) Locataire (n:261)	1 -	- -	- 1	1 1	1 1	5 5	4 6	13 11	22 23	20 19	33 33 D=0,946
<b>Strate</b> RMR Québec (n:186) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:389)	- 1 -	1 - -	- 1 -	- 2 1	1 1 1	3 7» 3«	6 4 5	16 12 12	22 20 25	19 19 20	32 33 33 D=0,168

**QA2R** Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois et Québécoises

% LIGNE	Domaine des transports influence la qualité de vie des Québécois				
	Pas du tout	Peu	Moyennement	Assez	Totalement
<b>Ensemble (n:1058)</b>	1	2	10	35	52 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:864) Plutôt/très négative (n:189)	1 1	1< 4>	9< 17>	36+ 28-	53 50 B=0,002
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:863)	1 -	1 2	9 11	30 36	59+ 51- B=0,383
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:992)	- 1	- 2	16 10	68> 34<	16< 53> A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:976)	1 1	- 2	9 11	22< 35>	68> 51< C=0,047
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:185) 35 - 44 ans (n:208) 45 - 54 ans (n:266) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:119)	- 1 - 1 1 1	3 -- 2 1 2 1	11 13 8 12 13 6-	43+ 37 36 36 20< 32	43- 49 54 50 64> 60 B=0,016
<b>Sexe</b> Homme (n:507) Femme (n:551)	1 -	2 1	9 12	39> 31<	49- 56+ A=0,122
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:421) Collégial (n:266) Universitaire (n:371)	1 1 1	2 2 -<	12+ 10 8	35 35 33	50- 52 58> B=0,106
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:135) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:143) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:167) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:136)	- - - 1 2 1 1	2 1 3 - 3 1 1	13 10 12 9 12 9 10	39 28 32 39 30 32 39	46 61+ 53 51 53 57 49 B=0,682
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:166) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:194) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:163) 75 000 \$ et plus (n:379) NSP/NRP (n:156)	- - 1 1 -	2 2 1 2 1	13 11 12 10 9	37 32 30 34 41	48 55 56 53 49 B=0,888
<b>Langue maternelle</b> Français (n:938) Autre (n:120)	- 1	2 1	11 9	35 33	52 56 B=0,744
<b>Logement</b> Propriétaire (n:788) Locataire (n:261)	1 -	2 2	10 12	35 34	52 52 B=0,909
<b>Strate</b> RMR Québec (n:186) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:389)	1 1 -	- 2 1	9 13> 9-	39 32 37	51 52 53 B=0,161

QA3 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports offre des possibilités de carrière intéressantes

	Domaine des transports offre des possibilités de carrière intéressantes			
	N (M)	Moyenne	Médiane	ME
<b>Ensemble</b> (n:1004)	4,33	7,30	8	0,14
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:825) Plutôt/très négative (n:174)	3,58 0,72	7,54» 6,06«	8 6	0,15 0,39
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:188) Non/NSP (n:816)	0,75 3,58	7,78» 7,19«	8 7	0,30 0,16
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:941)	0,05 4,04	7,35 7,31	8 8	1,36 0,15
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:73) Non (n:924)	0,32 3,97	8,03» 7,23«	8 8	0,50 0,15
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:93) 25 - 34 ans (n:175) 35 - 44 ans (n:203) 45 - 54 ans (n:253) 55 - 64 ans (n:169) 65 ans et plus (n:111)	0,61 0,91 0,87 0,93 0,62 0,38	7,21 7,07 7,01< 7,50 7,51 7,81»	8 7 7 8 8 8	0,42 0,38 0,31 0,26 0,36 0,36
<b>Sexe</b> Homme (n:492) Femme (n:512)	2,18 2,15	7,31 7,29	8 8	0,20 0,20
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:409) Collégial (n:252) Universitaire (n:343)	2,18 0,97 1,18	7,41 7,35 7,03<	8 8 7	0,23 0,25 0,23
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:132) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:86) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:138) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:161) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:132) 55 000 \$ et plus (n:233) NSP/NRP (n:122)	0,69 0,42 0,60 0,71 0,55 0,80 0,55	7,24 7,37 7,36 7,41 7,38 7,29 7,02	8 8 8 8 8 8 7	0,41 0,50 0,39 0,34 0,42 0,29 0,36
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:159) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:187) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:154) 75 000 \$ et plus (n:359) NSP/NRP (n:145)	0,72 0,83 0,68 1,43 0,68	7,41 7,57+ 7,22 7,27 6,96-	8 8 7 8 7	0,36 0,31 0,36 0,25 0,37
<b>Langue maternelle</b> Français (n:893) Autre (n:111)	3,83 0,50	7,31 7,16	8 7	0,15 0,36
<b>Logement</b> Propriétaire (n:743) Locataire (n:255)	3,15 1,14	7,25 7,44	8 8	0,17 0,29
<b>Strate</b> RMR Québec (n:175) RMR Montréal (n:463) Ailleurs en prov. (n:366)	0,48 2,05 1,80	7,57+ 7,16- 7,38	8 7 8	0,31 0,20 0,25

LEGENDE

-----  
M = MILLIONS

-----  
SOM juin 2012

W:WINTF1

QA3 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports offre des possibilités de carrière intéressantes

% LIGNE	Domaine des transports offre des possibilités de carrière intéressantes										
	0 Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Total-ment d'accord
<b>Ensemble (n:1004)</b>	1	1	1	3	4	11	10	18	21	12	18 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:825) Plutôt/très négative (n:174)	- 1	- 2	1« 4»	2« 7»	3« 8»	10« 19»	9« 16»	20> 11<	23+ 16-	12 10	20» 6« B=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:188) Non/NSP (n:816)	- 1	- 1	1 1	1 3	4 4	8 12	11 10	14 19	20 22	17> 11<	24> 16< B=0,147
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:941)	7 1	- 1	- 1	- 3	- 3	11 12	- 10	10 18	42 21	24 12	6 18 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:73) Non (n:924)	1 -	- 1	- 1	2 3	5 4	6 12	4- 11+	19 18	13 22	12 12	38» 16« D=0,003
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:93) 25 - 34 ans (n:175) 35 - 44 ans (n:203) 45 - 54 ans (n:253) 55 - 64 ans (n:169) 65 ans et plus (n:111)	- 2 - - 1 -	- 1 - 1 1 -	- 2 2 1 1 -	4 3 4 1 1 2	3 3 5 5 4 2	16 13 14 8- 9 9	7 10 13 8 11 11	19 17 17 22 16 16	30> 22 20 21 16 20	9 10 8< 13 20» 14	12 17 17 20 20 26> D=0,253
<b>Sexe</b> Homme (n:492) Femme (n:512)	- 1	1 -	1 1	2 3	4 4	11 12	10 11	18 18	23 20	14+ 10-	16- 20+ A=0,529
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:409) Collégial (n:252) Universitaire (n:343)	1 - -	- 1 1	2+ - 1	3 2 3	4 3 5	10 12 15+	8 12 12	18 20 17	20 24 22	13 11 10	21> 15 14- B=0,227
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:132) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:86) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:138) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:161) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:132) 55 000 \$ et plus (n:233) NSP/NRP (n:122)	1 2 1 - 1 - -	- 1 1 - - 1 2	- - 1 2 3 1 1	4 2 3 1 4 3 3	4 3 5 5 1- 6 2	16+ 12 9 11 10 10 12	7 15 13 11 5- 11 11	18 13 14 18 23 14 26>	18 17 20 22 23 26+ 22	16 16 11 9 12 10 12	16 19 22 21 18 18 9< D=0,617
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:159) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:187) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:154) 75 000 \$ et plus (n:359) NSP/NRP (n:145)	1 - 2 1 -	- 1 1 - 1	1 - 2 2 1	1 4 - 3 3	5 4 2 4 5	12 9 12 11 15	10 6< 15> 11 10	17 19 16 17 23	17 23 23 23 19	16+ 14 10 9- 12	20 20 17 19 11< C=0,440
<b>Langue maternelle</b> Français (n:893) Autre (n:111)	1 -	- 1	1 2	3 1	4 3	11 14	10 12	17< 27>	22 17	13> 5<	18 18 D=0,152
<b>Logement</b> Propriétaire (n:743) Locataire (n:255)	- 1	1 -	2 1	2 3	5 2	12 10	11 9	17 19	21 22	11 14	18 19 A=0,663
<b>Strate</b> RMR Québec (n:175) RMR Montréal (n:463) Ailleurs en prov. (n:366)	1 1 1	- 1 1	- 1 2	1 3 3	4 4 4	10 14> 9-	11 9 11	15 24» 12«	23 19- 24	15 9< 14+	20 16 19 C=0,009

**QA3R** Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports offre des possibilités de carrière intéressantes

% LIGNE	Domaine des transports offre des possibilités de carrière intéressantes				
	Pas du tout	Peu	Moyennement	Assez	Totalement
<b>Ensemble (n:1004)</b>	1	4	26	39	30 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:825) Plutôt/très négative (n:174)	1« 4»	3« 11»	22« 43»	42» 26«	32» 16« A=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:188) Non/NSP (n:816)	- 1	2 4	23 26	34 41	41» 28« A=0,014
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:941)	7 1	- 4	11 26	52 39	30 30 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:73) Non (n:924)	1 1	2 4	15< 27>	33 40	49» 28« B=0,004
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:93) 25 - 34 ans (n:175) 35 - 44 ans (n:203) 45 - 54 ans (n:253) 55 - 64 ans (n:169) 65 ans et plus (n:111)	- 3> - 2 1 -	3 5 6 2 3 2	26 26 32> 21- 24 23	50+ 39 37 42 32< 35	21- 27 25- 33 40» 40> B=0,021
<b>Sexe</b> Homme (n:492) Femme (n:512)	1 1	4 4	25 27	41 38	29 30 A=0,895
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:409) Collégial (n:252) Universitaire (n:343)	1 1 1	5 2 4	22< 27 32»	38 44 39	34» 26 24< A=0,039
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:132) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:86) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:138) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:161) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:132) 55 000 \$ et plus (n:233) NSP/NRP (n:122)	1 2 2 - 1 2 1	4 2 4 3 7 3 4	27 31 27 27 16< 27 26	36 30- 34 40 46 40 48+	32 35 33 30 30 28 21< B=0,479
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:159) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:187) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:154) 75 000 \$ et plus (n:359) NSP/NRP (n:145)	1 1 3+ 1 1	2 4 2 5 4	27 18< 29 26 30	34 42 39 40 43	36+ 35 27 28 22- B=0,262
<b>Langue maternelle</b> Français (n:893) Autre (n:111)	1 1	4 3	25 29	39 44	31 23 A=0,534
<b>Logement</b> Propriétaire (n:743) Locataire (n:255)	1 2	4 3	27+ 21-	39 41	29 33 A=0,279
<b>Strate</b> RMR Québec (n:175) RMR Montréal (n:463) Ailleurs en prov. (n:366)	1 1 1	1 4 5	25 27 25	38 43+ 36-	35 25< 33+ A=0,263

QA4 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports est essentiel à notre économie

	Domaine des transports est essentiel à notre économie			
	N (M)	Moyenne	Médiane	ME
<b>Ensemble</b> (n:1057)	4,33	8,87	9	0,10
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:863) Plutôt/très négative (n:189)	3,58 0,72	9,01» 8,14«	10 9	0,10 0,35
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:862)	0,75 3,58	9,08+ 8,83-	10 9	0,22 0,12
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:992)	0,05 4,04	8,31 8,87	8 10	0,74 0,11
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:975)	0,32 3,97	9,37» 8,83«	10 9	0,23 0,11
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:184) 35 - 44 ans (n:209) 45 - 54 ans (n:266) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:118)	0,61 0,91 0,87 0,93 0,62 0,38	8,50< 8,79 8,91 8,90 9,09> 9,14>	9 9 10 9 10 10	0,38 0,24 0,23 0,20 0,21 0,23
<b>Sexe</b> Homme (n:506) Femme (n:551)	2,18 2,15	9,00> 8,74<	10 9	0,15 0,14
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:419) Collégial (n:267) Universitaire (n:371)	2,18 0,97 1,18	8,78- 8,87 9,05>	9 9 10	0,16 0,20 0,17
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:134) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:91) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:144) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:167) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:136)	0,69 0,42 0,60 0,71 0,55 0,80 0,55	8,50< 9,04 8,61- 9,07+ 8,88 9,10> 8,89	9 10 9 10 10 10 9	0,34 0,33 0,32 0,21 0,29 0,19 0,24
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:164) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:193) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:163) 75 000 \$ et plus (n:381) NSP/NRP (n:156)	0,72 0,83 0,68 1,43 0,68	8,83 8,98 8,69 8,92 8,86	9 10 9 10 9	0,25 0,21 0,25 0,19 0,27
<b>Langue maternelle</b> Français (n:937) Autre (n:120)	3,83 0,50	8,88 8,79	10 9	0,11 0,31
<b>Logement</b> Propriétaire (n:788) Locataire (n:260)	3,15 1,14	8,85 8,96	9 10	0,12 0,20
<b>Strate</b> RMR Québec (n:186) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:388)	0,48 2,05 1,80	8,88 8,73« 9,04»	10 9 10	0,21 0,17 0,14

LEGENDE

-----  
M = MILLIONS

-----  
SOM juin 2012

W:WINTF1

QA4 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports est essentiel à notre économie

% LIGNE	Domaine des transports est essentiel à notre économie									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Totalelement d'accord
<b>Ensemble (n:1057)</b>	-	-	1	1	3	2	7	17	19	50 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:863) Plutôt/très négative (n:189)	- 1	- 1	< 2>	1« 4»	2« 10»	2 4	6 7	17 13	20 17	52> 41< C=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:862)	- -	1 -	1 1	1 1	2 4	2 2	3< 7>	15 17	17 20	58> 48< C=0,262
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:992)	- -	- -	- 1	- 2	7 3	4 2	5 7	43> 16<	16 19	25 50 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:975)	- -	- -	- 1	- 1	2 3	- 3	6 7	9- 17+	19 19	64> 49< E=0,217
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:184) 35 - 44 ans (n:209) 45 - 54 ans (n:266) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:118)	- - - - - -	- - 1 - - -	1 - 1 2> - 1	1 2 1 2 - 2	8» 3 3 1< 4 --	2 3 2 2 4 1	11 7 5 7 3- 5	18 20 19 14 12- 14	20 17 14< 22 22 23	39< 48 54 50 55 54 F=0,013
<b>Sexe</b> Homme (n:506) Femme (n:551)	- -	- -	1 1	1 2	3 3	2 3	4« 9»	15 18	21 17	53+ 47- C=0,017
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:419) Collégial (n:267) Universitaire (n:371)	- - -	- - -	1 - -	1 1 1	3 4 3	3 1 3	7 7 6	18 20 12«	20 20 17	47- 47 58» D=0,244
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:134) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:91) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:144) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:167) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:136)	- - - - - - -	- - 2 - - - -	1 1 2+ - 1 1 -	2 1 - 1 1 1 2	8» 3 5 1 3 2 1	2 - 3 1 4 2 4	9 5 4 9 4 5 9	20 15 19 13 19 14 16	14 25 21 20 17 18 22	44 50 44 55 51 57> 46 F=0,049
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:164) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:193) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:163) 75 000 \$ et plus (n:381) NSP/NRP (n:156)	- - - - -	- - 1 - -	2> - 1 1 -	1 1 - 1 3	1 3 3 5> 2	3 2 4 1< 4	7 7 8 5 8	17 17 22+ 15 14	21 18 20 18 20	48 52 41< 54+ 49 E=0,395
<b>Langue maternelle</b> Français (n:937) Autre (n:120)	- -	- -	1 -	1 2	3 5	3 1	6 9	17 16	19 21	50 46 D=0,756
<b>Logement</b> Propriétaire (n:788) Locataire (n:260)	- -	- -	1 1	2 1	3 3	2 3	6 7	18 13	19 20	49 52 C=0,782
<b>Strate</b> RMR Québec (n:186) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:388)	- - -	- 1 -	1 1 -	- 2 1	2 5> 1<	3 2 2	8 8 5	22+ 15 17	14- 18 22	50 48 52 C=0,093

QA4R Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports est essentiel à notre économie

% LIGNE	Domaine des transports est essentiel à notre économie				
	Pas du tout	Peu	Moyennement	Assez	Totalement
<b>Ensemble (n:1057)</b>	-	1	7	23	69 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:863) Plutôt/très négative (n:189)	- 1	-« 3»	5« 18»	24 20	71» 58« B=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:862)	- -	2 1	5 7	18 24	75+ 68- B=0,197
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:992)	- -	- 1	12 7	47> 23<	41< 69> A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:975)	- -	- 1	2- 7+	15 24	83> 68< C=0,044
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:184) 35 - 44 ans (n:209) 45 - 54 ans (n:266) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:118)	- - - - - -	1 - 1 2+ - 1	11+ 7 7 5 8 3-	29 28 24 21 15« 19	59< 65 68 72 77> 77+ C=0,042
<b>Sexe</b> Homme (n:506) Femme (n:551)	- -	1 1	6 7	19« 28»	74» 64« B=0,013
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:419) Collégial (n:267) Universitaire (n:371)	- - -	1 1 1	8 6 6	25 26 18<	66- 67 75» B=0,130
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:134) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:91) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:144) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:167) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:246) NSP/NRP (n:136)	- - - - - - -	1 1 4» - 1 1 -	12> 4 9 4 8 4 6	30+ 20 23 22 23 19 25	57« 75 64 74 68 76> 69 C=0,070
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:164) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:193) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:163) 75 000 \$ et plus (n:381) NSP/NRP (n:156)	- - - - -	2 - 1 1 -	6 6 8 7 9	23 24 30> 20- 22	69 70 61< 72 69 B=0,599
<b>Langue maternelle</b> Français (n:937) Autre (n:120)	- -	1 -	7 8	23 25	69 67 B=0,626
<b>Logement</b> Propriétaire (n:788) Locataire (n:260)	- -	1 1	7 6	24 21	68 72 B=0,754
<b>Strate</b> RMR Québec (n:186) RMR Montréal (n:483) Ailleurs en prov. (n:388)	- - -	1 1 -	5 9> 5-	30+ 23 22	64 67 73> B=0,036

QA5 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports offre des défis intéressants

	Domaine des transports offre des défis intéressants			
	N (M)	Moyenne	Médiane	ME
<b>Ensemble</b> (n:1002)	4,33	7,30	8	0,15
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:816) Plutôt/très négative (n:181)	3,58 0,72	7,51» 6,27«	8 6	0,16 0,39
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:189) Non/NSP (n:813)	0,75 3,58	7,66> 7,22<	8 8	0,31 0,17
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:940)	0,05 4,04	6,70 7,32	7 8	1,30 0,15
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:73) Non (n:923)	0,32 3,97	8,27» 7,21«	9 8	0,43 0,15
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:86) 25 - 34 ans (n:173) 35 - 44 ans (n:199) 45 - 54 ans (n:259) 55 - 64 ans (n:175) 65 ans et plus (n:110)	0,61 0,91 0,87 0,93 0,62 0,38	6,58« 7,10 7,20 7,47 7,63> 8,12»	7 8 7 8 8 8	0,52 0,35 0,30 0,27 0,33 0,33
<b>Sexe</b> Homme (n:497) Femme (n:505)	2,18 2,15	7,44> 7,14<	8 7	0,21 0,21
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:401) Collégial (n:253) Universitaire (n:348)	2,18 0,97 1,18	7,28 7,20 7,42	8 8 8	0,23 0,30 0,22
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:123) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:84) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:137) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:163) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:136) 55 000 \$ et plus (n:236) NSP/NRP (n:123)	0,69 0,42 0,60 0,71 0,55 0,80 0,55	6,88< 7,49 7,14 7,56 7,48 7,71» 6,71«	7 8 8 8 8 8 7	0,46 0,50 0,38 0,35 0,37 0,26 0,40
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:154) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:186) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:158) 75 000 \$ et plus (n:362) NSP/NRP (n:142)	0,72 0,83 0,68 1,43 0,68	7,26 7,60> 7,32 7,47 6,56«	8 8 8 8 7	0,35 0,29 0,35 0,26 0,41
<b>Langue maternelle</b> Français (n:891) Autre (n:111)	3,83 0,50	7,31 7,19	8 8	0,16 0,42
<b>Logement</b> Propriétaire (n:744) Locataire (n:251)	3,15 1,14	7,29 7,34	8 8	0,17 0,28
<b>Strate</b> RMR Québec (n:177) RMR Montréal (n:460) Ailleurs en prov. (n:365)	0,48 2,05 1,80	7,41 7,22 7,36	7 8 8	0,30 0,21 0,25

LEGENDE

-----  
M = MILLIONS

-----  
SOM juin 2012

W:WINTF1

QA5 Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports offre des défis intéressants

% LIGNE	Domaine des transports offre des défis intéressants										
	0 Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Totallement d'accord
<b>Ensemble (n:1002)</b>	-	1	1	2	6	10	11	16	23	12	18 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:816) Plutôt/très négative (n:181)	- 1	1< 3>	1« 3»	2< 5>	4« 11»	8« 20»	11 9	17 12	25» 13«	12 10	19+ 13- B=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:189) Non/NSP (n:813)	- -	1 1	1 1	2 3	3 6	7 11	9 11	16 17	26 22	13 11	22 17 B=0,618
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:940)	- -	7 1	- 1	- 2	10 6	14 10	- 11	20 16	33 22	10 12	6 19 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:73) Non (n:923)	- -	- 1	- 1	3 2	1 6	6 11	7 11	10 17	21 23	19> 11<	33» 17« D=0,015
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:86) 25 - 34 ans (n:173) 35 - 44 ans (n:199) 45 - 54 ans (n:259) 55 - 64 ans (n:175) 65 ans et plus (n:110)	- 2 - - - -	2 1 - 1 1 -	1 1 1 - 2 -	5+ 2 3 1 1 2	9 7 4 4 7 3	16 7 14+ 12 5< 4<	10 12 12 13 10 4<	17 17 18 14 16 14	24 27 21 20 19 30+	6- 10 9 13 17> 18+	10- 14 18 22 22 25+ D=0,017
<b>Sexe</b> Homme (n:497) Femme (n:505)	- -	1 1	- 2	2 3	6 6	10 11	10 11	16 17	24 21	12 11	19 17 B=0,411
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:401) Collégial (n:253) Universitaire (n:348)	- 1 -	1 2> 1	2 - -	4> -- 2	5 8+ 4	11 8 10	10 11 13	15 19 16	22 24 23	11 14 11	19 13< 20 B=0,115
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:123) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:84) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:137) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:163) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:136) 55 000 \$ et plus (n:236) NSP/NRP (n:123)	- - 1 1 - - -	2 - 1 1 - 1 3	1 2 1 1 1 - -	6> 4 3 -- 1 2 2	7 6 7 2- 6 3< 11>	11 8 11 11 12 8 9	14 6 11 10 11 8 14	12 14 13 21 9< 17 28»	23 24 24 19 29+ 25 15-	10 16 12 10 13 13 10	14 20 16 24+ 18 23+ 8« D=0,019
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:154) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:186) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:158) 75 000 \$ et plus (n:362) NSP/NRP (n:142)	- - 1 1 -	- 1 1 1 2	1 - 1 2 1	5 2 -- 2 5>	10> 3 4 3- 10>	6 11 15+ 9 12	11 11 11 10 12	12 14 15 16 24>	25 25 22 23 17	15 13 12 11 8	15 20 18 22> 9« D=0,009
<b>Langue maternelle</b> Français (n:891) Autre (n:111)	- -	1 1	1 1	3 2	5 9	10 10	11 7	17 14	21< 33>	12 9	19 14 D=0,188
<b>Logement</b> Propriétaire (n:744) Locataire (n:251)	1 -	1 1	1 1	2 4	6 4	10 10	10 12	17 14	22 25	12 11	18 18 B=0,804
<b>Strate</b> RMR Québec (n:177) RMR Montréal (n:460) Ailleurs en prov. (n:365)	- - -	- 1 1	- 1 1	2 2 3	3 5 7	11 13> 7<	17> 11 9	17 15 18	16< 24 23	17+ 10 12	17 18 19 B=0,055

**QA5R** Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie que vous n'êtes pas du tout d'accord et 10 que vous êtes totalement d'accord, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : Le domaine des transports offre des défis intéressants

% LIGNE	Domaine des transports offre des défis intéressants				
	Pas du tout	Peu	Moyennement	Assez	Totalement
<b>Ensemble (n:1002)</b>	1	3	27	39	30 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:816) Plutôt/très négative (n:181)	1« 4»	2« 9»	24« 40»	42» 25«	31> 22< A=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:189) Non/NSP (n:813)	1 1	3 3	19< 28>	42 39	35 29 A=0,209
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:940)	7 1	- 3	24 27	53 39	16 30 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:73) Non (n:923)	- 1	3 3	14< 28>	31 40	52» 28« B=0,001
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:86) 25 - 34 ans (n:173) 35 - 44 ans (n:199) 45 - 54 ans (n:259) 55 - 64 ans (n:175) 65 ans et plus (n:110)	2 3+ - 2 1 -	6 3 5 2 3 2	36+ 26 29 28 21 11«	40 44 39 33- 36 44	16« 24- 27 35+ 39» 43» B=0,001
<b>Sexe</b> Homme (n:497) Femme (n:505)	1 1	2< 5>	25 28	40 38	32 28 A=0,172
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:401) Collégial (n:253) Universitaire (n:348)	1 3+ 1	5» -< 3	26 27 26	37 43 39	31 27 31 A=0,080
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:123) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:84) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:137) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:163) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:136) 55 000 \$ et plus (n:236) NSP/NRP (n:123)	2 - 2 2 - 2 2	7> 6 4 1 3 2 2	32 20 29 24 28 19< 35+	35 39 37 40 38 41 43	24 35 28 33 31 36> 18« B=0,024
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:154) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:186) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:158) 75 000 \$ et plus (n:362) NSP/NRP (n:142)	- 1 2 2 2	5 2 1 3 6+	27 25 29 22< 34>	37 39 38 40 41	31 33 30 33 17« B=0,075
<b>Langue maternelle</b> Français (n:891) Autre (n:111)	1 1	3 3	27 27	38 46	31 23 A=0,447
<b>Logement</b> Propriétaire (n:744) Locataire (n:251)	1 1	3 4	27 26	39 40	30 29 A=0,845
<b>Strate</b> RMR Québec (n:177) RMR Montréal (n:460) Ailleurs en prov. (n:365)	- 2 1	2 3 4	31 28 23-	33 39 41	34 28 31 B=0,321

**QB1 Au cours des dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu quelque chose à propos de la Semaine nationale des transports?**

% LIGNE	A vu, lu ou entendu quelque chose à propos de la Semaine nationale des transports	
	Oui	Non
<b>Ensemble (n:1067)</b>	5	95 <b>A=****</b>
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	5 4	95 96 <b>A=0,861</b>
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	14» 3«	86« 97» <b>A=0,000</b>
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	22 5	78 95 <b>A=****</b>
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	8 4	92 96 <b>A=0,185</b>
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	5 2 4 7 5 4	95 98 96 93 95 96 <b>A=0,590</b>
<b>Sexe</b> Homme (n:511) Femme (n:556)	5 4	95 96 <b>A=0,531</b>
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	4 6 4	96 94 96 <b>A=0,519</b>
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	5 6 2 5 4 5 6	95 94 98 95 96 95 94 <b>A=0,759</b>
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	3 5 1< 6 7	97 95 99> 94 93 <b>A=0,087</b>
<b>Langue maternelle</b> Français (n:945) Autre (n:122)	4 8	96 92 <b>A=0,124</b>
<b>Logement</b> Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	5 5	95 95 <b>A=0,988</b>
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	9> 4 4	91< 96 96 <b>A=0,037</b>

## QB2AU Selon vous, pourquoi organise-t-on la Semaine nationale des Transports? (toutes les mentions possibles)

% LIGNE	Raisons organise la Semaine nationale des transports										
	Pour sensibiliser la population sur le transport	Pour souligner l'importance du transport	Pour sensibiliser la population sur le transport en commun	Pour sensibiliser la population à la pollution causée par le transport	Pour faire connaître les possibilités d'emploi	Pour souligner le travail fait par les personnes de ce domaine	Pour sensibiliser la population à la sécurité dans les transports	Pour favoriser l'amélioration dans le domaine des transports	Pour sensibiliser la population aux nouveautés dans le domaine	Autre	NSP/NRP
Ensemble (n:1067)	25	11	8	4	3	3	2	1	1	3	50 A=*****
Perception de l'industrie des transports en général Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	24 27	12+ 7-	8 7	4 2	3 5	3 2	2 -	1< 3>	1 1	2< 6>	51 49 A=*****
A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	34» 23«	12 11	9 7	5 4	7> 3<	1 3	2 2	2 1	2 1	2 3	40« 52» A=*****
Se souvient du clip vidéo Oui (n:14) Non (n:1001)	11 25	13 12	11 8	11 4	11 3	- 3	- 2	5 1	5 1	- 3	60 50 A=*****
Travailleur dans le domaine des transports Oui (n:74) Non (n:984)	28 25	16 11	3 8	1 4	7+ 3-	1 3	4 2	- 1	3 1	5 3	45 51 A=*****
Âge 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	15< 28 27 23 30+ 25	12 15 9 13 8 9	11 3« 7 9 12+ 6	9» 1< 5 3 4 5	2 7» 3 2 3 1	7> 2 3 2 1 2	- 1 4> 2 1 1	1 1 1 1 1 6»	- 1 2 - 1 1	4 3 4 2 2 3	51 50 47 55+ 48 49 A=*****
Sexe Homme (n:511) Femme (n:556)	25 25	13 10	6< 10>	3 5	4 2	3 3	1 2	1 2	1 1	4» 1«	51 50 A=*****
Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	19« 26 34»	10 12 13	7 11> 6	3 7> 2	2< 4 5+	2 4 3	2 2 2	1 1 1	1 1 1	3 2 3	57» 43< 44< A=*****
Revenu personnel Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	19 14< 23 32> 26 32» 22	13 7 14 11 13 10 10	5 7 8 7 6 5- 17»	2 9> 3 4 3 1< 8>	2 3 1 5 4 5 3	7» 4 5 -< 2 1 1	1 1 - 3 - 3 3	1 4 - 1 1 1 -	2 1 1 1 - 2 -	1 3 2 4 4 2 5	53 59 49 44 51 49 50 A=*****
Revenu familial Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	20 24 20 32» 21	10 15 12 10 10	5 8 6 6 16»	4 4 4 3 7	2 1 2 6» 3	4 2 5 3 1	- 1 1 3> 2	2 1 2 1 2	1 1 2 1 -	2 3 5 2 4	53 49 49 48 54 A=*****
Langue maternelle Français (n:945) Autre (n:122)	25 23	12 7	7< 13>	3< 8>	3 3	3 2	2 1	1 1	1 -	3 1	51 49 A=*****
Logement Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	26 22	12 11	8 6	4 4	3 3	3 3	2 2	1 2	1 1	2 4	50 50 A=*****
Strate RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	23 27 23	16+ 9< 13	9 9 6	2 4 4	6> 3 3	2 2 4+	2 1- 3	2 1 1	1 2 --	3 3 2	47 50 52 A=*****

**QB3 Vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie des transports en général et de son importance dans notre vie de tous les jours?**

% LIGNE	A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport		
	Oui	Non	NSP/NRP
<b>Ensemble (n:1067)</b>	17	77	6 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	18+ 13-	76 81	6 6 A=0,255
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	100» -«	-« 93»	-« 7» A=0,000
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	34 17	52< 77>	14 6 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	28> 16<	66< 78>	6 6 A=0,056
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	15 18 13 18 22+ 18	77 79 81 75 73 71	8 3- 6 7 5 11> A=0,138
<b>Sexe</b> Homme (n:511) Femme (n:556)	17 18	77 76	6 6 A=0,907
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	17 17 18	76 77 78	7 6 4- A=0,578
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	19 21 15 19 13 18 17	73 74 79 76 82 77 75	8 5 6 5 5 5 8 A=0,884
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	16 16 11< 21+ 19	78 78 82 74 75	6 6 7 5 6 A=0,495
<b>Langue maternelle</b> Français (n:945) Autre (n:122)	17 22	77 74	6 4 A=0,397
<b>Logement</b> Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	16 20	77 77	7+ 3- A=0,136
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	23+ 20> 13«	71- 75 80+	6 5 7 A=0,012

**QB3R Vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie des transports en général et de son importance dans notre vie de tous les jours?**

% LIGNE	A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport	
	Oui	Non/NSP
<b>Ensemble (n:1067)</b>	17	83 A=****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	18+ 13-	82- 87+ A=0,099
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	100» -«	-« 100» A=0,000
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	34 17	66 83 A=0,126
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	28> 17<	72< 83> A=0,017
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	15 18 13 18 22+ 18	85 82 87 82 78- 82 A=0,405
<b>Sexe</b> Homme (n:511) Femme (n:556)	17 18	83 82 A=0,702
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	17 17 18	83 83 82 A=0,929
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	19 22 15 19 13 18 17	81 78 85 81 87 82 83 A=0,721
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	16 16 11< 21+ 19	84 84 89> 79- 81 A=0,137
<b>Langue maternelle</b> Français (n:945) Autre (n:122)	17 22	83 78 A=0,203
<b>Logement</b> Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	17 20	83 80 A=0,298
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	23+ 20> 13«	77- 80< 87» A=0,005

## QB4GG Qu'avez-vous vu, lu ou entendu à cet égard? (toutes les mentions possibles)

% LIGNE	Éléments vus, lus ou entendus																	
	Une publi- cité à la télé- vi- sion	Des re- por- tages ou nou- vel- les à la télé- vi- sion	Des re- por- tages ou nou- vel- les dans les jour- naux	Une publi- cité dans le jour- nal	Des re- por- tages ou nou- vel- les à la radio	Des gran- des affi- ches sur des pan- neaux rou- tiers	D'au- tres types d'affi- ches	Une publi- cité à la radio	Des ban- des- an- non- ces sur inter- net	Un site web dédié à ce sujet	Un con- cours avec des prix à ga- gner	Des clips vidéo sur inter- net	Une info- lettre sur le sujet	Des ban- des- an- non- ces au cinéma	Une page Facebook dédiée à ce sujet	Un compte Twitter sur le sujet	Une publi- cité de la STM	Ne se sou- vient pas
Ensemble (n:195)	45	35	35	33	25	25	24	22	7	6	4	4	3	2	2	1	-	4
A=*****																		
Perception de l'industrie des transports en général																		
Très/plutôt positive (n:170)	44	34	36	31	26	21«	24	24	5<	7	4	5	3	2	2	1	1	4
Plutôt/très négative (n:24)	51	43	28	41	26	55»	24	13	20>	-	7	-	-	7	-	-	-	2
A=*****																		
A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport																		
Oui (n:195)	45	35	35	33	25	25	24	22	7	6	4	4	3	2	2	1	-	4
A=*****																		
Se souvient du clip vidéo																		
Oui (n:6)	72	15	59	49	18	34	31	57	18	26	26	26	-	-	41	-	-	-
Non (n:177)	44	36	34	33	24	24	26	21	6	5	4	4	3	2	1	1	1	4
A=*****																		
Travailleur dans le domaine des transports																		
Oui (n:24)	35	33	38	36	31	39	24	34	14	12	3	9	2	2	-	-	-	12
Non (n:170)	46	36	34	32	25	23	24	21	6	5	4	3	3	2	2	1	1	3
A=*****																		
Âge																		
18 - 24 ans (n:17)	44	42	17	24	23	22	20	28	14	-	6	-	-	-	4	-	-	2
25 - 34 ans (n:35)	58	24	27	16<	16	39>	43»	31	8	9	3	-	8	7	-	-	2	4
35 - 44 ans (n:28)	38	36	25	42	37	17	23	25	8	11	-	12>	6	3	-	-	-	-
45 - 54 ans (n:52)	33-	32	41	43	25	25	12<	27	4	10	9	4	-	-	4	3	-	5
55 - 64 ans (n:41)	50	33	47	36	30	23	28	12	5	2	2	7	1	-	-	-	-	7
65 ans et plus (n:22)	49	64»	53+	35	24	11	10	-<	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-
A=*****																		
Sexe																		
Homme (n:95)	44	35	45»	33	28	23	27	27	9	10+	3	8	4	2	2	-	-	2
Femme (n:100)	46	35	25«	32	23	26	22	18	4	3-	5	1	2	2	1	1	1	5
A=*****																		
Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu																		
Aucun/secondaire/DEP (n:79)	42	35	33	31	27	28	24	31»	6	10>	4	6	5	-	1	1	-	4
Collégial (n:48)	43	34	33	34	21	20	18	13	7	4	8	1	2	6	3	-	-	5
Universitaire (n:68)	51	37	39	34	26	23	30	14-	7	1-	2	3	-	3	1	-	2	1
A=*****																		
Revenu personnel																		
Moins de 15 000 \$ (n:28)	48	42	27	24	23	25	21	25	10	-	4	-	-	1	5	-	-	5
15 000 \$ à 24 999 \$ (n:22)	35	18-	34	27	34	19	25	20	14	14	-	3	8	4	-	-	-	-
25 000 \$ à 34 999 \$ (n:23)	52	42	31	31	14	26	27	28	6	-	11	3	-	5	-	-	-	13
35 000 \$ à 44 999 \$ (n:28)	45	21	19-	25	25	35	34	31	4	12	8	3	9	4	3	-	3	-
45 000 \$ à 54 999 \$ (n:20)	53	46	37	40	23	20	16	16	6	-	-	8	-	-	-	-	-	13
55 000 \$ et plus (n:48)	43	34	50>	45	34	22	19	18	4	8	2	5	3	-	-	-	-	-
NSP/NRP (n:26)	43	51+	48	39	21	23	26	13	3	8	3	8	-	-	-	5	-	-
A=*****																		
Revenu familial																		
Moins de 35 000 \$ (n:32)	37	27	40	34	33	21	24	25	7	5	5	2	-	5	-	-	-	6
35 000 \$ à 54 999 \$ (n:34)	47	25	33	27	16	32	24	18	3	9	13»	6	5	-	3	-	3	6
55 000 \$ à 74 999 \$ (n:20)	49	36	23	22	6-	20	47>	32	11	2	-	3	2	-	-	-	-	-
75 000 \$ et plus (n:76)	43	34	36	36	36>	27	20	22	8	7	2	4	5	3	1	-	-	4
NSP/NRP (n:33)	52	54>	34	35	15	20	22	21	6	5	2	6	-	-	2	3	-	-
A=*****																		
Langue maternelle																		
Français (n:165)	46	37	35	30	28	27	23	23	8	6	4	4	4	2	2	1	1	3
Autre (n:30)	37	27	32	45	13	14	32	20	-	5	8	3	-	-	-	-	-	6
A=*****																		
Logement																		
Propriétaire (n:143)	45	36	37	34	29+	20<	25	20	7	4<	4	5	1	1	2	-	1	4
Locataire (n:51)	46	32	27	31	15-	36>	23	29	5	13>	4	3	8	5	1	2	-	3
A=*****																		
Strate																		
RMR Québec (n:44)	43	30	39	34	29	19	22	27	14+	3	-	2	3	2	-	-	-	4
RMR Montréal (n:99)	46	33	34	35	24	30+	32>	21	7	3-	6	4	-	3	1	-	1	3
Ailleurs en prov. (n:52)	44	42	33	28	27	18	11<	22	3	14>	3	5	8	-	4	2	-	4
A=*****																		

QB5 Nous vous demandons maintenant de visionner un clip vidéo qui a été mis en ligne sur internet récemment. Nous aimerions savoir si vous vous souvenez d'avoir vu ce clip ou un autre semblable avec la même comédienne. Veuillez prendre un court moment pour le regarder. Vous souvenez-vous d'avoir vu ce clip vidéo ou un autre semblable mettant en scène le même personnage interprété par l'actrice Marie-Eve Beaulieu?

% LIGNE	Se souvient du clip vidéo	
	Oui	Non
<b>Ensemble (n:1015)</b>	1	99 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:823) Plutôt/très négative (n:185)	1 2	99 98 A=0,640
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:183) Non/NSP (n:832)	3 1	97 99 A=0,126
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	100 -	- 100 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:67) Non (n:939)	- 1	100 99 A=*****
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:91) 25 - 34 ans (n:177) 35 - 44 ans (n:197) 45 - 54 ans (n:257) 55 - 64 ans (n:178) 65 ans et plus (n:115)	- 1 2 2 1 2	100 99 98 98 99 98 A=*****
<b>Sexe</b> Homme (n:489) Femme (n:526)	2 1	98 99 A=0,499
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/seconaire/DEP (n:401) Collégial (n:261) Universitaire (n:353)	2 - 1	98 100 99 A=*****
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:129) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:84) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:140) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:161) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:132) 55 000 \$ et plus (n:238) NSP/NRP (n:131)	2 2 2 1 1 - 2	98 98 98 99 99 100 98 A=*****
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:155) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:186) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:158) 75 000 \$ et plus (n:367) NSP/NRP (n:149)	- 3> 1 1 2	100 97< 99 99 98 A=*****
<b>Langue maternelle</b> Français (n:902) Autre (n:113)	1 1	99 99 A=0,977
<b>Logement</b> Propriétaire (n:760) Locataire (n:246)	1 2	99 98 A=0,421
<b>Strate</b> RMR Québec (n:179) RMR Montréal (n:465) Ailleurs en prov. (n:371)	2 1 1	98 99 99 A=*****

## QB6G Pouvez-vous préciser sur quel(s) site(s) web vous avez vu ce ou ces clips vidéo?

% LIGNE	Sites web a vu le clip vidéo				
	Un site de réseautage social, comme Facebook	YouTube	Le site Québecvacances.com	Un site internet spécialement conçu pour ces clips vidéo et où on peut tous les voir	Ne se souvient pas
<b>Ensemble (n:14)</b>	35	11	11	6	37 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:10) Plutôt/très négative (n:4)	45 -	15 -	14 -	8 -	19 100 A=*****
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:6) Non/NSP (n:8)	38 33	34 -	- 16	- 9	28 41 A=*****
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14)	35	11	11	6	37 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Non (n:14)	35	11	11	6	37 A=*****
<b>Âge</b> 25 - 34 ans (n:2) 35 - 44 ans (n:4) 45 - 54 ans (n:5) 55 - 64 ans (n:1) 65 ans et plus (n:2)	100 - 55 - -	- 19 16 - -	- 32 - - -	- 18 - - -	- 30 29 100 100 A=*****
<b>Sexe</b> Homme (n:9) Femme (n:5)	36 32	19 -	- 27	- 16	45 25 A=*****
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:9) Collégial (n:1) Universitaire (n:4)	48 - -	- - 51	15 - -	- - 27	37 100 22 A=*****
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:3) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:1) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:3) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:2) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:1) 55 000 \$ et plus (n:1) NSP/NRP (n:3)	77 - 42 66 - - -	23 - - - - 100 -	- 100 - - - - -	- - - - - - 38	- - 58 34 100 - 62 A=*****
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:1) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:5) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:1) 75 000 \$ et plus (n:3) NSP/NRP (n:4)	100 66 - - -	- - - 30 24	- 23 - - -	- - - - 29	- 11 100 70 47 A=*****
<b>Langue maternelle</b> Français (n:12) Autre (n:2)	39 -	13 -	12 -	- 56	36 44 A=*****
<b>Logement</b> Propriétaire (n:9) Locataire (n:5)	28 46	10 14	17 -	10 -	35 40 A=*****
<b>Strate</b> RMR Québec (n:4) RMR Montréal (n:5) Ailleurs en prov. (n:5)	22 - 75	32 13 -	- 27 -	- 16 -	47 44 25 A=*****

**QB8 Vous souvenez-vous d'avoir visité récemment le site web "Tout me transporte" (www.toutmetransporte.com)?**

% LIGNE	A visité le site web "Tout me transporte"	
	Oui	Non
<b>Ensemble (n:1067)</b>	1	99 <b>A=*****</b>
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	1 -	99 100 <b>A=0,340</b>
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	3» 1«	97« 99» <b>A=0,003</b>
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	21 1	79 99 <b>A=*****</b>
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	4 1	96 99 <b>A=*****</b>
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	2 - - 1 2 3>	98 100 100 99 98 97< <b>A=*****</b>
<b>Sexe</b> Homme (n:511) Femme (n:556)	2 -	98 100 <b>A=*****</b>
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	1 1 1	99 99 99 <b>A=*****</b>
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	2 1 - - 1 - 4»	98 99 100 100 99 100 96« <b>A=*****</b>
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	1 - - -- 5»	99 100 100 100+ 95« <b>A=*****</b>
<b>Langue maternelle</b> Français (n:945) Autre (n:122)	1 -	99 100 <b>A=0,275</b>
<b>Logement</b> Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	1 -	99 100 <b>A=0,275</b>
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	1 1 1	99 99 99 <b>A=*****</b>

## QB12NANR Depuis combien d'années le ministère des Transports du Québec existe-t-il selon vous?

% LIGNE	Nombre d'années ministère des Transports du Québec existe			
	Moins de 100 ans	100 ans	Plus de 100 ans	NSP
<b>Ensemble (n:1067)</b>	68	4	2	26 <b>A=*****</b>
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	67< 76>	4 4	2 -	27+ 20- <b>A=0,151</b>
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	70 68	4 4	3 1	23 27 <b>A=0,320</b>
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	79 67	6 5	- 2	15 26 <b>A=*****</b>
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	75 67	3 5	- 2	22 26 <b>B=0,534</b>
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	71 76> 67 68 62- 58<	6 6 2 5 5 3	3 - 3 -< 2 2	20 18< 28 27 31 37» <b>B=0,058</b>
<b>Sexe</b> Homme (n:511) Femme (n:556)	75» 61«	3 6	1 2	21« 31» <b>A=0,001</b>
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	63« 75> 71	5 2- 5	2 2 1-	30> 21- 23 <b>A=0,037</b>
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	63 58- 65 72 73 79» 59<	7 4 2 6 5 3 5	2 2 4+ - 1 1 1	28 36> 29 22 21 17« 35> <b>B=0,004</b>
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	60< 61< 74 78» 58<	4 5 4 3- 8+	3 3 2 1 1	33> 31+ 20 18« 33> <b>B=0,000</b>
<b>Langue maternelle</b> Français (n:945) Autre (n:122)	68 66	4 5	2 -	26 29 <b>A=0,726</b>
<b>Logement</b> Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	71> 62<	4 5	1 2	24< 31> <b>A=0,157</b>
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	74 67 69	3 4 5	3 1 1	20- 28 25 <b>A=0,417</b>

## QC1 Globalement, avez-vous aimé le clip vidéo présenté précédemment et les autres de la série?

% LIGNE	A aimé le clip vidéo et les autres de la série				
	Beaucoup	Assez	Un peu	Pas du tout	NRP
<b>Ensemble (n:1067)</b>	6	30	36	20	8 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	7+ 3-	32» 22«	36 37	17« 34»	8+ 4- A=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	9 6	41» 28«	28< 38>	14- 21+	8 7 A=0,004
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	38 6	21 32	31 38	10 21	- 3 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	7 6	40+ 29-	31 37	15 20	7 8 A=0,502
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	1< 1« 4 11» 12» 10+	27 19« 29 36> 35 40>	34 42 38 34 38 27<	30> 28» 20 13« 11« 13-	8 10 9 6 4- 10 A=0,000
<b>Sexe</b> Homme (n:511) Femme (n:556)	5 7	27- 33+	34 39	26» 13«	8 8 A=0,000
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	7 7 5	30 31 28	37 35 35	17< 22 24+	9 5 8 A=0,475
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	5 10 5 6 7 6 6	26 35 33 32 27 29 29	38 32 44+ 35 34 34 35	23 17 13- 18 23 22 22	8 6 5 9 9 9 8 A=0,956
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	6 7 4 7 6	27 34 34 29 28	38 38 37 34 35	20 16 19 22 21	9 5 6 8 10 A=0,851
<b>Langue maternelle</b> Français (n:945) Autre (n:122)	6 5	30 34	38» 26<	19 25	7 10 A=0,195
<b>Logement</b> Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	7 4	30 29	35 40	20 20	8 7 A=0,452
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	4 5 8	27 30 30	38 36 37	25+ 20 18	6 9 7 A=0,478

**QC1 Globalement, avez-vous aimé le clip vidéo présenté précédemment et les autres de la série?**

% LIGNE	A aimé le clip vidéo et les autres de la série			
	Beaucoup	Assez	Un peu	Pas du tout
<b>Ensemble (n:990)</b>	7	33	39	21 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:802) Plutôt/très négative (n:182)	8> 3<	35» 22«	39 39	18« 36» A=0,000
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:179) Non/NSP (n:811)	10+ 6-	44» 30«	31< 41>	15- 23+ A=0,002
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:970)	38 6	21 33	31 39	10 22 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:69) Non (n:914)	8 6	42+ 32-	34 40	16 22 A=0,349
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:88) 25 - 34 ans (n:174) 35 - 44 ans (n:193) 45 - 54 ans (n:251) 55 - 64 ans (n:175) 65 ans et plus (n:109)	1< 2« 5 11» 13» 11+	29 21« 31 39> 36 45»	37 46+ 42 36 40 30-	33> 31» 22 14« 11« 14- A=0,000
<b>Sexe</b> Homme (n:476) Femme (n:514)	5 8	30- 35+	37 42	28» 15« A=0,000
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:391) Collégial (n:253) Universitaire (n:346)	7 7 6	34 33 30	41 37 38	18< 23 26+ A=0,476
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:126) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:86) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:138) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:156) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:129) 55 000 \$ et plus (n:226)	6 10 5 6 8 6	29 37 35 35 30 32	41 35 46 39 37 38	24 18 14- 20 25 24 A=0,761
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:153) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:183) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:156) 75 000 \$ et plus (n:353)	7 8 4- 8	30 35 36 31	42 40 40 37	21 17 20 24 A=0,640
<b>Langue maternelle</b> Français (n:880) Autre (n:110)	7 6	32 37	41> 29<	20 28 A=0,145
<b>Logement</b> Propriétaire (n:740) Locataire (n:242)	7+ 5-	33 31	38 43	22 21 A=0,301
<b>Strate</b> RMR Québec (n:175) RMR Montréal (n:447) Ailleurs en prov. (n:368)	4 6 8	29 33 33	40 39 39	27+ 22 20 A=0,455

## QC2AU Dans vos propres mots, comment résumeriez-vous le principal message véhiculé par cette campagne?

% LIGNE	Principal message véhiculé par la campagne											
	Que le transport est essentiel et fait partie de nos vies	Que le transport est essentiel dans l'économie	Faire la promotion du transport	Qu'il y a plusieurs moyens et types de transports (biens, gens, camion, avion, etc.)	Que les livreurs de colis se trompent parfois d'adresse	Qu'il faut utiliser le transport en commun	Que le gouvernement prend les gens pour des enfants	Que tout est possible grâce au transport	Que le transport doit être efficace	Qu'il faut être prudent, sécurité en transport	Autre	NSP/ NRP
<b>Ensemble (n:1067)</b>	25	4	4	3	2	1	1	1	-	-	1	58 A=****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:869) Plutôt/très négative (n:191)	25 24	4 5	3 5	3 2	2 2	1 1	1 1	1 -	1 -	- -	1 2	58 58 D=0,881
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:195) Non/NSP (n:872)	28 24	4 4	5 3	4 3	3 2	2 1	- 1	1 1	- 1	- -	- 1	53 59 D=0,410
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:1001)	13 26	15 4	5 4	- 4	5 2	4 1	- 1	- 1	11 -	- -	- 1	47 56 A=****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	32 24	3 4	2 4	1 4	2 2	- 1	- 1	1 1	- 1	1 -	3 1	55 57 I=0,403
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:188) 35 - 44 ans (n:210) 45 - 54 ans (n:268) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:121)	30 26 27 23 21 19	7 3 4 5 5 2	1 5 3 2 4 8»	2 1 5 3 6+ 3	- 1 1 3 6» 3	3 - - 1 2 -	- - 2 1 1 -	- 1 1 1 - 1	- - 1 - 3 -	- - - 1 - 2	1 1 1 - - -	56 62 55 60 52 61 H=0,190
<b>Sexe</b> Homme (n:511) Femme (n:556)	27 22	4 4	4 4	2« 5»	2 3	1 1	1 1	- 1	- 1	- -	1 1	58 57 E=0,136
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:424) Collégial (n:269) Universitaire (n:374)	22< 28 28	2« 7> 6+	3 4 5	3 5 3	3+ -- 2	1 2 -	1 1 1	1 - -	- - 1	- - -	1 1 1	63» 52- 53- F=0,018
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:145) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:169) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:248) NSP/NRP (n:137)	29 28 17< 22 25 27 25	6 2 6 2 2 5 4	2 3 4 7> 4 3 2	2 - 5 5 4 2 6+	2 3 -- 4 3 2 2	3+ - - - 1 2 -- 4	- - 1 1 2 2+ 1	1 - - 1 - 1 1 -	1 1 - - - 1 -	- 1 - - - - 1	- - 2 2> 1 - -	54 62 65+ 56 58 57 54 J=0,545
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:196) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:164) 75 000 \$ et plus (n:383) NSP/NRP (n:157)	22 18< 28 28 26	5 3 2 6 3	4 6 3 3 2	2 3 3 4 4	2 4 1 2 2	1 - - 1 5»	1 1 3> 1 1	- 1 - - 1	1 1 - - -	1 - - - 1	1 1 - 1 -	60 62 60 54 55 H=0,562
<b>Langue maternelle</b> Français (n:945) Autre (n:122)	25 23	4< 8>	4 3	3 4	2 1	1 4	1 1	1 1	- -	- -	1 -	58 55 I=0,141
<b>Logement</b> Propriétaire (n:796) Locataire (n:262)	27+ 20-	4 4	4 4	3 4	2 2	1 1	1 1	1 -	1 -	- 1	1 1	55- 62+ D=0,419
<b>Strate</b> RMR Québec (n:187) RMR Montréal (n:488) Ailleurs en prov. (n:392)	22 25 25	4 5 4	4 4 3	2 4 3	4 2 2	1 1 2+	2 1 --	1 1 -	- - 1	1 - -	3> 1 -	56 56 60 F=0,719

QC3 À la suite du visionnement de ces clips, diriez-vous que vous avez une image beaucoup plus positive, un peu plus positive, un peu moins positive ou beaucoup moins positive du domaine des transports?

% LIGNE	Image du domaine des transports à la suite du visionnement des clips				
	Beaucoup plus positive	Un peu plus positive	Un peu moins positive	Beaucoup moins positive	Ça n'a rien changé
<b>Ensemble (n:1017)</b>	6	33	4	2	55 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:828) Plutôt/très négative (n:182)	7> 2<	34+ 27-	4 5	2- 4+	53< 62> A=0,011
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:184) Non/NSP (n:833)	12» 5«	40> 31<	4 4	3 2	41« 58» A=0,000
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:981)	14 6	38 33	15 4	7 2	26- 55+ A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:69) Non (n:945)	7 6	34 32	-- 5+	2 2	57 55 B=0,338
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:96) 25 - 34 ans (n:178) 35 - 44 ans (n:199) 45 - 54 ans (n:251) 55 - 64 ans (n:179) 65 ans et plus (n:114)	1- 4 5 8 11» 8	40 24< 32 35 30 38	3 3 4 5 8> 6	1 2 3 -< 4 4	55 67» 56 52 47< 44< B=0,006
<b>Sexe</b> Homme (n:487) Femme (n:530)	5- 7+	31 34	4 5	2 2	58 52 A=0,358
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secontaire/DEP (n:402) Collégial (n:262) Universitaire (n:353)	7 6 4	33 35 29	4 4 6	2 2 2	54 53 59 A=0,522
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:133) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:89) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:140) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:161) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:129) 55 000 \$ et plus (n:234) NSP/NRP (n:131)	4 13» 6 10> 3- 3 5	35 26 39 29 34 35 27	5 1 2 4 8 5 5	1 - 4 1 2 2 4+	55 60 49 56 53 55 59 B=0,126
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:162) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:185) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:156) 75 000 \$ et plus (n:364) NSP/NRP (n:150)	8 7 4 6 5	33 31 30 36 28	4 5 2 5 5	2 1- 4> 1 3	53 56 60 52 59 A=0,500
<b>Langue maternelle</b> Français (n:904) Autre (n:113)	6 6	32 36	4 6	2 1	56 51 A=0,500
<b>Logement</b> Propriétaire (n:761) Locataire (n:247)	5 7	34 28	5 4	2 2	54 59 A=0,463
<b>Strate</b> RMR Québec (n:177) RMR Montréal (n:466) Ailleurs en prov. (n:374)	4 5 7	35 32 33	6 5 4	3 2 1	52 56 55 A=0,744

QC3R À la suite du visionnement de ces clips, diriez-vous que vous avez une image beaucoup plus positive, un peu plus positive, un peu moins positive ou beaucoup moins positive du domaine des transports?

% LIGNE	Image du domaine des transports à la suite du visionnement des clips		
	Beaucoup plus/un peu plus positive	Ça n'a rien changé	Un peu/ beaucoup moins positive
<b>Ensemble (n:1017)</b>	39	55	6 A=*****
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:828) Plutôt/très négative (n:182)	41» 29«	53< 62>	6 9 A=0,024
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:184) Non/NSP (n:833)	52» 36«	41« 58»	7 6 A=0,001
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:981)	52 39	26- 55+	22 6 A=*****
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:69) Non (n:945)	41 38	57 55	2 7 A=0,365
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:96) 25 - 34 ans (n:178) 35 - 44 ans (n:199) 45 - 54 ans (n:251) 55 - 64 ans (n:179) 65 ans et plus (n:114)	42 28« 37 43 41 46	55 67» 57 52 47< 44<	3 5 6 5 12» 10 A=0,004
<b>Sexe</b> Homme (n:487) Femme (n:530)	36- 42+	57 52	7 6 A=0,247
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/seconaire/DEP (n:402) Collégial (n:262) Universitaire (n:353)	41 41 33<	53 53 59	6 6 8 A=0,231
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:133) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:89) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:140) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:161) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:129) 55 000 \$ et plus (n:234) NSP/NRP (n:131)	39 39 45 39 37 39 32	54 60 49 56 53 55 59	7 1< 6 5 10 6 9 A=0,646
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:162) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:185) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:156) 75 000 \$ et plus (n:364) NSP/NRP (n:150)	41 38 34 42 33	53 56 60 52 59	6 6 6 6 8 A=0,792
<b>Langue maternelle</b> Français (n:904) Autre (n:113)	38 42	56 51	6 7 A=0,683
<b>Logement</b> Propriétaire (n:761) Locataire (n:247)	40 35	54 59	6 6 A=0,426
<b>Strate</b> RMR Québec (n:177) RMR Montréal (n:466) Ailleurs en prov. (n:374)	40 37 40	52 56 55	8 7 5 A=0,662

**QS1 Est-ce que vous-même ou votre conjoint(e) s'il y a lieu, travaillez dans le domaine des transports?**

% LIGNE	Travailleur dans le domaine des transports	
	Oui	Non
<b>Ensemble (n:1058)</b>	7	93 <b>A=*****</b>
<b>Perception de l'industrie des transports en général</b> Très/plutôt positive (n:862) Plutôt/très négative (n:189)	8> 3<	92< 97> <b>A=0,021</b>
<b>A vu, lu ou entendu de la publicité récemment où on parlait de l'industrie du Transport</b> Oui (n:194) Non/NSP (n:864)	12> 6<	88< 94> <b>A=0,017</b>
<b>Se souvient du clip vidéo</b> Oui (n:14) Non (n:992)	- 7	100 93 <b>A=*****</b>
<b>Travailleur dans le domaine des transports</b> Oui (n:74) Non (n:984)	100» -«	-« 100» <b>A=0,000</b>
<b>Âge</b> 18 - 24 ans (n:97) 25 - 34 ans (n:185) 35 - 44 ans (n:209) 45 - 54 ans (n:265) 55 - 64 ans (n:183) 65 ans et plus (n:119)	5 5 9 13» 6 -«	95 95 91 87« 94 100» <b>A=0,001</b>
<b>Sexe</b> Homme (n:506) Femme (n:552)	9 6	91 94 <b>A=0,190</b>
<b>Plus haut diplôme, certificat ou grade obtenu</b> Aucun/secondaire/DEP (n:422) Collégial (n:267) Universitaire (n:369)	10> 5 5-	90< 95 95+ <b>A=0,033</b>
<b>Revenu personnel</b> Moins de 15 000 \$ (n:137) 15 000 \$ à 24 999 \$ (n:92) 25 000 \$ à 34 999 \$ (n:143) 35 000 \$ à 44 999 \$ (n:165) 45 000 \$ à 54 999 \$ (n:139) 55 000 \$ et plus (n:245) NSP/NRP (n:137)	3- 8 9 6 11+ 9 5	97+ 92 91 94 89- 91 95 <b>A=0,251</b>
<b>Revenu familial</b> Moins de 35 000 \$ (n:167) 35 000 \$ à 54 999 \$ (n:195) 55 000 \$ à 74 999 \$ (n:162) 75 000 \$ et plus (n:377) NSP/NRP (n:157)	5 9 9 8 4	95 91 91 92 96 <b>A=0,417</b>
<b>Langue maternelle</b> Français (n:938) Autre (n:120)	7 7	93 93 <b>A=0,799</b>
<b>Logement</b> Propriétaire (n:787) Locataire (n:262)	9> 4<	91< 96> <b>A=0,048</b>
<b>Strate</b> RMR Québec (n:186) RMR Montréal (n:484) Ailleurs en prov. (n:388)	9 6 8	91 94 92 <b>A=0,358</b>