

MONTRÉAL

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

QUÉBEC

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

SONDAGE POST-CAMPAGNE PAR INTERNET

**CAMPAGNE DE COMMUNICATION DE MOBILITÉ
MONTRÉAL 2014**

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

03 /CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE

05 /FAITS SAILLANTS

12 /PROFIL DES RÉPONDANTS

14 /RÉSULTATS DÉTAILLÉS

25 /CONCLUSIONS

ANNEXES

/1. MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

/2. QUESTIONNAIRE (FRANÇAIS ET ANGLAIS)

/3. TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS (SOUS PLI SÉPARÉ)

CONTEXTE Les nombreux chantiers routiers, les coûts élevés attribuables à la congestion routière, ainsi que les enjeux liés à la mobilité des personnes et au transport des marchandises sur le territoire métropolitain de Montréal ont amené, en 2011, la formation du Comité Mobilité Montréal, regroupant les décideurs et les principaux acteurs concernés par les transports dans cette région.

Mobilité Montréal est un comité qui propose des options de rechange pour faciliter les déplacements des usagers de la route et des solutions durables en matière de transport collectif dans la grande région métropolitaine de Montréal.

À nouveau cette année, le ministère des Transports du Québec a déployé une stratégie de communication pour promouvoir Mobilité Montréal auprès des usagers de la route de la région et les outils mis à leur disposition pour faciliter leurs déplacements, notamment la section Mobilité Montréal du site quebec511.info. La campagne s'est tenue de mai à octobre 2014 et comprenait :

- des capsules radiophoniques (15 et 30 secondes) diffusées sur Radio Circulation 730 AM;
- une escouade « terrain » (Escouade Mobilité Montréal);
- de l'affichage sur les principaux axes routiers de la région et dans les réseaux des partenaires (oriflammes, panobus, affichage dans les trains et les gares, affichage numérique);
- des incitatifs en transport en commun.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE L'objectif principal de l'étude actuelle est de mesurer la notoriété des moyens déployés à l'occasion de la campagne de communication Mobilité Montréal 2014, de même que l'impact de ces moyens sur le comportement déclaré des usagers de la route pour les inciter à modifier leurs habitudes d'information et de déplacement, le cas échéant.

La reconnaissance spontanée et la compréhension de ce qu'est Mobilité Montréal sont également évaluées, de même que la notoriété du logo et celle de la section Mobilité Montréal sur le site quebec511.info.

Enfin, une nouvelle section cette année permet de sonder les usagers de la route sur la notoriété des annonces parues dans les quotidiens de Montréal portant sur les entraves causées par les chantiers routiers sur l'île de Montréal, de mesurer leurs habitudes d'information en transport, ainsi que leur appréciation des moyens mis à leur disposition par le Ministère pour les informer.

POPULATION CIBLE Les internautes âgés de 18 ans ou plus de la région métropolitaine de Montréal (RMR) pouvant s'exprimer en français ou en anglais et titulaires d'un permis de conduire valide au Québec.

ÉCHANTILLONNAGE 661 répondants tirés du panel Or de SOM.

COLLECTE Sondage en ligne réalisé du 9 au 12 octobre 2014; taux de réponse de 37,8 %.

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE (SUITE)



PONDÉRATION Pondération pour s'assurer d'une bonne représentativité des répondants de la région (RMR de Montréal) en fonction de l'âge, du sexe, de la langue maternelle, de la scolarité et du statut (propriétaire ou locataire de son logement).

MARGE D'ERREUR La marge d'erreur d'échantillonnage maximale pour les pourcentages établis sur la base des 661 répondants admissibles est de 4,3 % au niveau de confiance de 95 %.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES Les différences significatives pertinentes entre certains sous-groupes (dont celles entre les répondants exposés aux messages de la campagne et ceux qui n'y ont pas été exposés) sont présentées à l'aide de flèches (↑ et ↓), qui indiquent le sens de la différence (supérieure ou inférieure à l'ensemble des autres sous-groupes).



**Planifiez vos déplacements
quebec511.info**

Québec 

FAITS SAILLANTS

NOTORIÉTÉ DE MOBILITÉ MONTRÉAL

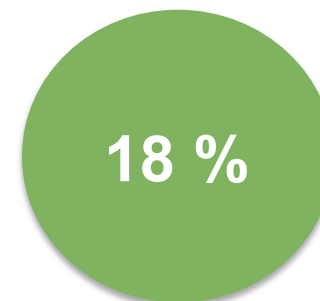
NOTORIÉTÉ DE MOBILITÉ MONTRÉAL

Base : tous, n:661, pourcentage de « oui »



NOTORIÉTÉ DE SON LOGO

Base : tous, n:661



ÉVOCATION DU NOM MOBILITÉ MONTRÉAL

Base : tous, n:661, plusieurs réponses possibles*

PRINCIPALES MENTIONS

- Des moyens pour faciliter les déplacements à Montréal (51 %)
- Un groupe de partenaires pour améliorer les déplacements à Montréal (32 %)
- Un service de téléphone cellulaire (20 %)
- Une section du site Internet de quebec511.info du MTQ sur la circulation à Montréal (15 %)

* 86 % des répondants ont donné au moins une bonne réponse.

INFORMATIONS SUR LES ENTRAVES ET SATISFACTION DES USAGERS

MOYENS UTILISÉS POUR OBTENIR DE L'INFORMATION SUR LES ENTRAVES

Base : conducteurs sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai 2014, n:578, plusieurs mentions possibles

PRINCIPAUX MOYENS

- Chroniqueurs de la circulation (48 %)
- Panneaux d'affichage électroniques sur le réseau routier (41 %)
- Radio Circulation 730 AM (36 %)
- Québec511 (site Web, service téléphonique, application mobile) (22 %)

AUTRES MOYENS SUGGÉRÉS PAR LES USAGERS POUR OBTENIR DU MTQ DE L'INFORMATION SUR LES ENTRAVES

Base : conducteurs sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai 2014, n:579, plusieurs mentions possibles

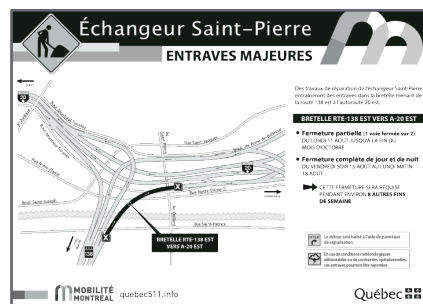
QUELQUES AUTRES MOYENS SUGGÉRÉS

- Ajouter de la signalisation (panneaux à affichage numérique) (5 %)
- Application mobile (4 %)
- Alertes SMS (4 %)
- Annoncer les travaux longtemps à l'avance (4 %)
- Radio (bulletins d'information, capsules circulation) (4 %)

NOTORIÉTÉ DE LA PUBLICITÉ INFORMANT DES ENTRAVES

Base : conducteurs sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai 2014, n:578, plusieurs mentions possibles

35 %



SATISFACTION DES USAGERS ENVERS LES MOYENS D'INFORMATION UTILISÉS PAR LE MTQ POUR LES INFORMER DES ENTRAVES

Base : conducteurs sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai 2014, n:500, excluant les NSP/NRP

Satisfait : 77 %

Insatisfait : 23 %

NOTORIÉTÉ DES AFFICHES PUBLICITAIRES

NOTORIÉTÉ DES AFFICHES PUBLICITAIRES DE MOBILITÉ MONTRÉAL (publicités confondues)

Base : tous, n:661

24 %



ENDROITS OÙ ON A REMARQUÉ LES AFFICHES DE MOBILITÉ MONTRÉAL

Base : ceux qui ont remarqué les publicités, n:149, plusieurs mentions possibles

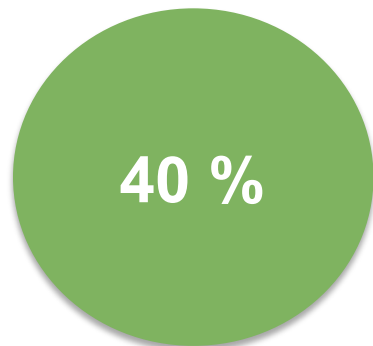
PRINCIPAUX ENDROITS

- Sur des panneaux publicitaires d'autobus (53 %)
- Le long des axes routiers de la région (33 %)
- Sur divers sites Web (28 %)
- Dans les trains de banlieue ou les gares de l'AMT (19 %)

ÉCOUTE DE RADIO CIRCULATION 730 AM, NOTORIÉTÉ DES MESSAGES RADIO ET NOTORIÉTÉ TOTALE DES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

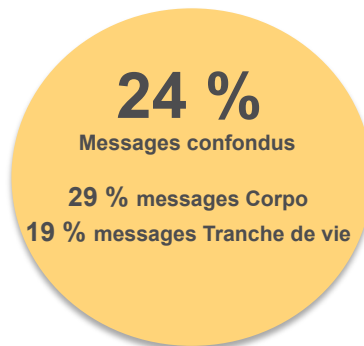
A SYNTONISÉ RADIO CIRCULATION 730 AM AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES

Base : tous, n:658



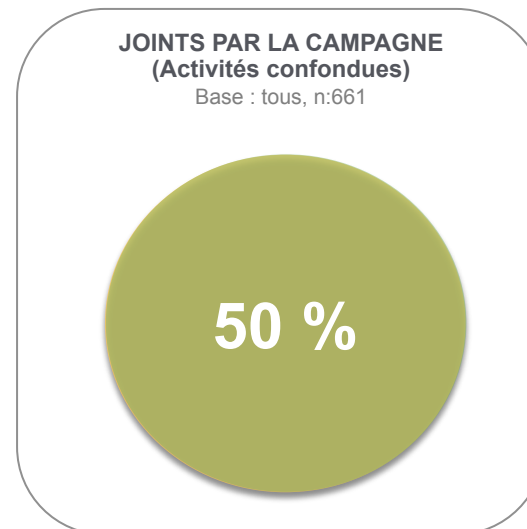
NOTORIÉTÉ DES MESSAGES RADIO (Corpo et Tranche de vie)

Base : ceux qui écoutent Radio Circulation 730 AM, n:254



JOINTS PAR LA CAMPAGNE (Activités confondues)

Base : tous, n:661



NOTORIÉTÉ DE LA PROMOTION À L'ACHAT D'UN ABONNEMENT AU PRIX RÉGULIER (TRANSPORT COLLECTIF) ET NOTORIÉTÉ DE L'ESCOUADE MOBILITÉ MONTRÉAL

A ENTENDU PARLER DES DEUX MOIS GRATUITS À L'ACHAT D'UN ABONNEMENT AU PRIX RÉGULIER (TRANSPORT COLLECTIF)

Base : tous, n:661, pourcentage de « oui »

37 %

SE SOUVIENT D'AVOIR CROISÉ L'ESCOUADE MOBILITÉ MONTRÉAL

Base : tous, n:661, pourcentage de « oui »

9 %

NOTORIÉTÉ DU SITE WEB QUEBEC511.INFO ET UTILISATION DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL

A ENTENDU PARLER DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL DU SITE WEB QUEBEC511.INFO

Base : tous, n:661, pourcentage de « oui »



FRÉQUENCE DE VISITE DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL DU SITE WEB QUEBEC511.INFO AU COURS DU DERNIER MOIS

Base : ceux qui ont visité la section, n:67

| | |
|---------------|------|
| 1 fois : | 22 % |
| 2 fois : | 6 % |
| 3 fois et + : | 12 % |
| Aucune : | 60 % |

MOTIFS DE VISITE DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL

Base : ceux qui ont visité la section, n:67, plusieurs mentions possibles

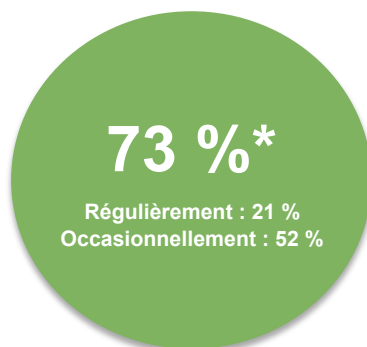
PRINCIPALES RAISONS

- S'informer sur l'état de la circulation / conditions routières (64 %)
- S'informer sur les travaux routiers en cours (57 %)
- Créer des itinéraires personnalisés pour faciliter les déplacements (12 %)
- En connaître davantage sur ce qu'est Mobilité Montréal (10 %)

INFLUENCE DES OUTILS PROPOSÉS PAR MOBILITÉ MONTRÉAL ET EFFICACITÉ DE LA CAMPAGNE

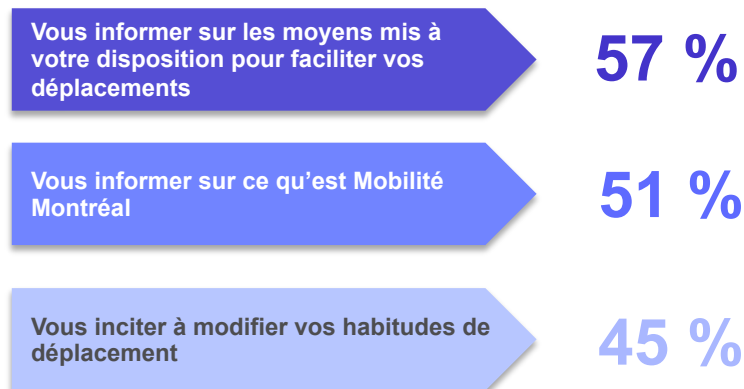
A DÉJÀ MODIFIÉ SON ITINÉRAIRE OU SES HEURES DE DÉPLACEMENT APRÈS AVOIR CONSULTÉ LES OUTILS PROPOSÉS PAR MOBILITÉ MONTRÉAL

Base : ceux qui ont visité le site quebec511.info ou syntonisé Radio Circulation 730 AM, n:201



* Il n'y a aucune différence significative selon l'âge ou le sexe des répondants concernés ni pour les autres segments retenus pour l'analyse des résultats.

EFFICACITÉ PERÇUE DE LA CAMPAGNE (ACTIVITÉS DE COMMUNICATION CONFONDUES) POUR... Base : tous, excluant les NSP/NRP, proportions de très et assez efficaces





**Planifiez vos déplacements
quebec511.info**

Québec 

PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS



| | Ensemble % |
|-----------------------------------|---------------|
| Sexe (n : 661) | |
| Homme | 49 |
| Femme | 51 |
| Âge (n : 661) | |
| 18-24 ans | 12 |
| 25-34 ans | 21 |
| 35-44 ans | 22 |
| 45-54 ans | 21 |
| 55-64 ans | 14 |
| 65 ans ou plus | 10 |
| | 33 |
| | 43 |
| | 34 |
| Scolarité (n : 651) | |
| Aucun/secondaire/DEP | 39 |
| Collégial | 22 |
| Universitaire | 39 |
| Revenu personnel (n : 566) | |
| Moins de 15 000 \$ | 17 |
| 15 000 \$ à 24 999 \$ | 10 |
| 25 000 \$ à 34 999 \$ | 11 |
| 35 000 \$ à 44 999 \$ | 17 |
| 45 000 \$ à 54 999 \$ | 14 |
| 55 000 \$ ou plus | 31 |
| Revenu familial (n : 568) | |
| Moins de 15 000 \$ | 6 |
| 15 000 \$ à 24 999 \$ | 6 |
| 25 000 \$ à 34 999 \$ | 8 |
| 35 000 \$ à 54 999 \$ | 18 |
| 55 000 \$ à 74 999 \$ | 17 |
| 75 000 \$ à 99 999 \$ | 19 |
| 100 000 \$ ou plus | 26 |
| | 20 |

| | Ensemble % |
|--|---------------|
| Langue maternelle (n : 661) | |
| Anglais | 25 |
| Français | 71 |
| Autre langue | 15 |
| Statut de propriété (n : 643) | |
| Propriétaire | 70 |
| Locataire | 30 |
| Taille du ménage (n : 655) | |
| 1 personne | 10 |
| 2 personnes | 36 |
| 3 personnes ou plus | 54 |
| Joint par la campagne (n : 661) | |
| Oui | 50 |
| Non | 50 |



**Planifiez vos déplacements
quebec511.info**

Québec 

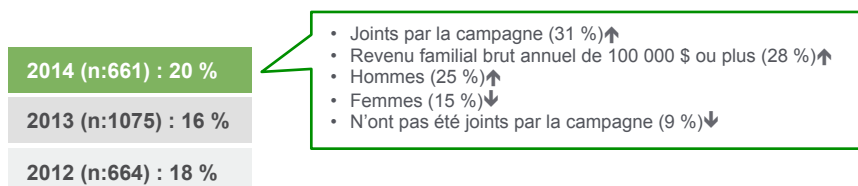
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

NOTORIÉTÉ DE MOBILITÉ MONTRÉAL ET ÉVOcation DU NOM



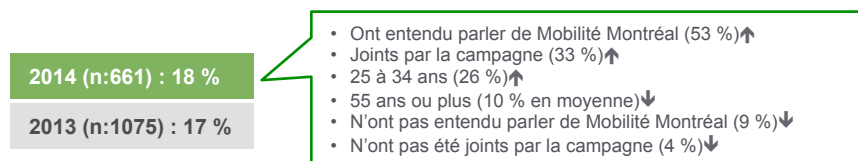
NOTORIÉTÉ DE MOBILITÉ MONTRÉAL¹

Base : tous



NOTORIÉTÉ DU LOGO³

Base : tous



NOTORIÉTÉS STABLES (COMITÉ MM & LOGO)

La reconnaissance spontanée de Mobilité Montréal auprès des internautes adultes de la région de Montréal titulaires d'un permis de conduire valide n'a pas significativement progressé par rapport aux deux mesures précédentes (20 %, contre 16 % et 18 % en 2013 et 2012). Il en est de même pour la notoriété de son logo (18 %, contre 17 % en 2013).

BONNE COMPRÉHENSION DE CE QU'EST MOBILITÉ MONTRÉAL

À nouveau cette année, pour un répondant concerné sur deux (51 %), Mobilité Montréal évoque un ensemble de moyens visant à faciliter les déplacements dans la métropole. Certains (32 %) sont plus précis et parlent d'un groupe de partenaires pour améliorer les déplacements à Montréal, une compréhension significativement plus présente chez ceux ayant déjà entendu parler de Mobilité Montréal (41 %). Les répondants qui l'identifient à une section du site quebec511.info (15 %) sont significativement plus nombreux aussi parmi ceux qui ont déjà entendu parler du Comité (24 %). Pour l'ensemble, les résultats sont très similaires à ceux obtenus en 2013 et 2012.

ÉVOcation DU NOM MOBILITÉ MONTRÉAL²

Base : tous, plusieurs mentions possibles*

| | 2014 | | | 2013 | | | 2012 |
|--|----------------|--|--|-----------------|--|--|----------------|
| | Tous (n:661) % | A déjà entendu parler de Mobilité Montréal (n:138) % | N'a jamais entendu parler de Mobilité Montréal (n :23) % | Tous (n:1075) % | A déjà entendu parler de Mobilité Montréal (n:114) % | N'a jamais entendu parler de Mobilité Montréal (n:931) % | Tous (n:664) % |
| Des moyens pour faciliter les déplacements à Montréal | 51 | 55 | 50 | 51 | 57 | 50 | 48 |
| Un groupe de partenaires pour améliorer les déplacements à Montréal | 32 | 41↑ | 30↓ | 31 | 46↑ | 28↓ | 28 |
| Un service de téléphonie cellulaire | 20 | 7↓ | 23↑ | 18 | 10↓ | 20↑ | 20 |
| Une section du site Internet de 511/du MTQ/sur la circulation à Montréal | 15 | 24↑ | 12↓ | 13 | 21↑ | 11↓ | 16 |
| Une équipe promotionnelle | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Un service d'aide aux handicapés | - | - | - | - | - | 1 | 1 |
| Autre | 1 | - | 1 | - | - | - | - |
| Aucune idée | 8 | 2↓ | 10↔ | 10 | 3↓ | 12↑ | 7 |

→ Au total, 86 % des répondants ont donné au moins une bonne réponse.

* Les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses. Pour cette raison, le total peut excéder 100 %.

1. Q1. « Avez-vous déjà entendu parler de Mobilité Montréal? »
2. Q2AR « Qu'est-ce que le nom Mobilité Montréal évoque pour vous? »
3. Q3. « Vous souvenez-vous d'avoir vu ce logo? »

MOYENS POUR OBTENIR DE L'INFORMATION SUR LES ENTRAVES



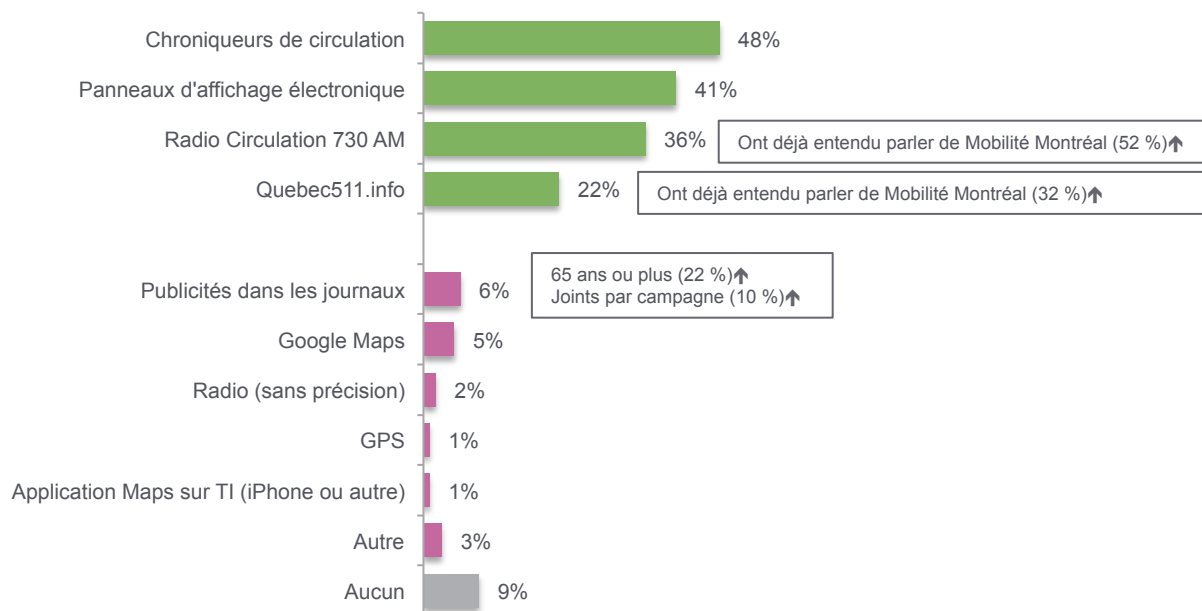
QUATRE MOYENS SONT DAVANTAGE UTILISÉS

Si les chroniqueurs de la circulation comptent parmi les principaux moyens utilisés par les internautes conducteurs d'un véhicule routier sur l'île de Montréal depuis mai dernier pour obtenir de l'information sur les entraves au réseau autoroutier sur le territoire (48 % au total des mentions), les panneaux d'affichage électroniques (41 %), Radio Circulation 730 AM (36 %) et quebec511.info (22 %) sont également des moyens utilisés par plusieurs autres.

Quelques segments se distinguent significativement selon le moyen utilisé et témoignent de l'influence positive de Mobilité Montréal ou de la campagne publicitaire actuelle.

MOYENS UTILISÉS POUR OBTENIR DE L'INFORMATION SUR LES ENTRAVES¹

Base : conducteurs d'un véhicule routier sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai dernier, n:578, plusieurs réponses possibles*



* Les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses. Pour cette raison, le total peut excéder 100 %.

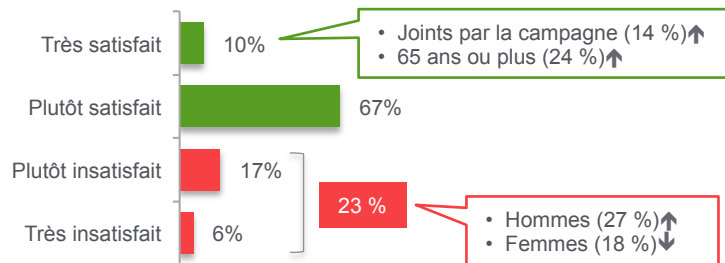
1. QA1. « Quels moyens utilisez-vous généralement pour obtenir de l'information concernant les entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal? »

SATISFACTION DES USAGERS ENVERS LES MOYENS UTILISÉS PAR LE MTQ POUR LES INFORMER DES ENTRAVES SUR LE RÉSEAU AUTOROUTIER



SATISFACTION DES USAGERS ENVERS LES MOYENS D'INFORMATION UTILISÉS PAR LE MINISTÈRE POUR LES INFORMER DES ENTRAVES¹

Base : conducteurs d'un véhicule routier sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai dernier, n:500, excluant les NSP/NRP



MAJORITAIREMENT SATISFAITS

Toutefois, la proportion des « très satisfaits » est relativement faible (10 %).

AUTRES MOYENS SUGGÉRÉS PAR LES USAGERS POUR LES INFORMER DES ENTRAVES²

Base : conducteurs d'un véhicule routier sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai dernier, n:579*

| | % |
|--|-----------|
| Ajouter de la signalisation (panneaux à affichage numérique) | 5 |
| Application mobile | 4 |
| Alertes SMS | 4 |
| Annoncer les travaux longtemps d'avance pour que les gens se préparent | 4 |
| Radio (bulletins d'information, capsules circulation) | 4 |
| Télé (bulletins d'information, capsules circulation, chaînes spécialisées) | 2 |
| Réseaux sociaux (page Facebook, Twitter, sans autre précision) | 2 |
| Mise à jour rapide de l'information sur les GPS (Google Maps, Maps, etc.) | 2 |
| Gérer différemment les travaux (de nuit, un seul secteur à la fois, etc.) | 2 |
| Donner de l'information plus précise sur la circulation | 2 |
| Mise à jour de l'information plus fréquente | 1 |
| Améliorer le site Web du 511 (rapidité, convivialité, facilité d'utilisation) | 1 |
| Outil de planification des déplacements sur Internet | 1 |
| Autre | 4 |
| Aucun | 1 |
| NSP/Préfère ne pas répondre | 67 |

LES DEUX TIERS DES RÉPONDANTS N'ONT RIEN À SUGGÉRER

Outre les principaux moyens déjà utilisés, les deux tiers (67 %) des répondants concernés ne savent pas quels autres moyens pourrait utiliser le ministère des Transports du Québec pour les informer des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal.

Malgré tout, après l'ajout de panneaux à affichage numérique (5 % au total des mentions), l'utilisation de moyens électroniques compte parmi les plus souvent identifiés.

* Les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses. Pour cette raison, le total peut donc excéder 100 %.

1. QA2. « Le ministère des Transports du Québec utilise différents moyens pour informer les usagers des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal dont, entre autres, le service Québec511, la publicité dans les journaux, des messages sur des panneaux d'affichage électroniques sur le réseau routier et le compte Twitter @qc511mtl. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait des moyens utilisés par le ministère des Transports du Québec pour vous informer des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal? »
2. QA3 « Quels autres moyens pourrait utiliser le ministère des Transports du Québec pour informer les usagers de la route des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal? »

NOTORIÉTÉ DE LA PUBLICITÉ INFORMANT DES ENTRAVES



BONNE NOTORIÉTÉ DES PUBLICITÉS PORTANT SUR LES ENTRAVES DU RÉSEAU ROUTIER

Un répondant concerné sur trois (35 %) affirme avoir déjà vu dans un journal une ou des publicités du ministère des Transports du Québec l'informant des entraves causées par les chantiers routiers sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal.

Plusieurs segments se distinguent significativement à cet égard.

SE SOUVIENT D'AVOIR REMARQUÉ UNE PUBLICITÉ DANS LES JOURNAUX INFORMANT DES ENTRAVES SUR LE RÉSEAU¹

Base : conducteurs d'un véhicule routier sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis mai dernier, n:579

Oui
35 %

- 55 à 64 ans (51 %) et 65 ans ou plus (57 %)↑
- Ont entendu parler de Mobilité Montréal (46 %)↑
- Langue maternelle anglaise (45 %)↑
- Hommes (41 %)↑
- N'ont pas entendu parler de Mobilité Montréal (32 %)↓
- Femmes (29 %)↓
- Revenu personnel brut annuel < 15 000 \$ (17 %)↓

Échangeur Saint-Pierre
ENTRAVES MAJEURES

Des travaux de réparation de l'échangeur Saint-Pierre entraîneront des entraves dans la bretelle menant de la route 138 est à l'autoroute 20 est.

BRETELLE RTE-138 EST VERS A-20 EST

- **Fermeture partielle (1 voie fermée sur 2)** DU LUNDI 11 AOÛT JUSQU'À LA FIN DU MOIS D'OCTOBRE
- **Fermeture complète de jour et de nuit** DU VENDREDI SOIR 15 AOÛT AU LUNDI MATIN 18 AOÛT

➔ CETTE FERMETURE SERA REQUISE PENDANT ENVIRON 8 AUTRES FINS DE SEMAINE.

Le détournement sera balisé à l'aide de panneaux de signalisation.

En cas de conditions météorologiques défavorables ou de contraintes opérationnelles, ces entraves pourront être reportées.

MOBILITÉ MONTREAL quebec511.info

Québec

1. QA4. « Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu dans un journal une ou des publicités du ministère des Transports du Québec vous informant des entraves causées par les chantiers routiers sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal? »

NOTORIÉTÉ DES AFFICHES PUBLICITAIRES



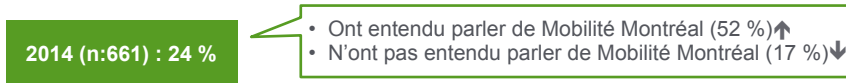
BONNE NOTORIÉTÉ DES AFFICHES PUBLICITAIRES DE MOBILITÉ MONTRÉAL

Un internaute adulte sur quatre (24 %) de la région de Montréal, titulaire d'un permis de conduire valide, affirme avoir déjà remarqué l'une ou l'autre des affiches publicitaires de Mobilité Montréal (affiches confondues, incluant les quelques exemples présentés ici). Ces affiches ont été davantage remarquées par ceux et celles qui connaissaient déjà Mobilité Montréal pour en avoir entendu parler.

D'autre part, comme on peut le constater dans tableau ci-dessous, parmi les répondants ayant remarqué ces affiches, 53 % se souviennent de les avoir vues sur des panneaux publicitaires d'autobus, 33 % le long des axes routiers de la région, 28 % sur certains sites Web et 19 % dans les trains de banlieue ou dans les gares de l'AMT. Les affiches sur les lampadaires (oriflammes) ont été significativement moins remarquées (7 %).

SE SOUVIENT D'AVOIR REMARQUÉ L'UNE OU L'AUTRE DES AFFICHES (ou une similaire)¹

Base : tous, n:661



ENDROITS OÙ ON A REMARQUÉ LES AFFICHES²

Base : ceux qui se rappellent avoir vu les publicités, total des mentions*

| | 2014 (n:149) % |
|---|----------------------|
| Sur des panneaux publicitaires d'autobus | 53 |
| Le long des axes routiers de la région | 33 |
| Sur divers sites Web | 28 |
| Dans les trains de banlieue ou les gares de l'AMT | 19 |
| Sur un panneau publicitaire aux abords des autoroutes | 8 |
| Sur des lampadaires (affiches, oriflammes) | 7↓ |
| Dans un journal | 2 |
| À la télévision | 1 |
| Autre (ailleurs) | 2 |
| NSP/NRP | 6 |



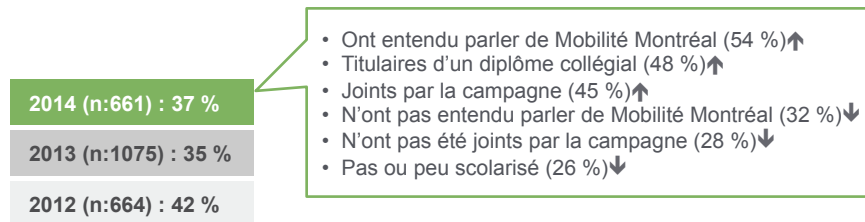
* Les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses. Pour cette raison, le total peut excéder 100 %.

1. Q4. « Vous souvenez-vous d'avoir vu une ou plusieurs des publicités suivantes (ou une autre publicité semblable) au cours des dernières semaines? »
2. Q5a. « À quel(s) endroit(s) vous souvenez-vous d'avoir vu ces publicités? »

NOTORIÉTÉ DE LA PROMOTION À L'ACHAT D'UN ABONNEMENT AU PRIX RÉGULIER (TRANSPORT COLLECTIF) ET NOTORIÉTÉ DE L'ESCOUADE MOBILITÉ MONTRÉAL



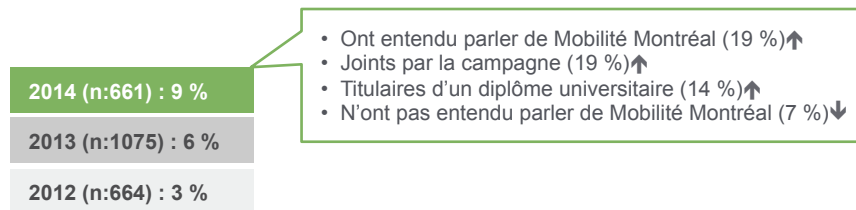
A ENTENDU PARLER DES DEUX MOIS GRATUITS À L'ACHAT D'UN ABONNEMENT AU PRIX RÉGULIER (TRANSPORT COLLECTIF)¹



PRÈS DE DEUX RÉPONDANTS SUR CINQ AFFIRMENT AVOIR ENTENDU PARLER DE LA PROMOTION

Toutefois, la plus forte notoriété de cette promotion a été enregistrée en 2012 (42 %).

SE SOUVIENT D'AVOIR CROISÉ L'ESCOUADE MOBILITÉ MONTRÉAL²



UN RÉPONDANT SUR DIX SE SOUVIENT D'AVOIR CROISÉ L'ESCOUADE MOBILITÉ MONTRÉAL

Si la proportion d'aujourd'hui (9 %) n'est pas significativement supérieure à celle de 2013 (6 %), elle le devient par rapport à 2012 (3 %). Cette notoriété est donc à la hausse.

À titre d'information, l'Escouade a visité 96 lieux différents entre le 11 août et le 14 septembre 2014. Au total, 55 985 personnes ont ainsi été interpellées et sensibilisées aux moyens offerts par Mobilité Montréal. Le taux de pénétration est évalué à 40 %, soit près d'une personne interceptée sur 2,5 (140 000 personnes).

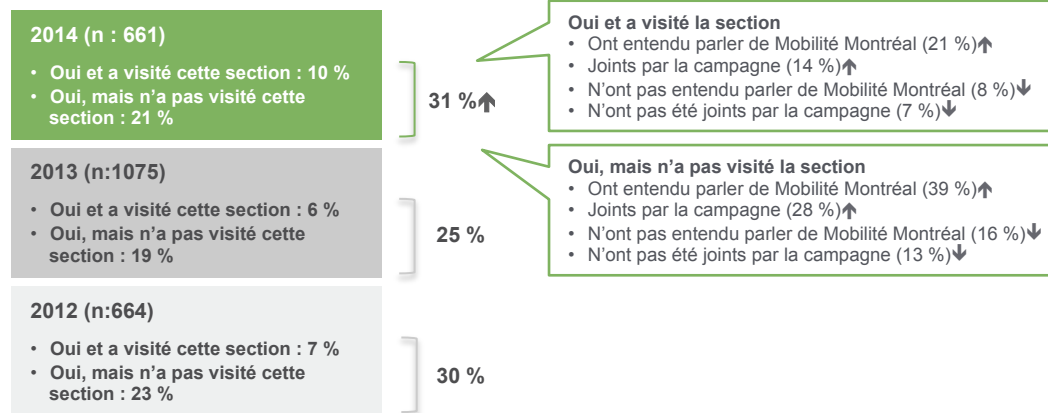
1. Q7. « Le ministère des Transports du Québec et certains de ses partenaires ont offert cet automne jusqu'à deux mois gratuits à l'achat d'un premier abonnement annuel au transport collectif (autobus, métro, train de banlieue) au tarif régulier. En aviez-vous entendu parler avant aujourd'hui? »

2. Q8. « Cet été, des escouades Mobilité Montréal étaient présentes à différents endroits dans la grande région de Montréal pour distribuer des feuillets d'information et informer sur les outils mis en place pour faciliter les déplacements. Vous souvenez-vous d'avoir croisé une des escouades Mobilité Montréal cet été? »

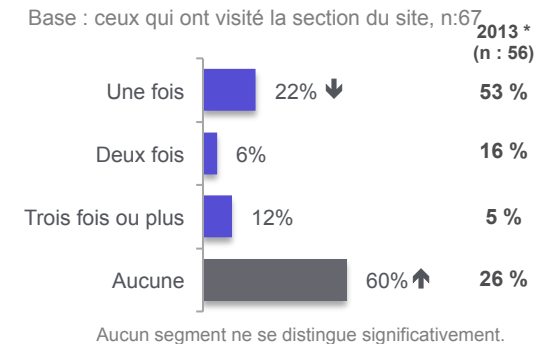
NOTORIÉTÉ DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL DU SITE WEB QUEBEC511.INFO, FRÉQUENCE ET MOTIFS DE VISITE



A ENTENDU PARLER DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL DU SITE WEB QUEBEC511.INFO¹



FRÉQUENCE DE VISITE DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL AU COURS DU DERNIER MOIS²



* En 2013, les usagers de la route étaient invités à consulter la section Web de Mobilité Montréal pour participer à un concours.

MOTIFS DE VISITE DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL³

Base : ceux qui ont visité la section du site, plusieurs réponses possibles*

| | 2014 (n : 69) % | 2013 (n : 56) % |
|---|-----------------|-----------------|
| S'informer sur l'état de la circulation / conditions routières | 64 | 49 |
| S'informer des travaux routiers en cours | 57 | 58 |
| Créer des itinéraires personnalisés pour faciliter mes déplacements | 12 | 10 |
| En connaître davantage sur ce qu'est Mobilité Montréal | 10 | 11 |
| Accéder au service radio (Radio Circulation 730 AM) | 3 | -- |
| Connaître les mesures incitatives et les différentes offres des partenaires | 1 | -- |
| Accéder au compte Twitter | 1 | -- |
| Par curiosité | -- | 1 |
| NSP/NRP | 8 | -- |

* Les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses. Pour cette raison, le total peut excéder 100 %.

PRÈS DU TIERS DES RÉPONDANTS ONT ENTENDU PARLER DE LA SECTION MOBILITÉ MONTRÉAL

Les répondants d'aujourd'hui sont proportionnellement plus nombreux que ceux de l'an passé (31 % contre 25 %) à avoir entendu parler de la section Mobilité Montréal du site Web quebec511.info.

DEUX VISITEURS SUR CINQ ONT FRÉQUENTÉ LE SITE AU MOINS UNE FOIS AU COURS DU DERNIER MOIS

Depuis 2012 et au total, 40 % des internautes ayant visité la section du site au cours du mois ayant précédé l'étude l'ont fait au moins à une reprise. Cette proportion était de 74 % en 2013.

ON VISITE CETTE SECTION SURTOUT POUR S'INFORMER DE L'ÉTAT DE LA CIRCULATION, MAIS AUSSI DES TRAVAUX ROUTIERS EN COURS

- Q9. « Depuis 2012, le ministère des Transports du Québec présente dans son site Web quebec511.info une section appelée Mobilité Montréal, où l'on retrouve notamment : de l'information sur les entraves routières, des itinéraires facultatifs, une carte routière interactive, de l'information sur les partenaires, des liens faciles vers des comptes Twitter. En aviez-vous entendu parler avant aujourd'hui? »
- Q10. « À quelle fréquence avez-vous visité la section Web Mobilité Montréal au cours du dernier mois (septembre 2014)? »
- Q11. « Pour quelle(s) raison(s) avez-vous consulté la section Mobilité Montréal du site quebec511.info? »

HABITUDE D'ÉCOUTE DE RADIO CIRCULATION 730 AM ET NOTORIÉTÉ DES MESSAGES RADIO



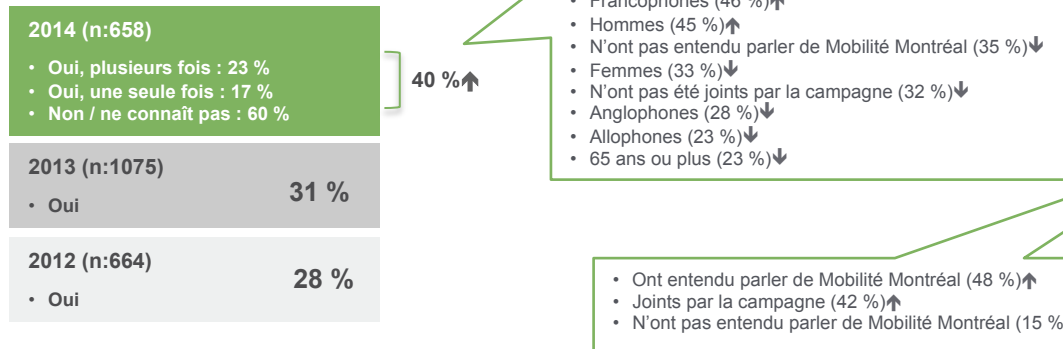
AUDITOIRE À LA HAUSSE

Deux répondants sur cinq (40 %) affirment avoir syntonisé Radio Circulation 730 AM au cours des semaines ayant précédées l'étude. Cette proportion est significativement plus élevée que celles enregistrées lors des études précédentes (respectivement 31 % et 28 % pour 2013 et 2012). Comme on peut le voir, plusieurs segments d'auditeurs ayant syntonisé Radio Circulation 730 AM se distinguent significativement.

LA NOTORIÉTÉ DES CAPSULES RADIO (CAPSULES CONFONDUES) EST TOUT À FAIT SIMILAIRE À CELLE DE 2013

Pour l'évaluation de la notoriété des capsules radio, nous avons fait entendre (au hasard) l'une des deux déclinaisons du message aux répondants qui syntonisent Radio Circulation 730 AM. Tout comme en 2013, le quart (24 %, contre 23 %) des répondants concernés se souviennent de les avoir entendues. La déclinaison « corporative » a été la plus fréquemment entendue (29 %), contre 19 % pour la déclinaison « tranche de vie ». À nouveau, quelques segments se distinguent (messages confondus).

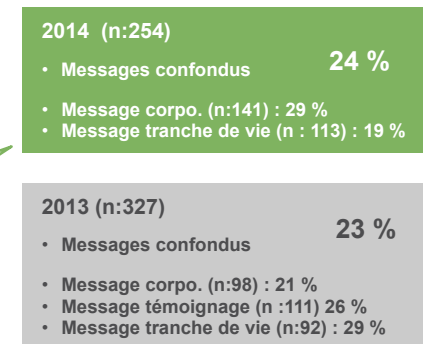
A SYNTONISÉ RADIO CIRCULATION 730 AM AU COURS DES DERNIÈRES SEMAINES¹



NOTORIÉTÉ DES MESSAGES RADIO²

(Corpo et tranche de vie)

Base : ceux qui ont syntonisé Radio Circulation 730 AM,



1. Q12. « Au cours des dernières semaines, avez-vous syntonisé Radio Circulation 730 AM pour vous informer sur l'état de la circulation? »
 2. Q13R « Veuillez prendre un moment pour écouter le message publicitaire suivant. Il a été diffusé à Radio Circulation 730 AM. Vous souvenez-vous d'avoir entendu récemment cette publicité ou une autre semblable à la radio au cours des dernières semaines? »

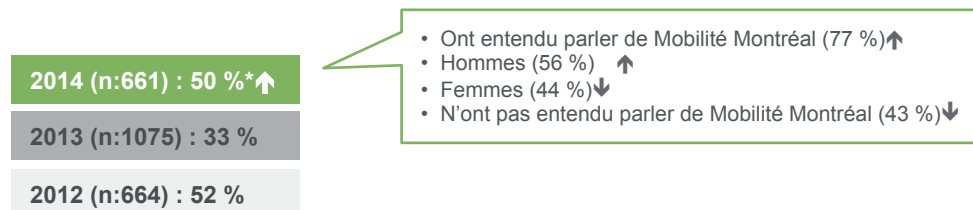
NOTORIÉTÉ TOTALE DES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION



UN RÉPONDANT SUR DEUX A ÉTÉ JOINT PAR LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DE CETTE ANNÉE

- Cette proportion est significativement plus élevée que celle observée en 2013 et tout à fait similaire à celle de 2012.

JOINT PAR LA CAMPAGNE¹



- 32 % sans compter ceux ayant remarqué la publicité imprimée dans les journaux informant des entraves causées par les chantiers routiers sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal.

1. A vu, lu ou entendu l'une ou l'autre des pièces de communication suivantes (campagne 2014) :

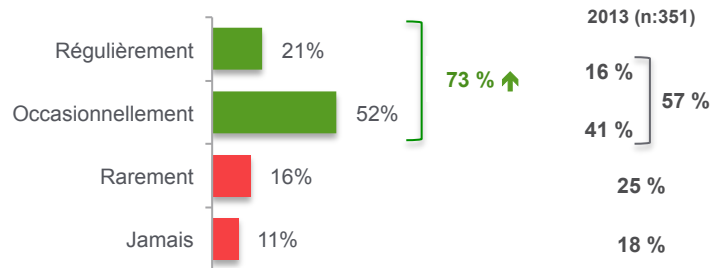
- la publicité imprimée dans les journaux informant des entraves causées par les chantiers routiers sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal (QA4);
- l'une ou l'autre des affiches ou panneaux d'affichage le long des axes routiers de la RMR de Montréal, l'affichage digital AMT et le panneau digital Concession A25, l'affichage dans les gares et trains de l'AMT, sur les panobus du RTL, de la STL et de la STM, de même que l'affichage d'oriflammes sur certaines artères de Laval (Q4);
- a croisé, au cours de l'été, l'Escouade Mobilité Montréal sur le territoire de la grande région de Montréal (Q8);
- a entendu l'une ou l'autre des capsules radiophoniques diffusées à Radio Circulation 730 AM (Q13a ou Q13b).

INFLUENCE DES OUTILS PROPOSÉS PAR MOBILITÉ MONTRÉAL ET IMPACT DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE SUR LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT



A DÉJÀ MODIFIÉ SON ITINÉRAIRE OU SES HEURES DE DÉPLACEMENT APRÈS AVOIR CONSULTÉ LES OUTILS DE MOBILITÉ MONTRÉAL¹

Base : répondants qui ont visité le site quebec511.info ou qui syntonisent la station Radio circulation, excluant les NSP, n:201



Aucun segment ne se distingue significativement.

TRÈS FORTE INFLUENCE DES OUTILS PROPOSÉS PAR MOBILITÉ MONTRÉAL

Les trois quarts des répondants qui ont visité la section quebec511.info du site Mobilité Montréal ou qui syntonisent Radio Circulation 730 AM (73 %) affirment avoir régulièrement (21 %) ou occasionnellement (52 %) modifié leurs itinéraires ou leurs heures de déplacement après avoir consulté ces outils. La proportion de ceux et celles l'ayant fait sur une base régulière ou occasionnelle est significativement supérieure à celle observée en 2013, témoignant que l'impact positif des outils proposés par Mobilité Montréal a été plus fort cette année. Le tableau suivant le démontre également.

IMPACT DE LA CAMPAGNE SUR LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT²

Base : tous, excluant les NSP

| | 2014 % | 2013 % | 2012 % |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Q15. ... vous informer des moyens mis à votre disposition pour faciliter vos déplacements? | (n : 572) | (n : 916) | (n : 623) |
| • Très | 7 | 5 | 11 |
| • Assez | 50↑ | 40 | 42 |
| • Peu | 33↓ | 41 | 35 |
| • Pas du tout | 10↓ | 14 | 12 |
| | 57↑ | 45 | 53 |
| Q16. ... vous inciter à modifier vos habitudes de déplacement? | (n : 573) | (n : 960) | (n : 628) |
| • Très | 4 | 4 | 7 |
| • Assez | 41↑ | 27 | 31 |
| • Peu | 39↓ | 48 | 43 |
| • Pas du tout | 16↓ | 21 | 19 |
| | 45↑ | 31 | 38 |
| Q17. ... vous informer de ce qu'est Mobilité Montréal? | (n : 593) | (n : 984) | |
| • Très | 9 | 6 | |
| • Assez | 42↑ | 36 | |
| • Peu | 38 | 43 | |
| • Pas du tout | 11↓ | 15 | |
| | 51↑ | 42 | ND |

AUGMENTATION SIGNIFICATIVE DE L'EFFICACITÉ DE LA CAMPAGNE ACTUELLE SUR LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT

Pour les trois dimensions présentées au tableau, l'efficacité de la campagne pour faciliter les déplacements des répondants et les informer sur ce qu'est Mobilité Montréal est significativement plus élevée que lors de la campagne de 2013. Elle s'apparente un peu plus à celle de 2012.

Cette année, et comme nous l'avons vu à peu près partout dans cette étude, les répondants jugent l'une ou l'autre des dimensions présentées comme « très ou assez efficace » sont proportionnellement plus nombreux chez ceux ayant déjà entendu parler de Mobilité Montréal et ceux ayant été exposés à la campagne.

1. Q14. « Vous est-il déjà arrivé de modifier votre itinéraire ou vos heures de déplacement après avoir consulté un des outils proposés par Mobilité Montréal, tels que le site quebec511.info ou Radio Circulation 730 AM? »
2. Q15, 16 et 17. « Selon vous, cette campagne publicitaire (publicité radio, affichage et escouade) est-elle une façon... efficace de...? »



**Planifiez vos déplacements
quebec511.info**

Québec 

CONCLUSIONS

CONCLUSIONS



La notoriété de Mobilité Montréal et celle de son logo sont stables

La notoriété assistée de Mobilité Montréal n'a pas significativement progressé cette année (20 %, contre respectivement 16 % et 18 % en 2013 et 2012). Il en est de même pour son logo (18 % cette année contre 17 % en 2013).

Un nom évocateur qui représente très bien ce qu'il veut dire

Tout comme pour les mesures précédentes, l'évocation du nom Mobilité Montréal est tout à fait intuitive et représente très bien ce qu'il veut dire. En effet, la plupart des répondants associent ce nom à une série de moyens mis en place pour faciliter les déplacements des usagers du réseau routier à Montréal (51 %) ou disent qu'il représente un groupe de partenaires réunis pour permettre l'amélioration des déplacements à Montréal (32 %). Quelques-uns (15 %) associent directement ce nom à une des sections du site quebec511.info.

Les moyens de s'informer au sujet des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal sont bien connus des usagers

Les chroniqueurs de circulation (48 %), les panneaux d'affichage électroniques (41 %), Radio Circulation 730 AM (36 %) et la section du site quebec511.info (22 %) sont les moyens les plus utilisés par les usagers du réseau autoroutier de la métropole (les conducteurs y ayant circulé depuis mai 2014) pour s'informer sur les entraves.

Bonne satisfaction envers les moyens utilisés par le Ministère pour informer les usagers des entraves, mais...

Même si les usagers du réseau autoroutier de l'île de Montréal sont majoritairement satisfaits (77 % au cumul des « très et assez satisfaits ») des moyens utilisés par le ministère des Transports du Québec pour les informer des entraves sur le réseau, force est de reconnaître qu'ils sont nombreux à ne pas l'être (23 % au cumul). Malgré cette situation, les deux tiers des internautes interrogés (67 %) n'ont aucune suggestion à formuler quant aux autres moyens que pourrait utiliser le ministère des Transports du Québec pour les informer des entraves sur le réseau autoroutier de la métropole.

Bonne notoriété de la publicité imprimée sur les entraves et de la campagne d'affichage de Mobilité Montréal

Un répondant sur trois (35 %) dit avoir vu, dans les journaux, une ou des publicités du ministère des Transports du Québec informant les usagers de la route des entraves causées par les chantiers routiers sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal. Cette proportion est significativement plus élevée chez ceux ayant déjà entendu parler de Mobilité Montréal (46 %).

Dans le même ordre d'idées, un répondant sur quatre (24 %) se souvient d'avoir vu l'une ou l'autre des affiches diffusées par Mobilité Montréal cette année, et ce, principalement sur les autobus (53 %), le long des axes routiers de la région (33 %), sur divers sites Web (28 %) ou dans les trains de banlieue ou les gares de l'AMT (19 %).

La notoriété de la section Mobilité Montréal du site quebec511.info est en progression, mais pas sa fréquence de visite...

Près du tiers (31 %) des internautes interrogés cette année (significativement plus qu'en 2013 avec 25 %) disent connaître la section Mobilité Montréal du site quebec511.info, incluant 10 % qui affirment l'avoir déjà visitée. La fréquence de visite de ce site a toutefois chuté depuis l'an dernier (40 % l'ont visitée au moins une fois au cours du mois précédant l'étude cette année contre 74 % en 2013). Tout comme en 2013, on visite principalement le site pour s'informer de l'état de la circulation (64 %) ou pour s'informer des travaux en cours sur le réseau (57 %).

CONCLUSIONS (SUITE)



Radio Circulation 730 AM est vraisemblablement une station de plus en plus populaire

Au cours des semaines ayant précédé l'étude, 40 % des internautes adultes de la région de Montréal, titulaires d'un permis de conduire valide, disent avoir syntonisé Radio Circulation 730 AM à au moins une reprise. C'est significativement plus que lors des mesures précédentes (respectivement 31 % et 28 % en 2013 et 2012). Signe des temps et sans doute à cause de la prolifération des entraves sur le réseau routier et autoroutier de la région (et de leur importance), les habitudes d'écoute de cette station sont donc en progression.

La notoriété assistée des capsules radio (toutes capsules confondues) est similaire à celle de 2013

Malgré une progression statistiquement significative des habitudes d'écoute de la station Radio Circulation 730 AM, la notoriété des capsules de la campagne actuelle (toutes capsules confondues) n'est pas plus élevée que celle enregistrée en 2013 (24 % aujourd'hui contre 23 % l'an passé, tous messages confondus).

Globalement, la campagne de cette année a joint un répondant sur deux

Cette année, la campagne de Mobilité Montréal a joint la moitié des internautes titulaires d'un permis de conduire valide de la région métropolitaine de Montréal (50 %). C'est significativement plus que la campagne de 2013, laquelle avait joint 33 % des répondants visés.

D'autre part, près de deux répondants sur cinq cette année (37 % contre 35 % en 2013 et 42 % en 2012) disent avoir entendu parler de la promotion offrant deux mois gratuits à l'achat d'un abonnement annuel au prix régulier au transport collectif (pour un premier abonnement) et 9 % affirment avoir croisé l'Escouade Mobilité Montréal au cours de cet été (2014). Statistiquement, si la notoriété de l'Escouade Mobilité Montréal n'est pas plus élevée que celle de 2013, elle l'est par rapport à la mesure de 2012 (3 % à ce moment-là), permettant de croire que cette notoriété tend à progresser.

Une campagne toujours perçue comme plus efficace pour informer les usagers que pour modifier leurs comportements

Enfin, en termes d'efficacité perçue, 57 % des répondants ciblés (significativement plus qu'en 2013 avec 45 %) jugent la campagne actuelle comme étant « très ou assez efficace » pour informer les usagers de la route des moyens mis à leur disposition pour faciliter leurs déplacements. De même, la moitié (51 % au cumul) des répondants reconnaissent l'efficacité de la campagne pour informer sur ce qu'est Mobilité Montréal (significativement plus qu'en 2013 avec 42 %). En contrepartie, 45 % des répondants estiment que la campagne est « très ou assez efficace » pour inciter les conducteurs à modifier leurs habitudes de déplacement. Cette dernière proportion est significativement plus élevée qu'en 2013 (31 %).



**Planifiez vos déplacements
quebec511.info**

Québec 

ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

| | |
|------------------------|--|
| OBJECTIFS | 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 | <p>Population cible et sélection du répondant Les internautes âgés de 18 ans ou plus de la RMR de Montréal pouvant s'exprimer en français ou en anglais et titulaires d'un permis de conduire valide au Québec.</p> <p>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 aléatoire pour lequel il est possible de calculer une marge d'erreur d'échantillonnage.</p> <p>Plan d'échantillonnage L'échantillon est tiré proportionnellement à la répartition des internautes de la région (RMR de Montréal dans ce cas-ci) selon l'âge, le sexe et en fonction du plus haut diplôme obtenu.</p> <p>Au total 661 entrevues ont été complétées avec des internautes ayant le profil recherché. L'objectif initial était d'au moins 650 titulaires d'un permis de conduire valide au Québec.</p> |
| QUESTIONNAIRE | Le questionnaire d'enquête a été conçu conjointement par SOM et les responsables du projet au ministère des Transports du Québec. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2. Les entrevues ont été réalisées en français et en anglais. |
| COLLECTE | <p>Période de collecte Du 9 au 12 octobre 2014.</p> <p>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 : 9 octobre 2014.</p> <p>Résultats administratifs Les résultats administratifs détaillés sont présentés à la page suivante; le taux de réponse est de 37,8 %.</p> |

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)



RÉSULTATS ADMINISTRATIFS

| | |
|---|---------------|
| TAILLE DE L'ÉCHANTILLON | 1999 |
| Nombre d'entrevues visées | 650 |
| Invitations envoyées (A) | 1959 |
| UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE | |
| Questionnaires complétés (B1) | 661 |
| Hors de la population visée ou quota atteint (B2) | 78 |
| UNITÉ JOINTE TARDIVE | |
| Accès lorsque collecte de la strate terminée | 24 |
| Accès lorsque collecte terminée | 45 |
| UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE | |
| Abandon à la page d'accueil | 0 |
| Abandon durant le questionnaire | 31 |
| Problème technique | 0 |
| Courriel automatique reçu indiquant absence du répondant | 0 |
| Courriel reçu indiquant refus de répondre | 0 |
| Désabonnement | 2 |
| Entrevue rejetée suite au contrôle qualité | 14 |
| À faire par téléphone | 0 |
| UNITÉ JOINTE TOTALE (C) | 855 |
| 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 | 8 |
| UNITÉ NON JOINTE TOTALE (D) | 8 |
| UNITÉ INEXISTANTE | 5 |
| Permanent : courriel invalide (usager@) (E1) | 5 |
| Permanent : courriel invalide (@domaine) (E2) | 0 |
| Taux d'accès (C/(A-(E1+E2))) | 43,8 % |
| Taux de réponse parmi unité jointe ((B1+B2)/C) | 86,4 % |
| TAUX DE RÉPONSE ((B1+B2)/(A-(E1+E2))) | 37,8 % |

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)



PONDÉRATION ET TRAITEMENT

Les données sont pondérées pour être représentatives de la population internaute adulte (titulaire et non titulaire d'un permis de conduire) de la région (RMR de Montréal) en fonction de l'âge, du sexe, de la langue maternelle, de la scolarité et du statut des répondants (propriétaire ou locataire du logement qu'ils habitent). La pondération est faite sur l'ensemble des répondants. Les résultats ne sont présentés que pour les titulaires d'un permis de conduire

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.

Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les principales variables socioéconomiques des panélistes de SOM, de même que certaines autres variables utiles à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

Le tableau ci-contre présente les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. Il s'agit du ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur.

Dans le tableau ci-contre par exemple, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 510 ($661 \div 1,296$).

| MARGES D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE | | | |
|---|---|---------------|---------------|
| | Ensemble (titulaires de permis de conduire) | Sexe | |
| | | Hommes | Femmes |
| NOMBRE D'ENTREVUES | 661 | 324 | 337 |
| EFFET DE PLAN | 1,296 | 1,437 | 1,156 |
| PROPORTION : | | | |
| 99 % ou 1 % | ±0,9 % | ±1,3 % | ±1,1 % |
| 95 % ou 5 % | ±1,9 % | ±2,8 % | ±2,5 % |
| 90 % ou 10 % | ±2,6 % | ±3,9 % | ±3,4 % |
| 80 % ou 20 % | ±3,5 % | ±5,2 % | ±4,6 % |
| 70 % ou 30 % | ±4,0 % | ±6,0 % | ±5,3 % |
| 60 % ou 40 % | ±4,3 % | ±6,4 % | ±5,6 % |
| 50 % (MARGE MAXIMALE) | ±4,3 % | ±6,5 % | ±5,7 % |

À noter :

- La marge d'erreur est plus grande lorsque les résultats concernent un sous-groupe de l'échantillon;
- La marge d'erreur varie selon la proportion estimée : elle est plus grande lorsque le résultat est de 50 % et plus petite à mesure que le résultat s'éloigne de 50 %.



**Planifiez vos déplacements
quebec511.info**

Québec 

ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE

Sondage « Mobilité Montréal »

Ministère des Transports du Québec (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) |
| NA | Choix de réponses : Non applicable (sans objet) |
| ->,->> | Signifie « Passez à la question » |
| ->out | 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 <u>tous</u> 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_sical, Q_INcal | Les questions commençant par « Q_SI... » 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. |
| */ | |

Q_Bi Bienvenue dans ce questionnaire qui porte sur des services d'information routière du ministère des Transports du Québec (MTQ).

->>putECH

Q_MP Mot de passe _____

Q_inputECH q#SE5JRS=input('SE5JRS') et q#SE10JRS=input('SE10JRS')
->>SE20

Q_SE5JRS *Variable panel or. Auto complétée pour affichage* _____

Q_SE10JRS *Variable panel or. Auto complétée pour affichage* _____

Q_SE20 Êtes-vous présentement détenteur d'un permis de conduire valide au Québec (incluant apprenti et probatoire)?

1=Oui

2=Non

9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalAdm si Q#SE20=2,9->out

->>1

/*

Modification du message de sortie : Nous sommes désolés, mais cette étude vise seulement les titulaires d'un permis de conduire valide au Québec. À une prochaine fois!*/

Q_1 Avez-vous déjà entendu parler de Mobilité Montréal?

1=Oui

2=Non

9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_2a Qu'est-ce que le nom Mobilité Montréal évoque pour vous? (À quoi cela vous fait-il penser?)

Vous pouvez choisir plus d'une réponse.

*rotation

*choix multiples

*choixminmax=1,6

*selectif=99

*espace=2,60

1=Un groupe de partenaires pour améliorer les déplacements à Montréal
2=Une section du site Web quebec511.info du MTQ sur la circulation à Montréal
3=Une équipe promotionnelle
4=Un service de téléphonie cellulaire
5=Des moyens pour faciliter les déplacements
90=*(F #4D4D4F Autre) <précisez>
99=*Aucune idée

Q_3 Vous souvenez-vous d'avoir vu ce logo?

((M LOGO-MM-F.JPG,400))

/*Légende

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

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

Q_SE21 Avez-vous personnellement conduit un véhicule routier (automobile, moto, camion) sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal depuis le mois de mai dernier?

1=Oui
2=Non / Je ne sais pas

Q_sicalA1 si Q#SE21=1->A1a
->>4

Q_A1a Quels moyens utilisez-vous généralement pour obtenir de l'information concernant les entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal?

Vous pouvez choisir jusqu'à trois réponses.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*selectif=99
*espace=2,60

1=Québec 511 (site Web, service téléphonique, applications mobiles)
2=Panneaux d'affichage électronique sur le réseau routier
3=Publicités dans les journaux
4=Chroniqueurs de la circulation
5=Compte Twitter du MTQ (@Qc511[/]_[/]Mtl)
6=Radio Circulation 730 AM
90=Autre <précisez>
95=Aucun
99=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_A2 Le ministère des Transports du Québec utilise différents moyens pour informer les usagers des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal dont, entre autres, le service Québec 511, la publicité dans les journaux, des messages sur les panneaux d'affichage électroniques sur le réseau routier et le compte Twitter @Qc511[/]_[/]Mtl.

Dans quelle mesure êtes-vous satisfait des moyens utilisés par le ministère des Transports du Québec pour vous informer des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal?

1=Très satisfait
2=Plutôt satisfait
3=Plutôt insatisfait
4=Très insatisfait
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_A3a Quels autres moyens pourrait utiliser le ministère des Transports du Québec pour informer les usagers de la route des entraves sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal?

/*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*/

*exclusif=(A3a,A3ansp)

<<
99=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre*suf nsp>>

/*Coder jusqu'à 2 mentions*/

Q_A4 Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu dans un journal une ou des publicités du ministère des Transports du Québec vous informant des entraves causées par les chantiers routiers sur le réseau autoroutier de l'île de Montréal?

Voici un exemple d'une telle publicité. Plusieurs autres publicités similaires ont été diffusées dans les journaux.

((M ST-PIERRE.JPG,400))

1=Oui
2=Non / Je ne sais pas

Q_4 Veuillez prendre un moment pour regarder les messages publicitaires suivants. Ceux-ci ont été diffusés au cours des dernières semaines dans le cadre d'une campagne publicitaire du ministère des Transports du Québec et de ses partenaires.

Vous souvenez-vous d'avoir vu une ou plusieurs des publicités suivantes (ou une autre publicité semblable) au cours des dernières semaines?

/*Panneau d'affichage axes routiers RMR Mtl, affichage digital AMT et panneau digital de Concession A25, Affichage dans les gares et trains de l'AMT, Affichage de type panobus du RTL, STL et STM, Affichage d'oriflammes sur certaines artères de Laval*/

<<<<*C ((M DEL.JPG,400))>>
<<*C ((M GARE.JPG,400))((E5))((M ORI.JPG,400))>>

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

Q_sical5a si q#4=1->5a
->>7

Q_5a À quel(s) endroit(s) vous souvenez-vous d'avoir vu ces publicités ou une autre semblable?

Vous pouvez choisir plus d'une réponse.

*choix multiples
*choixminmax=1,7
*selectif=99
*espace=2,60

1=Sur des panneaux publicitaires d'autobus
2=Sur divers sites Web
3=Sur des lampadaires (Affiches / Oriflammes)

/*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*/

4=Dans des trains de banlieue ou des gares de l'AMT
5=Le long des axes routiers de la région
6=Sur un panneau d'affichage numérique le long de l'autoroute 25
90=Autre <précisez>
99=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_7 Le ministère des Transports du Québec et certains de ses partenaires ont offert cet automne jusqu'à deux mois gratuits à l'achat d'un premier abonnement annuel au transport collectif (autobus, métro et train de banlieue) au tarif régulier.

En aviez-vous entendu parler avant aujourd'hui?

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

Q_8 Cet été, des escouades Mobilité Montréal étaient présentes à différents endroits dans la grande région de Montréal pour distribuer des feuillets d'information et informer sur les outils mis en place pour faciliter les déplacements.

<<<<*C ((G Photo d'une escouade))>>
<<((/))>>
<<*C ((M ESCOUADE.JPG,400))>>
<<((/))>>
<<*C ((G Feuille d'information))>>
<<((/))>>
<<*C ((M FEUILLET-1A.JPG,400))((M FEUILLET-1B.JPG,400))>>
<<((/))>>
<<Vous souvenez-vous d'avoir croisé une des escouades Mobilité Montréal cet été?>>

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

Q_9 Depuis 2012, le ministère des Transports du Québec présente dans son site Web quebec511.info une section appelée Mobilité Montréal où l'on retrouve notamment :

[/][/]De l'information sur les entraves routières[/]
[/]Des itinéraires facultatifs[/]
[/]Une carte routière interactive[/]
[/]De l'information sur les partenaires[/]
[/]Des liens faciles vers des comptes Twitter[/][/]

En aviez-vous entendu parler avant aujourd'hui?

1=Oui et j'ai visité cette section du site
2=Oui, mais je n'ai pas visité cette section du site

/*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*/

3=Non
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

/*Si réponse à la question 9 est 1, aller à la question 10, sinon aller à la question 12*/

Q_sical10 si Q#9=1->10
->>12

Q_10 À quelle fréquence avez-vous visité la section Web Mobilité Montréal au cours du dernier mois (septembre)?

1=Une fois
2=Deux fois
3=Trois fois
4=Plus de trois fois
5=Aucune
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_11a Pour quelle(s) raison(s) avez-vous consulté la section Mobilité Montréal du site quebec511.info?

Vous pouvez choisir plus d'une réponse.

*choix multiples
*choixminmax=1,8
*selectif=99
*espace=2,60

1=En connaître davantage sur ce qu'est Mobilité Montréal
2=Créer des itinéraires personnalisés pour faciliter mes déplacements
3=M'informer sur l'état de la circulation
4=M'informer des travaux routiers en cours
5=Connaître les mesures incitatives et les différentes offres des partenaires
6=Accéder au service radio (Radio Circulation 730 AM)
7=Accéder aux comptes Twitter
90=Autre <préciser>
99=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_12 Au cours des dernières semaines, avez-vous syntonisé Radio Circulation 730 AM pour vous informer sur l'état de la circulation?

1=Oui, plusieurs fois
2=Oui, une seule fois
3=Non
4=Je ne connais pas cette station
5=Je n'écoute jamais la radio
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_sical12 si Q#12=1,2->alea1
->>cal14

/*Présentation aléatoire d'un des deux messages de Radio Circulation*/

Q_inalea1 lorsque (langue=f ou langue=a) alors q#rdm=random(2)
->>cal13

/*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_rdm *Question auto complétée, nombre aléatoire* _

Q_sical13 si q#rdm=1->13a si q#rdm=2->13b
->>cal14

Q_13a Veuillez prendre un moment pour écouter le message publicitaire suivant. Il a été diffusé à Radio Circulation 730 AM.

((A <https://clients3.som.ca/pw14423/CORPO>))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu récemment cette publicité ou une autre semblable à la radio au cours des dernières semaines?

1=Oui
2=Non
3=*Je n'ai pas réussi à entendre le fichier son / la publicité
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

->>cal14

Q_13b Veuillez prendre un moment pour écouter le message publicitaire suivant. Il a été diffusé à Radio Circulation 730 AM.

((A <https://clients3.som.ca/pw14423/TRANCHE>))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu récemment cette publicité ou une autre semblable à la radio au cours des dernières semaines?

1=Oui
2=Non
3=*Je n'ai pas réussi à entendre le fichier son / la publicité
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

/*Si la réponse à la question 9 est 1 ou si la réponse à la question 12 est 1, aller à la question 14. Sinon aller à la question 15*/

Q_sical14 si q#9=1 ou q#12=1->14
->>15

Q_14 Vous est-il déjà arrivé de modifier votre itinéraire ou vos heures de déplacement après avoir consulté un des outils proposés par Mobilité Montréal, tels que le site quebec511.info ou Radio Circulation 730 AM?

1=Régulièrement
2=Occasionnellement
3=Rarement
4=Jamais
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_15 Selon vous, cette campagne publicitaire (publicité radio, affichage et escouade) est-elle une façon efficace de vous ((G **informer des moyens**)) mis à votre disposition pour faciliter vos déplacements?

/*Légende

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

1=Très efficace
2=Assez efficace
3=Peu efficace
4=Pas du tout efficace
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_16

Selon vous, cette campagne publicitaire (publicité radio, affichage et escouade) est-elle une façon efficace de vous inciter à ((G **modifier vos habitudes**)) de déplacements?

1=Très efficace
2=Assez efficace
3=Peu efficace
4=Pas du tout efficace
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_17

Selon vous, cette campagne publicitaire (publicité radio, affichage et escouade) est-elle une façon efficace de vous ((G **informer**)) de ce qu'est Mobilité Montréal?

1=Très efficace
2=Assez efficace
3=Peu efficace
4=Pas du tout efficace
9=*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Q_VALID

Cette question est un test pour s'assurer que c'est bien une personne qui répond à ce sondage.

*format linéaire

Choisir simplement le chiffre « 6 » parmi les choix suivants.

1=1
2=2
3=3
4=4
5=5
6=6
7=7
8=8
9=9
10=10
99=*Je ne sais 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*/

/*IMPORTER LES 4 DESCRIPTEURS SOCIODÉMOGRAPHIQUES SUIVANTS :

Le sexe, la langue maternelle, l'âge et la taille du ménage

*/

Q_sicalSE5 si q#SE5JRS=9999->SE5 /*Si on n'a pas déjà cette donnée, sans input*/
si (q#SE5JRS>182 et q#SE5JRS#9999)->calSE5b /*Si la donnée est âgée de plus de 6
mois*/

->>calSE10a

Q_incalSE5b q#SE5=input('SE5') et q#SE5_1=input('SE5_1')

->>SE5

Q_SE5 Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((G possédez))
ou ((G avez complété))?

<<1=Aucun

2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études
secondaires)

3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études
professionnelles)

4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire
obtenu d'un CÉGEP, collège communautaire, institut technique, etc.)

5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat

6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)

7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat

8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)

9=Diplôme en médecine, en art dentaire, en médecine vétérinaire ou en
optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)

10=Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)

90=Autre (Veuillez préciser dans l'espace prévu ci-dessous)

((E 5))_____ *facultatif*espace=2,40

99=*Je préfère ne pas répondre>>

Q_sicalSE10a si (q#SE10JRS>182 ou q#SE10JRS=9999)->calSE10b /*Si la donnée est âgée de plus de 6
mois OU si on n'a pas la donnée*/

->>fin

Q_sicalSE10b si q#SE10JRS#9999->calSE10d /*Input de la réponse à SE10 si on a déjà la donnée et quelle
est âgée de plus de 6 mois*/

->>SE10

Q_incalSE10d q#SE10=input('SE10')

->>SE10

Q_SE10 Quel est votre ((G revenu familial brut)) (avant impôts) ((G annuel))?

1=Moins de 15 000 \$

2=De 15 000 \$ à 24 999 \$

3=De 25 000 \$ à 34 999 \$

4=De 35 000 \$ à 54 999 \$

5=De 55 000 \$ à 74 999 \$

61=De 75 000 \$ à 99 999 \$

62=De 100 000 \$ et plus

99=*Je préfère ne pas répondre

/*Légende

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

Q_FIN

Voilà! C'est terminé. SOM et le ministère des Transports du Québec vous remercient de votre collaboration et vous souhaitent bonne chance pour le prochain tirage.

***informations

Projet=MTQMM14
Fichier=FMTQMM14
Reseau=serveur1:P14423W:
SiteExt=clients3.som.ca
Pages=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:pw14423:
MobilePages=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:mpw14423:
Modeles=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:Modeles-Panel-Or:
Images=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:IMG:
/*Logodroite=MS4_BLANC.GIF
Logogauche=LOGOSOM_FR2011.GIF
Mobilelogodroite=MS4_BLANC.GIF
Mobilelogogauche=LOGOMOBILESOM40PX.PNG*/
Debut=putECH
Effacer=Oui
Email=pw14423@web.som.ca
Espace=5,80
NoQuestion=Non
Progression=Oui
BoutonSTD=Oui
TypeSondage=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MotDePasse=mp/*Commenter si sondage type 2*/
RepMult=Non
Interrompre=Oui
Duree=6
Precedent=Oui
InputCle=Oui
Seuil=12

/*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*/

“Mobility Montréal” Survey

Ministère des Transports du Québec (MTQ)

/*

Legend

| | |
|-------------------------|--|
| *text | The asterisk is used to signal the text of a question indicating a comment or an unread response option seen but not read by the interviewer during the interview. |
| ... | Indicates where in the question text, the response options are to be read to the respondent. |
| /*text*/ | Text placed between “/*...*/” is an explanatory note that is not seen by the interviewer during the interview. |
| DNK | Response option: Does not know |
| DNA | Response option: Does not answer (Refusal) |
| NA | Response option: Not applicable |
| ->, ->> | Means “Go to question number...” |
| ->sortie | Confirms with the interviewer that the respondent is not eligible, ends the interview and places it in “non-eligible” |
| ->end | Ends the interview and places it in “Completed”. |
| 1=, 1= | When <u>all</u> response options are preceded by “1= “, it means that it is a question for which multiple responses can be given (each option being yes or no). |
| 1=, 2=, ... | When response options are preceded by “1=..., 2=..., etc.”, only one answer is possible, unless otherwise indicated (for example: “3 mentions”). |
| Q_Sical, Q_INcal | Questions beginning with “Q_SI... » or “Q_IN... “ are filter questions or technical instructions that give access to data from the sample file, automatically give the answer to certain questions, or perform a complex skip pattern. An explanatory note placed before the filter question or technical instruction explains the function it performs. |

*/

Q_Bi Welcome to this questionnaire concerning the road information services offered by the ministère des Transports du Québec (MTQ).

->>putECH

Q_MP Password _____

Q_inputECH q#SE5JRS=input('SE5JRS') et q#SE10JRS=input('SE10JRS')
->>SE20

Q_SE5JRS *Variable panel or. Auto complétée pour affichage* _____

Q_SE10JRS *Variable panel or. Auto complétée pour affichage* _____

Q_SE20 Do you currently hold a valid Quebec driver's licence (including learner's permit and probationary licence)?

1=Yes
2=No
9=*I prefer not to answer

Q_sicalAdm si Q#SE20=2,9->out

->>1

/* Manual modification to outgoing message: We're sorry, but this survey is for holders of a valid Quebec driver's licence only. Goodbye!*/

Q_1 Have you ever heard of Mobility Montréal?

1=Yes
2=No
9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_2a What does the name Mobility Montréal bring to mind for you? (What does it make you think of?)

You may choose more than one answer.

*rotation

*choix multiples

*choixminmax=1,6

*selectif=99

*espace=2,60

1=A group of partners to improve travel in Montréal
2=A section about traffic in Montréal found on the MTQ's quebec511.info website
3=A promotional team
4=A cellular telephony service
5=Ways to make travel in the city easier
90=*((F #4D4D4F Other)) <specify>
99=*No idea

Q_3 Do you remember having seen this logo?

((M LOGO-MM-F.JPG,400))

1=Yes

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; ... : Place for reading answer choices in the body of the question; -> or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=**: One answer only, unless indicated otherwise; **/*text*/**: comment not visible to the interviewer*/

2=No
9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_SE21 Have you personally driven a road vehicle (automobile, motorcycle, truck) on the Island of Montreal expressway system since last May?

1=Yes
2=No / I don't know

Q_sicalA1 si Q#SE21=1->A1a
->>4

Q_A1a What means do you generally use to get information about obstructions on the Island of Montreal expressway system?

You may choose up to three answers.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*selectif=99
*espace=2,60

1=Québec 511 (website, telephone service, mobile apps)
2=Electronic display panels on the road network
3=Newspaper advertisements
4=Traffic reporters
5=MTQ's Twitter account (@Qc511[/]_[/]Mtl)
6=The traffic radio station Radio Circulation 730 AM
90=Other <specify>
95=None
99=*I don't know / I prefer not to answer

Q_A2 The ministère des Transports du Québec uses different methods to inform users about obstructions on the Island of Montreal expressway system, among them the Québec 511 service, newspaper advertisements, messages on the electronic display panels found on the road network, and its Twitter account @Qc511[/]_[/]Mtl.

To what extent are you satisfied with the methods used by the ministère des Transports du Québec to inform you about obstructions on the Island of Montreal expressway system?

1=Very satisfied
2=Somewhat satisfied
3=Somewhat dissatisfied
4=Very dissatisfied
9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_A3a What other methods could the ministère des Transports du Québec use to inform road users about obstructions on the Island of Montreal expressway system?

*exclusif=(A3a,A3ansp)

<< _____

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; ... : Place for reading answer choices in the body of the question; -> or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=**: One answer only, unless indicated otherwise; **/*text*/**: comment not visible to the interviewer*/

99=*I don't know / I prefer not to answer*suf nsp>>

/*Coder jusqu'à 2 mentions*/

Q_A4 In the last few months, do you remember seeing in a newspaper one or more advertisements from the ministère des Transports du Québec informing you of obstructions caused by road construction sites on the Island of Montreal expressway system?

Here is an example of such an advertisement. Several other similar ads were published in the newspapers.

((M ST-PIERRE.JPG,400))

1=Yes
2=No / I don't know

Q_4 Please take a moment to look at the following advertising messages. They were displayed in the last few weeks as part of an advertising campaign by the ministère des Transports du Québec and its partners.

Do you remember seeing one of more of the following advertisements (or another similar ad) in the last few weeks?

/*Panneau d'affichage axes routiers RMR Mtl, affichage digital AMT et panneau digital de Concession A25, Affichage dans les gares et trains de l'AMT, Affichage de type panobus du RTL, STL et STM, Affichage d'oriflammes sur certaines artères de Laval*/

<<<<*C ((M DEL.JPG,400))>>
<<*C ((M GARE.JPG,400))((E5))((M ORI.JPG,400))>>

<<1=Yes
2=No
9=*I don't know / I prefer not to answer>>>>

Q_sical5a si q#4=1->5a
->>7

Q_5a Where do you remember seeing these advertisements or another similar ad?

You may choose more than one answer.

*choix multiples
*choixminmax=1,7
*selectif=99
*espace=2,60

1=On bus advertising panels
2=On various websites
3=On lampposts (posters/pennants)
4=In suburban trains or in AMT train stations
5=Along major highways in the region
6=On a digital display panel along Autoroute 25
90=Other <specify>

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; ... : Place for reading answer choices in the body of the question; -> or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=**: One answer only, unless indicated otherwise; **/*text*/**: comment not visible to the interviewer*/

99=*I don't know / I prefer not to answer

Q_7

This fall, the ministère des Transports du Québec and some of its partners offered up to two free months with the purchase of a first annual public transportation system pass (buses, subway and suburban trains) at the regular price.

Had you heard about this before today?

1=Yes

2=No

9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_8

This summer, there were Mobility Montréal squads at various locations in the greater Montréal area, distributing information leaflets and giving information about the tools implemented to make travel in the city easier.

<<<<*C ((G Photo of a squad))>>

<<((/))>>

<<*C ((M ESCOUADE.JPG,400))>>

<<((/))>>

<<*C ((G Information leaflet))>>

<<((/))>>

<<*C ((M FEUILLET-1A.JPG,400))((M FEUILLET-1B.JPG,400))>>

<<((/))>>

<<Do you remember coming across one of the Mobility Montréal squads this summer?>>

<<1=Yes

2=No

9=*I don't know / I prefer not to answer>>>>

Q_9

Since 2012, the ministère des Transports du Québec has included a section on its quebec511.info website called "Mobility Montréal," where, among other things, we can find:

[/][/]Information on road obstructions[/]

[/]Optional routes[/]

[/]An interactive roadmap[/]

[/]Information about its partners[/]

[/]Easy links to Twitter accounts[/][/]

Had you heard about it before today?

1=Yes, and I have visited this section of the website

2=Yes, but I have not visited this section of the website

3=No

9=*I don't know / I prefer not to answer

/*Si réponse à la question 9 est 1, aller à la question 10, sinon aller à la question 12*/

Q_sical10

si Q#9=1->10

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; ... : Place for reading answer choices in the body of the question; ->

or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=**: One answer only, unless indicated

otherwise; **/*text*/**: comment not visible to the interviewer*/

->>12

Q_10 How often did you visit the Mobility Montréal website section during the last month (September)?

- 1=Once
- 2=Twice
- 3=Three times
- 4=More than three times
- 5=None
- 9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_11a For what reason(s) did you consult the Mobility Montréal section of the quebec511.info website?

You may choose more than one answer.

*choix multiples
*choixminmax=1,8
*selectif=99
*espace=2,60

- 1=To learn more about what Mobility Montréal is
- 2=To create custom itineraries to make travel easier
- 3=To find out about traffic conditions
- 4=To find out about ongoing road work
- 5=To find out the partners' incentives and offers
- 6=To access the radio service (Radio Circulation 730 AM)
- 7=To access the Twitter accounts
- 90=Other <specify>
- 99=*I don't know / I prefer not to answer

Q_12 During the last few weeks, did you tune in to Radio Circulation 730 AM to find out about traffic conditions?

- 1=Yes, several times
- 2=Yes, once
- 3=No
- 4=I don't know this station
- 5=I never listen to the radio
- 9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_sical12 si Q#12=1,2->alea1
->>cal14

/*Présentation aléatoire d'un des deux messages de Radio Circulation*/

Q_inalea1 lorsque (langue=f ou langue=a) alors q#rdm=random(2)
->>cal13

Q_rdm *Question auto complétée, nombre aléatoire* _

Q_sical13 si q#rdm=1->13a si q#rdm=2->13b
->>cal14

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; **...**: Place for reading answer choices in the body of the question; **->** or **->>**: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=**: One answer only, unless indicated otherwise; **/*text*/**: comment not visible to the interviewer*/

Q_13a Please take a moment to listen to this advertisement, which was broadcast on Radio Circulation 730 AM.

((A <https://clients3.som.ca/pw14423/CORPO>))

Do you remember recently hearing this or another similar ad on the radio in the last few weeks?

- 1=Yes
- 2=No
- 3=*I was not able to hear the sound file / the ad
- 9=*I don't know / I prefer not to answer

->>cal14

Q_13b Please take a moment to listen to this advertisement, which was broadcast on Radio Circulation 730 AM.

((A <https://clients3.som.ca/pw14423/TRANCHE>))

Do you remember recently hearing this or another similar ad on the radio in the last few weeks?

- 1=Yes
- 2=No
- 3=*I was not able to hear the sound file / the ad
- 9=*I don't know / I prefer not to answer

/*Si la réponse à la question 9 est 1 ou si la réponse à la question 12 est 1, aller à la question 14. Sinon aller à la question 15*/

Q_sical14
->>15

si q#9=1 ou q#12=1->14

Q_14

Have you ever changed your itinerary or your travel time frame after consulting one of the tools offered by Mobility Montréal, such as the quebec511.info site or Radio Circulation 730 AM?

- 1=Regularly
- 2=Occasionally
- 3=Rarely
- 4=Never
- 9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_15

In your opinion, is this advertising campaign (radio ads, billboards and squad) an effective way to ((G **inform you of the methods**)) made available to you to facilitate your travel in the city?

- 1=Very effective
- 2=Somewhat effective
- 3=Not very effective
- 4=Not at all effective

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; ... : Place for reading answer choices in the body of the question; -> or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=**: One answer only, unless indicated otherwise; **/*text*/**: comment not visible to the interviewer*/

9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_16

In your opinion, is this advertising campaign (radio ads, billboards and squad) an effective way to encourage you to ((G **change your habits**)) in terms of travel in the city?

1=Very effective

2=Somewhat effective

3=Not very effective

4=Not at all effective

9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_17

In your opinion, is this advertising campaign (radio ads, billboards and squad) an effective way to ((G **inform**)) you about what Mobility Montréal is?

1=Very effective

2=Somewhat effective

3=Not very effective

4=Not at all effective

9=*I don't know / I prefer not to answer

Q_VALID

This question is a test to make sure a real person is answering this survey.

Simply choose the number "6" from the following choices.

*format linéaire

1=1

2=2

3=3

4=4

5=5

6=6

7=7

8=8

9=9

10=10

99=*I don't know

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; ... : Place for reading answer choices in the body of the question; -> or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=** : One answer only, unless indicated otherwise; /*text*/: comment not visible to the interviewer*/

/*IMPORTER LES 4 DESCRIPTEURS SOCIODÉMOGRAPHIQUES SUIVANTS :

Le sexe, la langue maternelle, l'âge et la taille du ménage

*/

Q_sicalSE5 si q#SE5JRS=9999->SE5 /*Si on n'a pas déjà cette donnée, sans input*/
si (q#SE5JRS>182 et q#SE5JRS#9999)->calSE5b /*Si la donnée est âgée de plus de 6
mois*/

->>calSE10a

Q_incalSE5b q#SE5=input('SE5') et q#SE5_1=input('SE5_1')

->>SE5

Q_SE5 What is the highest diploma, certificate or degree that you ((G **hold**)) or ((G
have completed))?

<<1=None

2=High school diploma or equivalent (high school diploma)

3=Certificate or diploma from a trade school (vocational diploma)

4=College certificate or diploma (other non-university certificate or diploma
received from a CÉGEP, community college, technical institute, etc.)

5=Certificate or university degree lower than a Bachelor's

6=Bachelor's degree (e.g.: B.A., B.Sc., LL.B.)

7=Certificate or university diploma higher than a Bachelor's

8=Master's degree (ex.: M.A., M.Sc., M.Ed.)

9=Diploma in medicine, dentistry, veterinary medicine or optometry (M.D.,
D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)

10=Earned doctorate (e.g. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)

90=Other (Please specify in the space below)

((E 5))_____ *facultatif*espace=2,40

99=*I prefer not to answer>>

Q_sicalSE10a si (q#SE10JRS>182 ou q#SE10JRS=9999)->calSE10b /*Si la donnée est âgée de plus de 6
mois OU si on n'a pas la donnée*/

->>fin

Q_sicalSE10b si q#SE10JRS#9999->calSE10d /*Input de la réponse à SE10 si on a déjà la donnée et quelle
est âgée de plus de 6 mois*/

->>SE10

Q_incalSE10d q#SE10=input('SE10')

->>SE10

Q_SE10 What is your ((G **annual**)) ((G **gross household income**)) (before taxes)?

1=Less than \$15,000

2=From \$15,000 to \$24,999

3=From \$25,000 to \$34,999

4=From \$35,000 to \$54,999

5=From \$55,000 to \$74,999

61=From \$75,000 to \$99,999

62=More than \$100,000

99=*I prefer not to answer

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; ... : Place for reading answer choices in the body of the question; ->
or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=** : One answer only, unless indicated
otherwise; /*text*/: comment not visible to the interviewer*/

Q_FIN

That's it! The survey is over. SOM and the ministère des Transports du Québec thank you for your collaboration and wish you good luck on the next draw.

***informations

Projet=MTQMM14
Fichier=AMTQMM14
Reseau=serveur1:P14423W:
SiteExt=clients3.som.ca
Pages=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:pw14423:
MobilePages=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:mpw14423:
Modeles=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:Modeles-Panel-Or:
Images=pmvincent:users:vgayraud:documents:P14423W:IMG:
/*Logodroite=MS4_BLANC.GIF
Logogauche=LOGOSOM_FR2011.GIF
Mobilelogodroite=MS4_BLANC.GIF
Mobilelogogauche=LOGOMOBILESOM40PX.PNG*/
Debut=putECH
Effacer=Oui
Email=pw14423@web.som.ca
Espace=5,80
NoQuestion=Non
Progression=Oui
BoutonSTD=Oui
TypeSondage=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MotDePasse=mp/*Commenter si sondage type 2*/
RepMult=Non
Interrompre=Oui
Duree=6
Precedent=Oui
InputCle=Oui
Seuil=12

/*Legend

text: Unread text, visible to the interviewer; **...**: Place for reading answer choices in the body of the question; **->**
or ->>: means: go to question...; **1=, 1=**: Multiple choice question; **1=, 2=**: One answer only, unless indicated
otherwise; **/*text*/**: comment not visible to the interviewer*/