



MONTREAL

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

QUÉBEC

3340, rue de La Pêrade
4^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE MALTRAITANCE ENVERS LES PERSONNES ÂÎNÉES ET LES ADULTES EN SITUATION DE VULNÉRABILITÉ 2023

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX

03	/Contexte, objectifs et méthodologie abrégée
04	/Présentation des composantes publicitaires
05	/Faits saillants
07	/Chapitre 1 : Maltraitance des personnes âgées et des adultes en situation de vulnérabilité
13	/Chapitre 2 : Évaluation de la campagne
26	/Conclusions

ANNEXES

- /1. Méthodologie détaillée
- /2. Questionnaire
- /3. Tableaux statistiques détaillés (sous pli séparé)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



Contexte Le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) a le mandat de prévenir la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables. Le MSSS a donc lancé une campagne pour sensibiliser la population à cet égard.

Objectifs

- Mesurer certaines connaissances et perceptions à l'égard de la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes en situation de vulnérabilité.
- Évaluer la performance de la campagne (notoriété spontanée, notoriété assistée, appréciation et impact).

Population cible Adultes québécois (18 ans ou plus).

Échantillonnage 1 027 répondants répartis en trois grandes régions géographiques, soit :

- RMR (région métropolitaine de recensement) de Montréal : 491 répondants;
- RMR de Québec : 133 répondants;
- Ailleurs au Québec : 403 répondants.

Collecte Sondage en ligne réalisé du 18 au 21 décembre 2023.
Taux de réponse (panel Or) : 25,9 %.

Pondération Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité en fonction de la région, de l'âge, du genre, de la taille du ménage, de la scolarité et de la langue maternelle.

Marge d'erreur La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,6 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.

Notes

- L'atteinte ou non des objectifs mesurables du Ministère est illustrée à l'aide des deux pictogrammes suivants :  
- Sont considérés comme francophones les répondants qui ont rempli le questionnaire en français.

PRÉSENTATION DES COMPOSANTES PUBLICITAIRES



Contenu publicitaire diffusé sur ICI Tou.tv, en français



Bande-annonce

Extrait de la série



Message vidéo diffusé en français

Maltraitance

La maltraitance envers les adultes en situation de vulnérabilité et les aînés doit cesser.

La maltraitance, il faut en parler.

Appelez la Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés 1 888 489-2287



Messages audio diffusés en français et en anglais

Message de 30 secondes

Message de 15 secondes

Femme 1 : Ici sur la photo, c'est mon fils. Il est toujours tellement poli.

Voix de femme : Peu importe la forme qu'elle prend, la maltraitance envers les adultes en situation de vulnérabilité et les aînés doit cesser.

Femme 2 : Mais il me prend de l'argent.

Si vous êtes victime ou témoin de maltraitance, appelez la ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés au 1 888 489-2287.

Femme 1 : Ça, c'est Benoit, mon ami d'enfance. Il est imposant, mais il ne ferait pas de mal à une mouche.

Femme 2 : Mais il me crie après.

Il faut en parler!

Femme 1 : Et ça, c'est Magalie, ma belle-sœur, une douceur.

Un message du gouvernement du Québec.

Femme 2 : Mais elle me rabaisse constamment.

La maltraitance peut prendre plusieurs formes. Si vous êtes victime ou témoin de maltraitance, la ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés est là au 1 888 489-2287. Un message du gouvernement du Québec.



Publireportage en français



Visuel animé diffusé en français et en anglais

Vous êtes victime ou témoin de maltraitance?

Are you a victim or witness of adult or elder mistreatment?

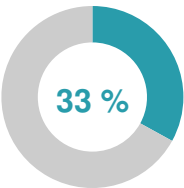
An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines in shades of teal and grey, set against a light blue background.

Faits saillants

FAITS SAILLANTS




BRUIT PUBLICITAIRE



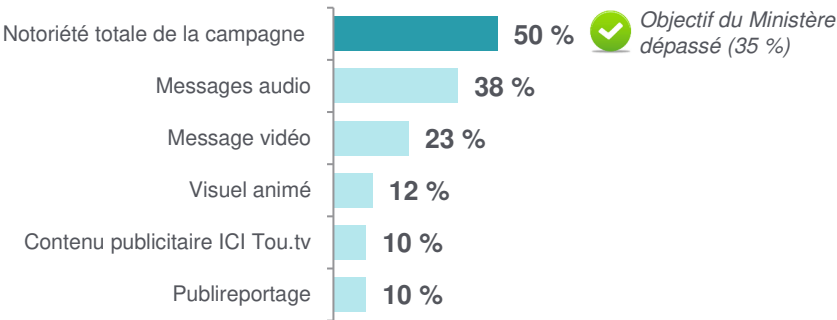
NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



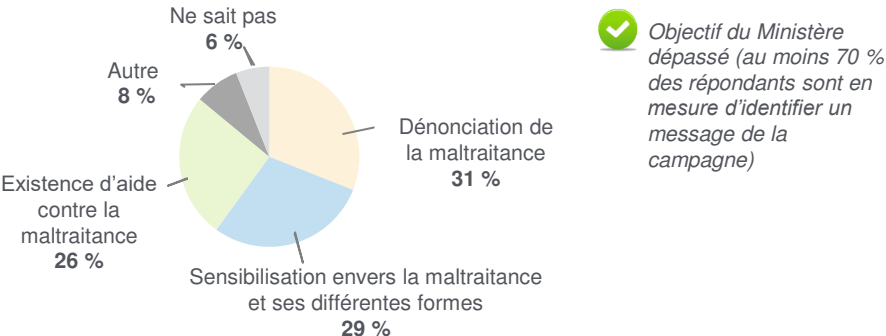
NOTORIÉTÉ DE LA
Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés

Connaît le nouveau nom	20 %	} 41 %  Objectif du Ministère dépassé (30 %)
Connaît seulement l'ancien nom	21 %	
Ne connaît pas la ligne d'aide	59 %	

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE



COMPRÉHENSION DU MESSAGE



APPRÉCIATION ET IMPACT

Le message de cette campagne est clair (tout à fait + plutôt d'accord)	93 %
Cette campagne m'a fait comprendre que je peux agir afin de mettre un terme à ce type de situation quand j'en suis témoin ou victime (tout à fait + plutôt d'accord)	89 %
Cette campagne m'incite à être attentif aux signes de maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables (beaucoup ou assez)	89 %
Cette campagne m'a sensibilisé aux différentes formes de maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables (tout à fait + plutôt d'accord)	88 %
Cette campagne m'incite à m'informer sur le bien-être des personnes âgées et des adultes vulnérables dans mon entourage (beaucoup ou assez)	72 %
Cette campagne m'incite à m'informer sur la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables (beaucoup ou assez)	71 %
S'est senti personnellement interpellé par cette campagne (beaucoup ou assez)	58 %



Chapitre 1

MALTRAITANCE DES PERSONNES ÂNÉES ET DES ADULTES VULNÉRABLES

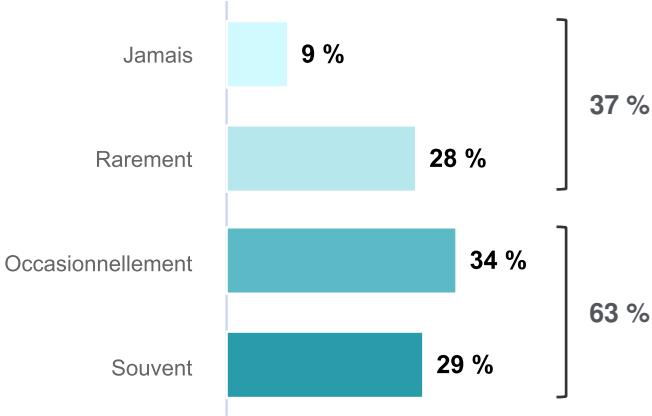
- Côtioement de personnes âgées ou d'adultes vulnérables
- Perception de la maltraitance
- Préoccupation et connaissance de la maltraitance
- Notoriété de la ligne d'aide
- Connaissance de la ligne d'aide

CÔTOIEMENT DE PERSONNES ÂÎNÉES OU D'ADULTES VULNÉRABLES



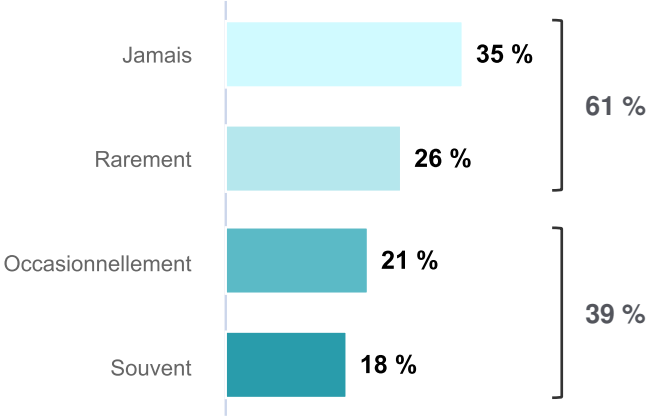
QSD1. En excluant votre emploi, côtoyez-vous des personnes âgées ou des adultes vulnérables (parents, voisins, amis, etc.) dans votre vie de tous les jours?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 015



QSD2. Côtoyez-vous des aînés ou des adultes vulnérables dans le cadre de votre travail ou de votre bénévolat?

Base : travailleurs ou bénévoles, excluant la non-réponse, n : 871



En dehors de leur emploi, une faible majorité des adultes québécois (63 %) affirment être souvent ou occasionnellement en contact avec des personnes âgées ou des adultes vulnérables. Les répondants plus âgés en fréquentent davantage (72 % chez les 55 ans ou plus contre 48 % chez les 18 à 34 ans). Au travail ou en faisant du bénévolat, c'est deux répondants sur cinq (39 %) qui disent côtoyer ces personnes. Ces questions servent essentiellement à vérifier si les perceptions varient si l'on côtoie des personnes âgées ou des adultes vulnérables.

PERCEPTION DE LA MALTRAITANCE



QM1. À quoi pensez-vous lorsqu'il est question de maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables?
Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit en premier?

Base : tous, 1 027

Question ouverte, une seule réponse possible*

Réponses	%
Maltraitance matérielle ou financière	21
Maltraitance physique	17
Maltraitance psychologique	11
Abus (maltraitance sans précision)	6
Abus de pouvoir	6
C'est inacceptable	4
Maltraitance organisationnelle	4
Personnes en situation de vulnérabilité	4
Négligence	2
Violence	2
Isolement	1
Âgisme	1
Ne sait pas, ne répond pas	21

Plus de la moitié des adultes québécois (54 %) ont eu le réflexe de nommer l'un des sept types de maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables au Québec (en bleu). Par contre, l'âgisme, la maltraitance sexuelle et la violation des droits ont été très peu ou pas du tout mentionnés. Un résultat logique, considérant que ces types de maltraitements sont généralement moins publicisés.

La maltraitance financière est l'élément le plus récurrent. Ceux ayant un diplôme d'études de niveau collégial ou universitaire y ont davantage pensé (26 % contre 15 % chez ceux ayant au mieux un diplôme de niveau secondaire).

Des personnes âgées qui commencent à souffrir de pertes cognitives, et des proches qui abusent de cela en leur volant de l'argent.

Exemple de maltraitance financière

Une personne âgée qui subit des blessures par autrui et qui n'est pas en mesure de se défendre par sa condition physique et/ou mentale.

Exemple de maltraitance physique

Crier sur une personne âgée parce qu'elle a de la difficulté à entendre.

Exemple de maltraitance psychologique

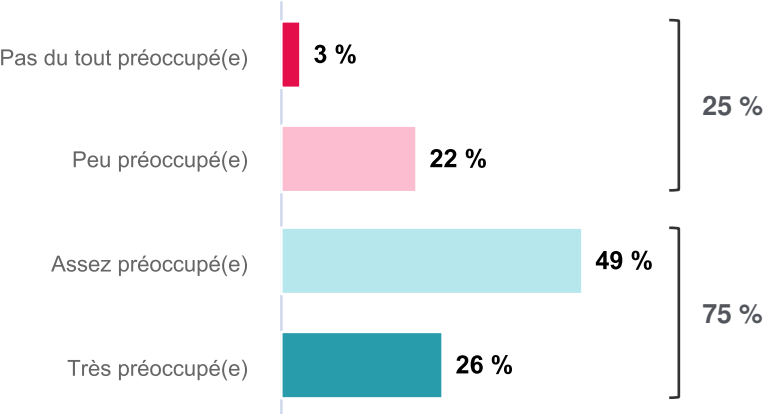
* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné une réponse en lien avec la catégorie.

PRÉOCCUPATION ET CONNAISSANCE DE LA MALTRAITANCE



QM2. Dans quelle mesure êtes-vous personnellement préoccupé(e) par la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 002



Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « **peu ou pas du tout préoccupé(e)** » :

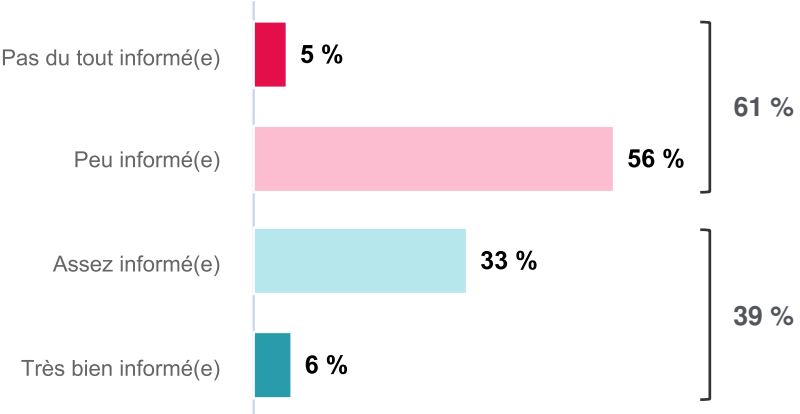
- 25 à 34 ans (36 %)
- Côté rarement ou jamais des personnes âgées ou adultes vulnérables dans la vie de tous les jours (33 %)
- Côté rarement ou jamais des personnes âgées ou adultes vulnérables dans son travail ou bénévolat (32 %)
- Homme (31 %)
- Diplômé universitaire (30 %)
- Non exposé à la campagne (29 %)
- Francophone (27 %)

Les trois quarts des adultes du Québec se sentent préoccupés par la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables. Très peu de répondants y sont totalement indifférents (3 %). **La population semble donc prendre le problème au sérieux.**

Entre autres groupes qui se démarquent, ceux qui ne côtoient pas de personnes à risque sont moins enclins à se sentir préoccupés.

QM3. Dans quelle mesure vous considérez-vous comme informé(e) sur le sujet de la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 010

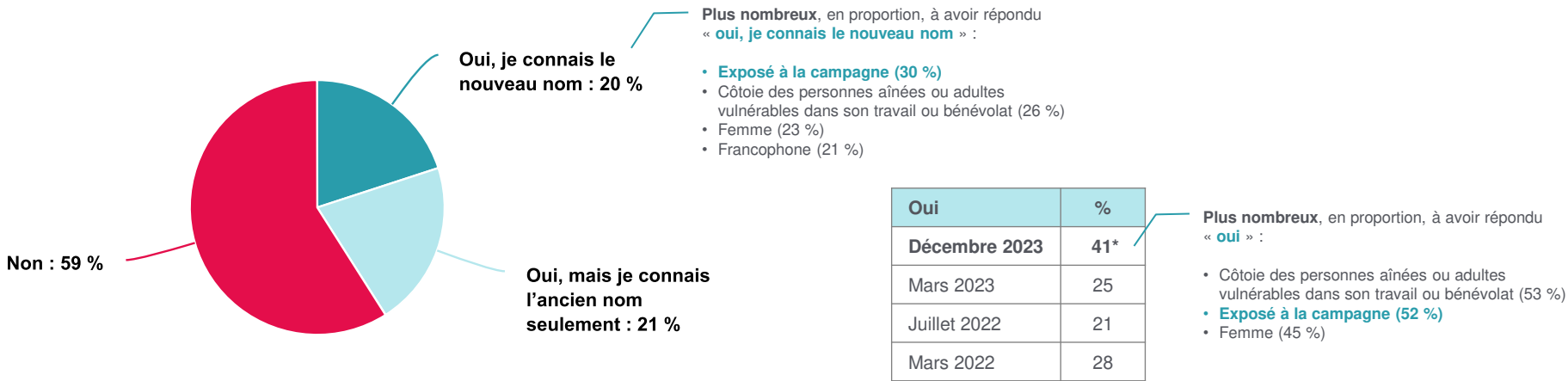


Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « **peu ou pas du tout informé(e)** » :

- 25 à 34 ans (78 %)
- Côté rarement ou jamais des personnes âgées ou adultes vulnérables dans la vie de tous les jours (73 %)
- Côté rarement ou jamais des personnes âgées ou adultes vulnérables dans son travail ou bénévolat (71 %)
- 35 à 44 ans (70 %)
- Non exposé à la campagne (70 %)

Malgré le niveau de préoccupation de la population, une faible proportion se considère suffisamment informée sur le sujet, ce qui témoigne de l'importance de communiquer à ce propos. La campagne du MSSS est donc très pertinente dans ce contexte.

QM4a. Connaissez-vous la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés », autrefois appelé « Ligne Aide Abus Aînés 1 888 489-ABUS » (1 888 489-2287)?
Base : tous, n : 1027



Les deux cinquièmes des répondants (41 %) connaissent la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés ». C'est de loin le plus haut taux de notoriété enregistré jusqu'à présent. C'est d'ailleurs au-dessus de l'objectif de 30 % fixé par le Ministère.

Une personne sur cinq affirme connaître le nouveau nom. Il faut toutefois interpréter ce résultat avec prudence considérant que les deux noms sont très similaires.

* La question a été modifiée en raison du nouveau nom de la ligne d'aide. Ainsi, la comparaison avec les mesures antérieures doit être faite en comprenant bien que l'observation de différences pourrait être causée par ce changement.

CONNAISSANCE DE LA LIGNE D'AIDE



QM4b1. Selon vous, quels sont les services offerts par la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés »?

Base : répondants qui connaissent la ligne d'aide, n : 414
Plusieurs réponses possibles*

Réponses	%
Offrir du soutien aux personnes qui appellent	81
Donner de l'information sur les ressources disponibles et les recours possibles	80
Référer la personne vers les intervenants pouvant lui venir en aide	80
Offrir une écoute active	77
Évaluer la situation décrite et son niveau de risque	70
Effectuer un suivi auprès de la personne	49
Porter plainte concernant l'augmentation des coûts d'un service	19
Aider à trouver une place en résidence ou en CHSLD	19
Ne sait pas, ne répond pas	3

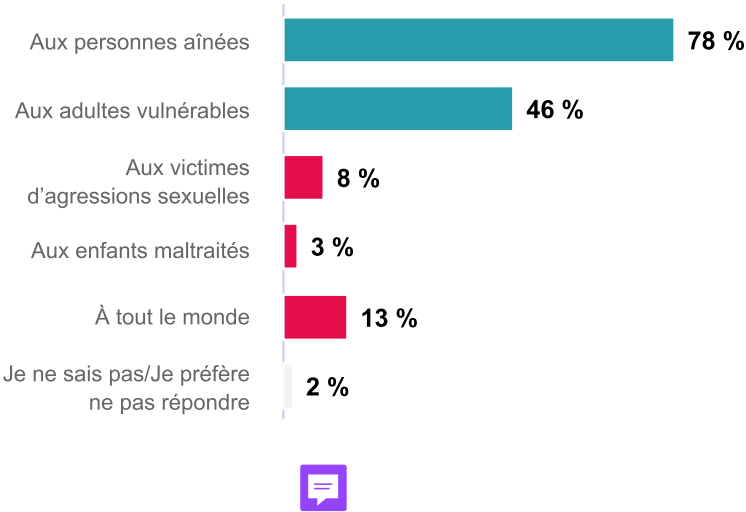
Cinq des six services réellement offerts par la ligne d'aide ont été correctement identifiés par au moins 70 % de ceux qui connaissent l'existence de la ressource.

Le service de suivi est moins connu; le Ministère pourrait potentiellement en faire la promotion.

Presque tous les répondants sont en mesure d'identifier au moins l'un des services offerts par la ligne d'aide (97 %). Notons cependant que seulement 17 % ont identifié les six services réellement offerts, sans se tromper.

QM6a. Selon vous, à qui s'adressent les services de la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés »?

Base : tous, n : 1 027
Plusieurs réponses possibles*



Si plus des trois quarts des répondants ont bien compris que la ligne d'aide s'adresse aux personnes âgées, moins de la moitié sait qu'elle dessert également les adultes vulnérables. Ce résultat n'étonne pas, considérant que cette clientèle n'est ciblée que depuis l'été dernier.

La grande majorité (84 %) a été en mesure de nommer au moins un des deux groupes visés par la ligne d'aide.

* Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement.



Chapitre 2

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE

- Bruit publicitaire et notoriété spontanée
- Notoriété des composantes publicitaires
- Notoriété assistée de la campagne
- Bouche-à-oreille et usure publicitaire
- Compréhension de la campagne
- Appréciation et impact de la campagne
- Aisance à intervenir

BRUIT PUBLICITAIRE ET NOTORIÉTÉ SPONTANÉE

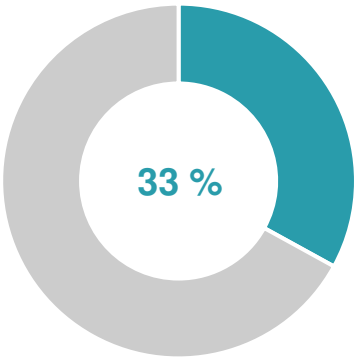


BRUIT PUBLICITAIRE

QB1. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait de la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables?

Base : tous, n : 1 027

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



NOTORIÉTÉ SPONTANÉE

QB2. Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue, lue ou entendue? Veuillez la décrire de la façon la plus précise possible.

Base : tous, n : 1 027*

Question ouverte, une seule réponse possible**

Réponses	%
MSSS 2023 : La maltraitance peut prendre plusieurs formes	6
MSSS 2022 : Ne laissez pas la maltraitance vous diminuer	2
MSSS 2023 : Ligne d'aide	2
MSSS 2023 : Série avec Jean-Sébastien Girard	1
Publicité sur la maltraitance (sans précision)	1
Aucune	67
Ne sait pas, ne se souviens pas	12

9 %

Si le tiers des Québécois affirme avoir été exposés à une publicité sur la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables, seulement un répondant sur dix (9 %) se souvient spontanément de l'une des publicités du MSSS de l'édition 2023.

Une vieille dame qui énumère les noms des gens autour d'elle et une autre voix qui décrit comment ces personnes la maltraitent.

À la télé, une publicité donnant le numéro de téléphone à contacter si on est victime ou témoin de maltraitance envers un(e) aîné(e) ou une personne vulnérable.

J'ai regardé les capsules de Jean-Sébastien Girard et sa mère concernant la maltraitance aux aînés.

* Cette question était posée uniquement aux répondants qui ont donné une réponse positive à la question B1. Elle est toutefois ici reportée sur l'ensemble des répondants (ceux qui avaient répondu « non » à B1 correspondent au choix « aucune ») pour apprécier la notoriété spontanée de la campagne sur l'ensemble de la population cible.

** Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné une réponse en lien avec la catégorie.

NOTORIÉTÉ DU CONTENU PUBLICITAIRE ICI TOU.TV



QC1. Voici un extrait vidéo. Veuillez l'écouter attentivement.
Vous souvenez-vous d'avoir vu cette publicité avant aujourd'hui?

Base : francophones, n : 950



Bande-annonce



9 % de « oui »



Extrait de la série

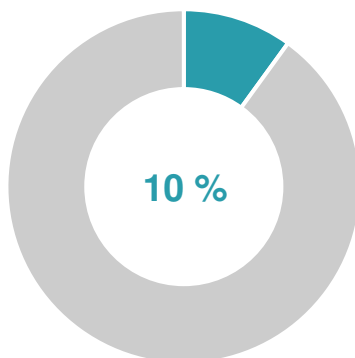


5 % de « oui »

Notoriété du contenu publicitaire

Base : francophones, n : 950

Le graphique présente le pourcentage de francophones exposés à l'une ou l'autre des composantes

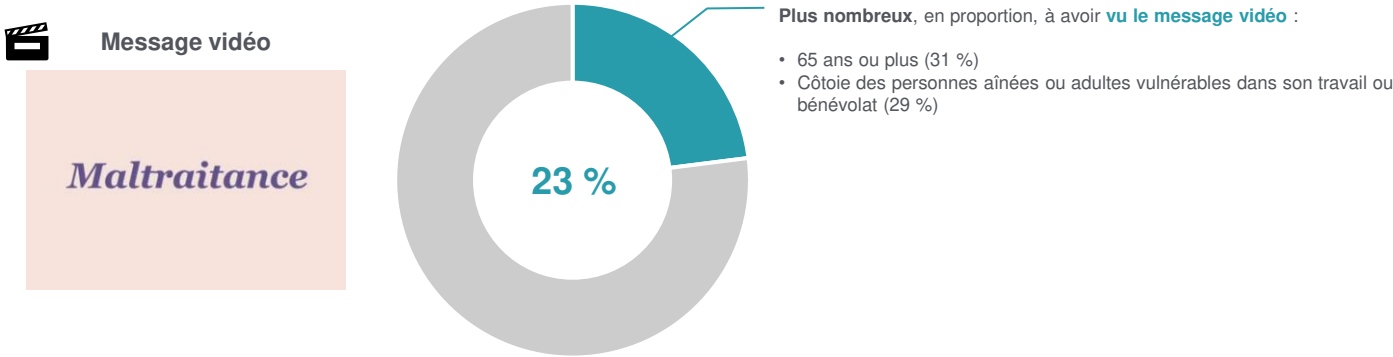


La bande-annonce a été vue par 9 % des adultes québécois francophones, alors que seulement 5 % ont vu au moins un épisode de la série. **C'est donc le dixième (10 %) de ces répondants qui ont été exposés**, d'une manière ou d'une autre, à ce contenu publicitaire avant le sondage. Considérant le format et les investissements médias, ce résultat apparaît satisfaisant.

QC3. Voici une courte vidéo diffusée récemment. Vous souvenez-vous d'avoir vu cette vidéo avant aujourd'hui?

Base : francophones, n : 950

Le graphique présente le taux de notoriété, c'est-à-dire le pourcentage de « oui »



Le message vidéo a rejoint le quart des adultes francophones (23 %).
Les personnes plus âgées y ont été davantage exposées.

NOTORIÉTÉ DES MESSAGES AUDIO

QC4. Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines.
Veuillez l'écouter attentivement.

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message audio avant aujourd'hui?

Base : tous : 1 027



Message audio de
30 secondes

31 % de « oui »

QC5. Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines.
Veuillez l'écouter attentivement.

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message audio avant aujourd'hui?

Base : tous, n : 1 027



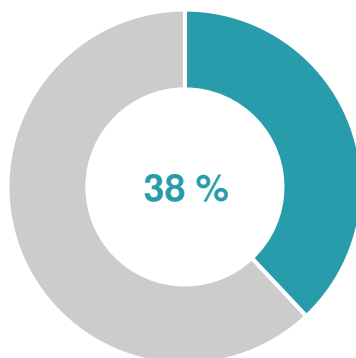
Message audio de
15 secondes

27 % de « oui »

Notoriété des messages audio

Base : tous, n : 1 027

Le graphique présente le pourcentage de répondants **exposés à l'un ou l'autre des messages audio**



À eux deux, les messages audio ont rejoint deux adultes québécois sur cinq. Soulignons que le message de 30 secondes a eu une portée légèrement supérieure à celui de 15 secondes. Par ailleurs, les répondants âgés de 55 à 64 ans affichent un taux de notoriété globale plus élevé (48 %).

NOTORIÉTÉ DU PUBLIREPORTAGE ET DU VISUEL ANIMÉ



QC6. Voici un publireportage diffusé récemment.
Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu cet article avant aujourd'hui?
Base : francophones, n : 950

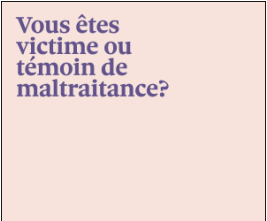
 **Publireportage**



10 % de « oui »

QC7. Voici un visuel animé diffusé au cours des dernières semaines.
Vous souvenez-vous d'avoir vu ce visuel avant aujourd'hui?
Base : tous, n : 1 027

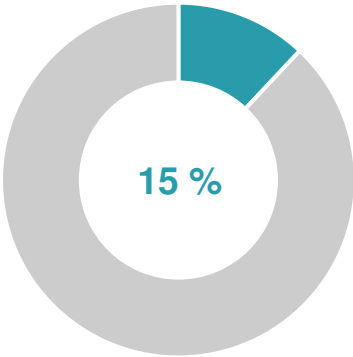
 **Visuel animé**



12 % de « oui »

Notoriété des composantes visuelles
Base : tous, n : 1 027

Le graphique présente le pourcentage de répondants **exposés à l'une ou l'autre des composantes visuelles**



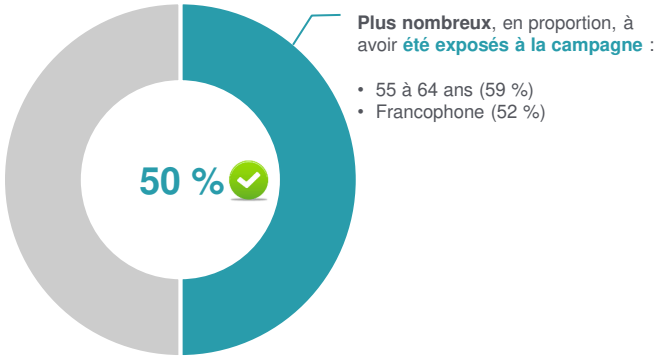
Un répondant sur sept a été exposé au publireportage ou au visuel animé. Il s'agit d'une performance acceptable pour des composantes numériques. La notoriété grimpe à 21 % chez ceux qui côtoient des personnes âgées ou des adultes vulnérables dans le cadre de leur travail ou de leur bénévolat.

NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE



Composantes évaluées	%	
	Contenu publicitaire ICI Tou.tv Bande-annonce Francophones (n : 950)	9
	Contenu publicitaire ICI Tou.tv Extrait de la série Francophones (n : 950)	5
<i>Maltraitance</i>	Message vidéo Francophones (n : 950)	23
	Message audio 30 secondes Tous (n : 1 027)	31
	Message audio 15 secondes Tous (n : 1 027)	27
	Publireportage Francophones (n : 950)	10
	Visuel animé Tous (n : 1 027)	12

Notoriété totale de la campagne
Base : tous, n : 1 027
Le graphique présente le pourcentage de
répondants exposés à l'une ou l'autre des composantes de la campagne



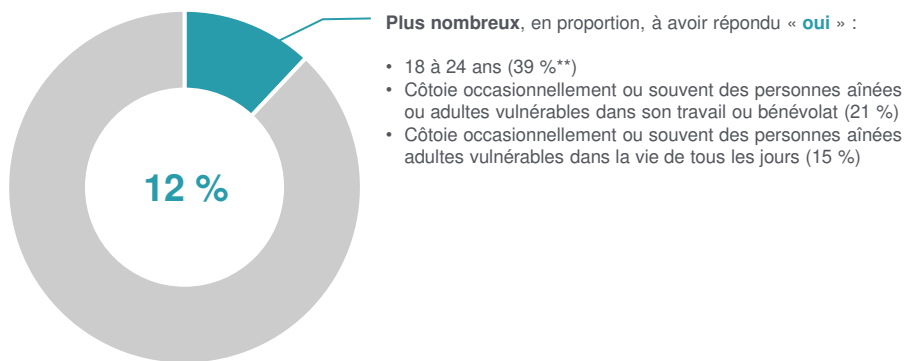
Toutes composantes confondues, la campagne a rejoint la moitié des adultes du Québec. Ceci surpasse largement l'objectif de 35 % fixé par le Ministère. Les publicités audio sont celles qui ont le plus contribué à la notoriété.

Par ailleurs, les 55 à 64 ans ont été davantage exposés à la campagne, contrairement aux 25 à 34 ans (36 %).

QD11. Avez-vous parlé de cette campagne avec vos proches (parents, amis ou collègues)?

Base : répondants exposés à l’une ou l’autre des composantes de la campagne avant le sondage, n : 537

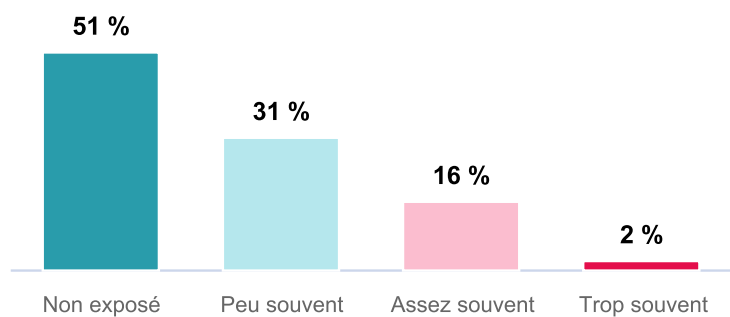
Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Le dixième des répondants exposés à la campagne en ont parlé avec leur entourage. Ceux qui côtoient des personnes âgées ou des adultes vulnérables dans leur vie personnelle ou professionnelle l’ont davantage fait. C’est également le cas des jeunes de 18 à 24 ans, mais il faut interpréter ce résultat avec prudence considérant la petite taille de l’échantillon.

QD10. Diriez-vous que vous avez vu ou lu ces publicités...?

Base : tous, excluant la non-réponse n : 1 015*



Quatre Québécois sur cinq (82 %) ont été peu souvent (ou pas) exposés à la campagne. Le matériel publicitaire pourrait donc être rediffusé si le Ministère le souhaite.

* La question D10 était posée uniquement aux répondants exposés à la campagne avant le sondage. Toutefois, le résultat est ici reporté sur la base de tous les répondants de l’étude : ceux qui n’ont pas été exposés ont été classés dans le choix « non-exposé à la campagne ».

** Résultat à interpréter avec prudence en raison du faible effectif de répondants (n=30).

20

QD1. Les publicités que vous venez de voir font partie d’une même campagne.
Selon vous, qu’est-ce qu’on a souhaité transmettre comme message dans cette campagne?
Base : tous, n : 1 027

Question ouverte, une seule réponse possible*

Message	%
Il y a des services d'aide pour les personnes victimes de maltraitance	24
Il faut dénoncer la maltraitance	23
Sensibiliser le public sur la maltraitance envers les personnes âgées	13
Il faut mettre fin à la maltraitance des personnes âgées	8
Il faut reconnaître les formes de maltraitance envers les personnes âgées	8
Il existe plusieurs formes de maltraitance	8
Il faut bien traiter les personnes âgées et les adultes vulnérables	7
Il ne faut pas hésiter à demander de l'aide si on est victime de maltraitance	2
Il faut écouter les personnes âgées et les adultes vulnérables	1
Ne sait pas, ne répond pas	6

- Réponses en lien avec la dénonciation de la maltraitance : **31 %**
- Réponses en lien avec la sensibilisation envers la maltraitance et ses différentes formes : **29 %**
- Réponses en lien avec l’existence d’aide face à la maltraitance : **26 %**

✓ **C'est la grande majorité (86 %) des répondants qui décrivent un message effectivement véhiculé par la campagne.** L’objectif du Ministère était de 70 %, il est donc facilement atteint.

Plus spécifiquement, certains relèvent l'importance d’intervenir en cas de maltraitance (en orangé, 31 %), d’autres retiennent un message de sensibilisation à la maltraitance et à ses différentes formes (en bleu, 29 %) et, enfin, certains soulignent que de l'aide existe (en vert, 26 %).

En analysant les verbatim, on constate que plusieurs n’associent pas les adultes vulnérables aux publicités. Le MSSS pourrait considérer mettre plus d’importance sur ce groupe lors des prochaines campagnes sur le sujet.

La maltraitance envers les aînés vulnérables existe et elle doit être dénoncée. Il faut aussi éduquer la population à reconnaître certains signes pour qu'ils puissent la dénoncer.

On a voulu sensibiliser les citoyens au problème de maltraitance. On invite les gens à s'informer et à dénoncer s'ils sont témoins d'abus.

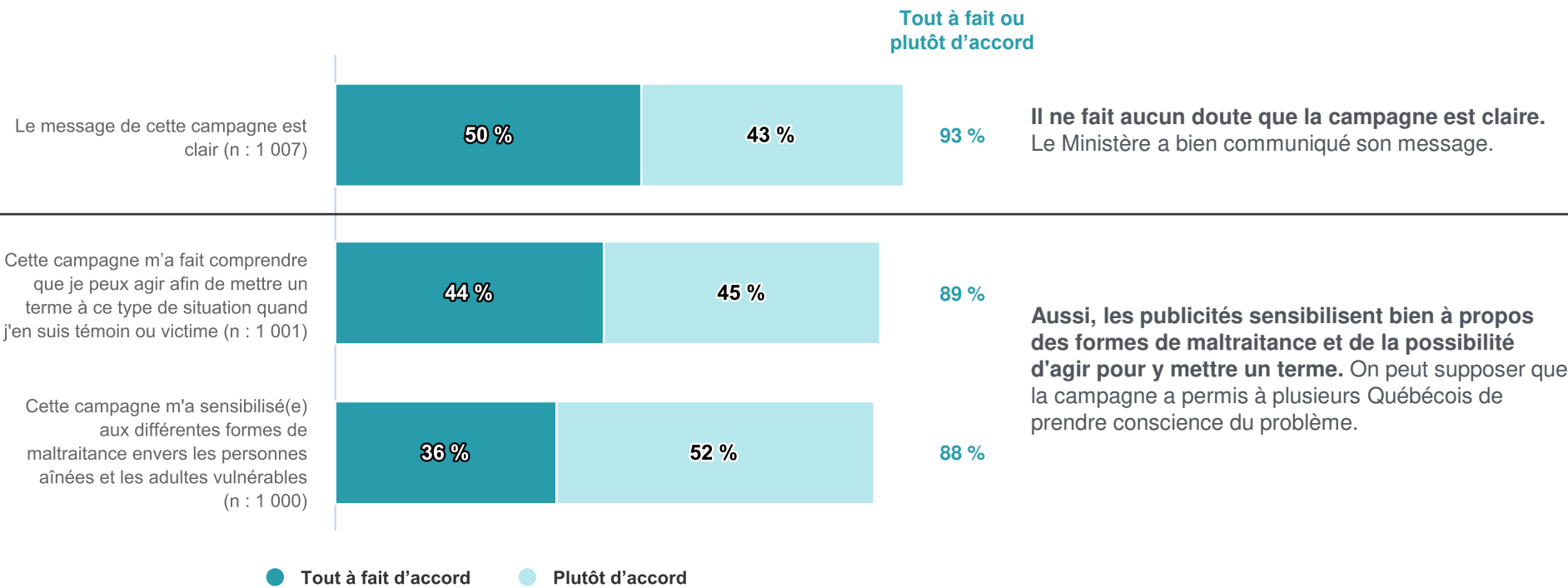
Qu'il y a des ressources qui viennent en aide aux personnes âgées qui subissent des abus de toutes sortes ou qui sont oubliées par leurs proches.

* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné une réponse en lien avec la catégorie.

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE



QD2 à QD4. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.
Base : tous, excluant la non-réponse

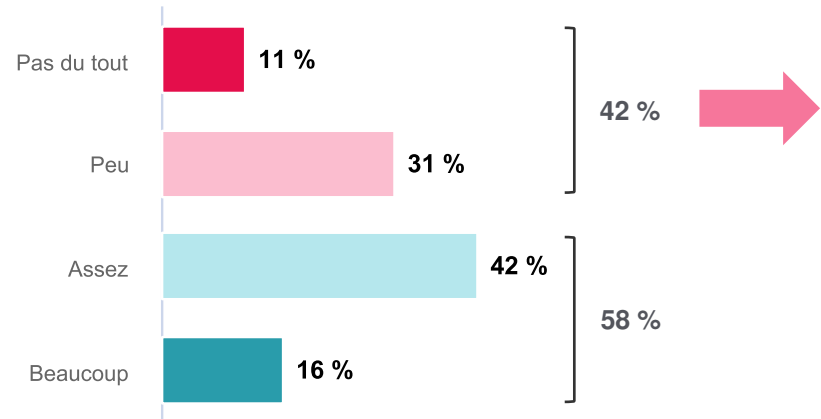


IMPACT DE LA CAMPAGNE



QD5. Dans quelle mesure vous êtes-vous personnellement senti(e) interpellé(e) par cette campagne?

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 000



Plus nombreux, en proportion, à avoir répondu « peu ou pas du tout » :

- Côté rarement ou jamais des personnes âgées ou adultes vulnérables dans la vie de tous les jours (59 %)
- 25 à 34 ans (55 %)
- Côté rarement ou jamais des personnes âgées ou adultes vulnérables dans son travail ou bénévolat (49 %)
- Diplômé universitaire (49 %)
- Non exposé à la campagne (47 %)
- Homme (46 %)

Deux répondants sur cinq ne se sont pas sentis interpellés par la campagne. C'est davantage le cas chez les répondants qui ne côtoient pas de personnes âgées ou d'adultes vulnérables.

Près de la moitié de ceux qui ne se sont pas sentis concernés (45 %) explique leur détachement par le fait de **ne pas connaître de personne touchée par la maltraitance**.

QD6. Pour quelle(s) raison(s) ne vous êtes-vous pas senti(e) interpellé(e) par cette campagne?

Base : répondants qui se sont sentis peu ou pas du tout interpellés, n : 413

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*
Le tableau présente les catégories mentionnées par au moins 2 % des répondants

Réponses	%
Ne connaît personne dans cette situation	45
Ne subit pas de maltraitance	15
La situation ne s'applique pas	6
N'a pas été interpellé par les publicités de la campagne	5
Prend soin de ses aînés	4
Est déjà suffisamment informé	4
La publicité n'est pas claire	2
N'aime pas les publicités de la campagne	2
Ne sait pas, ne répond pas	24

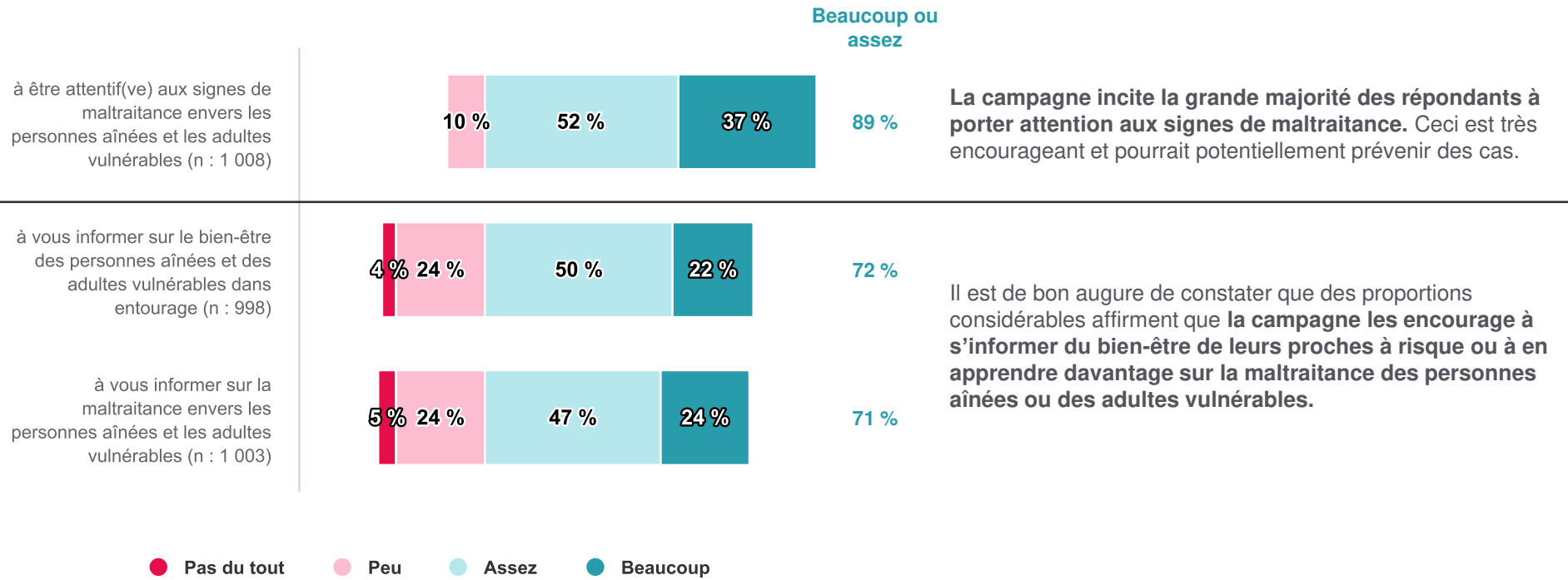
Je n'ai plus de grands-parents et mes parents sont très bien traités par ma famille, donc ça ne vient pas me chercher personnellement.

Car je n'ai pas l'impression d'être témoin de maltraitance envers ce groupe de personnes dans ma situation personnelle.

IMPACT DE LA CAMPAGNE (SUITE)



QD7 à QD9. Dans quelle mesure cette campagne vous incite-t-elle...?
Base : tous, excluant la non-réponse

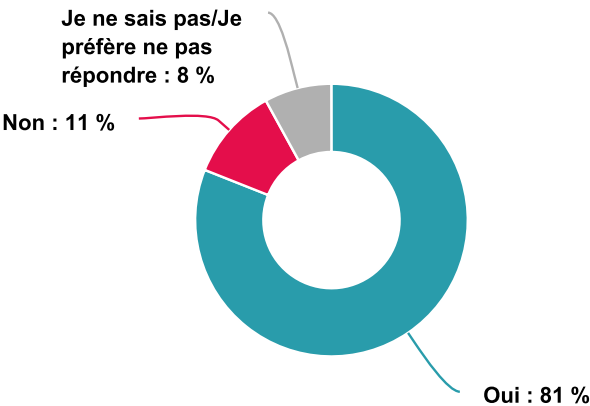


AISANCE À INTERVENIR



QD12. Après avoir vu ou lu ces publicités, seriez-vous à l'aise d'intervenir ou de faire appel à la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés » (1 888 489-ABUS; 1 888 489-2287) si vous étiez témoin de maltraitance envers une personne aînée ou un adulte vulnérable?

Base : tous, n : 1 027



Moins nombreux, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- 25 à 34 ans (67 %)
- Côté rarement ou jamais des personnes aînées ou adultes vulnérables dans la vie de tous les jours (74 %)
- Non-exposé à la campagne (77 %)

Une proportion substantielle de Québécois (81 %) se sentiraient à l'aise d'agir en situation de maltraitance.

Il est toutefois difficile d'expliquer le malaise de ceux qui sont d'avis contraire (65 % de non-réponse), mais l'idée d'intervenir semble susciter de l'appréhension chez certains.

QD13. Pour quelle(s) raison(s) ne seriez-vous pas à l'aise d'intervenir?

Base : répondants qui ne sentent pas à l'aise d'intervenir ou de faire appel à la Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés, n : 96

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*
 Le tableau présente les catégories mentionnées par au moins 3 % des répondants

Réponses	%
Ne veut pas se mêler de ce qui ne le regarde pas	13
Ne sait pas comment aider	8
Le manque de confiance	4
Le processus est complexe	3
C'est inutile	3
Ne sait pas, ne répond pas	65

Je ne suis pas à l'aise de demander de l'aide pour moi ou les personnes autour. Ce n'est pas naturel pour moi d'utiliser de tels outils.

Parce que je ne sais pas de quoi je me mêle. J'aurais peur de créer des dommages collatéraux plus dommageables.

* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie.



Conclusions

CONCLUSIONS



Une population préoccupée, mais pas suffisamment informée

Les adultes québécois ne sont pas indifférents à la maltraitance à l'endroit des personnes âgées et des adultes vulnérables. Les trois quarts d'entre eux se montrent préoccupés à ce sujet et seulement 3 % ne le sont aucunement. Malgré cela, la majorité de la population s'estime peu ou pas du tout informée (61 %), d'où l'importance de faire des campagnes de sensibilisation telles que celle proposée par le Ministère.

Une bonne notoriété pour la ligne d'aide et les services qu'elle offre

Alors que le Ministère souhaitait que 30 % des adultes québécois soient au courant de l'existence de la ligne téléphonique, elle est connue par 41 % d'entre eux. En mai dernier, la « Ligne Aide Abus Aînés » fut renommée « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés ». Ce sont 20 % des répondants qui disent connaître le nouveau nom. Il faut toutefois faire preuve de discernement en interprétant ce résultat, considérant la similarité des deux appellations. Soulignons également que des proportions importantes de répondants qui connaissent cette ressource sont en mesure de repérer correctement la plupart des services offerts par la ligne d'aide. Le bilan est donc positif.

La campagne affiche une notoriété totale au-delà des attentes du Ministère

La campagne a rejoint la moitié de la population ciblée, ce qui est largement au-dessus de l'objectif de 35 %. Ceci est grandement dû aux messages audio, qui ont eu la plus grande portée (38 %). Les autres composantes ont obtenu des taux de notoriété convenables.

La campagne véhicule ses messages efficacement et permet d'avancer dans la bonne direction

La grande majorité des répondants ont compris les messages effectivement véhiculés par la campagne (86 %), dépassant ainsi la cible de 70 % fixé par le Ministère. Les messages retenus sont en lien avec la dénonciation de la maltraitance, la sensibilisation envers la maltraitance ou l'existence de services d'aide. En outre, neuf répondants sur dix sont d'avis que la campagne sensibilise sur les formes de maltraitance envers les personnes vulnérables ou fait comprendre qu'on peut agir pour qu'elles cessent.

La campagne a un impact considérable chez ceux qui y sont exposés (avant ou pendant le sondage), car la très forte majorité (89 %) soutient qu'elle incite à porter attention aux signes de la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables. Certains seront possiblement proactifs pour prévenir la maltraitance puisque sept répondants sur dix affirment que les publicités les encouragent à s'informer du bien-être des personnes à risque dans leur entourage (72 %) ou à se renseigner davantage sur la maltraitance (71 %). La campagne semble aussi avoir bien outillé les répondants étant donné que 81 % d'entre eux se sentiraient à l'aise d'intervenir ou de contacter la ligne d'aide s'ils étaient confrontés à un cas de maltraitance.



Annexe 1

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

PLAN DE SONDAGE

Population cible

La population cible est constituée des adultes (18 ans ou plus) québécois.

Bases de sondage

Le panel Or web de SOM. Il s'agit d'un panel probabiliste constitué d'internautes recrutés aléatoirement dans le cadre de nos sondages téléphoniques auprès de la population adulte en général.

Un panel externe non probabiliste.

Plan d'échantillonnage

Un échantillon de membres du panel Or a été tiré à l'aide d'un algorithme visant la meilleure représentativité possible en fonction de la région, de l'âge, du genre, de la langue maternelle, de la scolarité, du statut de propriétaire ou de locataire et de la taille du ménage. Un panel externe a été utilisé pour joindre certains sous-groupes de répondants en quantité suffisante, notamment les jeunes et les individus moins scolarisés.

Au total, le sondage compte 1 027 répondants, dont 814 proviennent du panel Or de SOM, qui se répartissent de la façon suivante :

- RMR (région métropolitaine de recensement) de Montréal : 491 répondants;
- RMR de Québec : 133 répondants;
- Ailleurs au Québec : 403 répondants.

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été conçu par le MSSS, puis révisé, traduit et programmé par SOM. Le questionnaire était disponible en français et en anglais. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.

COLLECTE

Période de collecte

Du 18 au 21 décembre 2023.

Mode de collecte

- Questionnaire autoadministré par internet.
- Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or et par le fournisseur externe pour le panel externe.
- Collecte web sur les serveurs de SOM.

Résultats administratifs

Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse est de 25,9 % pour le panel Or de SOM.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	3 295	Désabonnement	2
Nombre d'entrevues visées	790	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 143
Invitations envoyées (A)	3 145	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	21	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	814	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	814	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	8	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	113	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	36,3 %
Abandon durant le questionnaire	206	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	71,2 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	25,9 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée sur la base des adultes, en tenant compte des variables énumérées ci-dessous, pour chacune des trois grandes régions du Québec (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec) :

- La distribution conjointe d'âge (18-24 ans, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans ou plus) et de genre;
- La proportion d'adultes vivant seuls;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- La langue maternelle (français seulement, autre);

Données de population utilisées : recensement de 2021.

Méthode : une pondération multivariée à 10 itérations par la méthode itérative du quotient est réalisée pour assurer une représentation fidèle à toutes ces distributions.

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 variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

À noter qu'une faible partie de l'échantillon est non probabiliste (utilisation d'un panel externe non probabiliste). Aussi, les marges d'erreur sont présentées à titre indicatif.

Les marges d'erreur présentées à la page suivante sont calculées au niveau de confiance de 95 % et tiennent compte de l'effet de plan.

L'effet de plan apparaît lorsque les questionnaires remplis ne sont pas répartis proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou 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. Par exemple, au tableau de la page suivante, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 758 ($1\,027 \div 1,355$).

Le tableau de la page suivante affiche les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Région			
	Ensemble	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1027	133	491	403
EFFET DE PLAN	1,355	1,210	1,318	1,402
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,7 %	1,9 %	1,0 %	1,2 %
95 % ou 5 %	1,6 %	4,1 %	2,2 %	2,5 %
90 % ou 10 %	2,1 %	5,6 %	3,0 %	3,5 %
80 % ou 20 %	2,8 %	7,5 %	4,1 %	4,6 %
70 % ou 30 %	3,3 %	8,6 %	4,7 %	5,3 %
60 % ou 40 %	3,5 %	9,2 %	5,0 %	5,7 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,6 %	9,3 %	5,1 %	5,8 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





**Évaluation postcampagne « Maltraitance des personnes âgées et personnes vulnérables
2023-2024 »
Ministère de la Santé et des Services sociaux**

/*Objectifs :

1. Atteindre une proportion de 35 % des répondants sondés qui se souviendront d'avoir été exposés à la campagne lors de son déploiement (notoriété assistée totale).
2. Observer que 70 % des personnes exposées aux pièces publicitaires sont en mesure d'identifier au moins un message de la campagne (question ouverte).
3. Après avoir été exposés aux pièces de la campagne, obtenir une proportion d'au moins 30 % des répondants qui connaissent l'existence de la Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés.*

Q_Bi Bienvenue dans ce questionnaire!
->>calCON

Q_MP *mot de passe* _____
Q_PID *ID fournisseur* _____

/*Description des strates
1=Panel Or
997=Fournisseur*/

Q_sicalCON si strate=1->M4a
->>CON

Q_siCON si q#PID=1->OUT /*Test logique à modifier*/
->>AGEGRP2EXT

Q_AGEGRP2EXT À quel groupe d'âge appartenez-vous?

- 1=18-24 ans
- 2=25-34 ans
- 3=35-44 ans
- 4=45-54 ans
- 5=55-64 ans
- 6=65-74 ans
- 7=75-84 ans
- 8=85 ans ou plus

Q_EXTSE5 Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez terminé**))?

- 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)

/*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=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 médecine 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 (précisez dans la boîte ci-dessous) <précisez>
 99=*Je préfère ne pas répondre

Q_EXTRMR Dans quelle région habitez-vous?

2=Grande région de Montréal (île de Montréal; Laval et la couronne nord; couronne sud)
 1=Grande région de Québec (ville de Québec et villes en périphérie; Rive-Sud, incluant Lévis et les villes en périphérie de Lévis)
 3=Ailleurs au Québec
 4=Je n'habite pas au Québec->OUT

Q_sicalEXT si (strate=997 et q#AGEGRP2EXT=5,6,7,8)->OUT
 si (strate=997 et q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=4,5,6,7,8,9,10,90,99)->OUT
 ->>calQuot

Q_incalquot lorsque (strate=997 et q#AGEGRP2EXT=1) alors q#QUOTA1=1 et
 lorsque (strate=997 et q#AGEGRP2EXT=2) alors q#QUOTA1=2 et
 lorsque (strate=997 et q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=1,2,3) alors q#QUOTA1=3
 ->>calOut1

Q_QUOTA1 *Quota âge/scolarité fournisseur*
 1=18-24 ans (70)
 2=25-34 ans (70)
 3=35-54 ans diplôme inf au collégial (70)

Q_sicalOut1 si quota1 atteint->finquota
 ->>M4a

/*Perceptions et connaissance de la maltraitance*/

Q_M4a Connaissez-vous la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés », autrefois appelé « Ligne Aide Abus Aînés 1 888 489-ABUS » (1 888 489-2287)?

1=Oui, je connais le nouveau nom
 2=Oui, mais je connais l'ancien nom ((G **seulement**))
 3=Non->M6a

Q_M4b1 Selon vous, quels sont les services offerts par la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés »? *Veuillez cocher tout ce qui s'applique*

*rotation
 *choix multiples
 *choixMinMax=1,8
 *selectif=9

/*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=Offrir du soutien aux personnes qui appellent /*bonne réponse*/
- 2=Offrir une écoute active /*bonne réponse*/
- 3=Évaluer la situation décrite et son niveau de risque /*bonne réponse*/
- 4=Donner de l'information sur les ressources disponibles et les recours possibles /*bonne réponse*/
- 5=Référer la personne vers les intervenants pouvant lui venir en aide /*bonne réponse*/
- 6=Effectuer un suivi auprès de la personne /*bonne réponse*/
- 7=Aider à trouver une place en résidence ou en CHSLD
- 8=Porter plainte concernant l'augmentation des coûts d'un service
- 9=*Je ne sais pas

Q_M6a

Selon vous, à qui s'adressent les services de la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés »? *Veuillez cocher tout ce qui s'applique*

*rotation

*choix multiples

*choixminmax=1,4

*Selectif=98,99

- 1=Aux personnes âgées /*bonne réponse*/
- 2=Aux adultes vulnérables /*bonne réponse*/
- 3=Aux enfants maltraités
- 4=Aux victimes d'agressions sexuelles
- 98=*((F #53555C À tout le monde))
- 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Coder 1 mention*/

Q_M1

À quoi pensez-vous lorsqu'il est question de maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables? Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit en premier?

*exclusif=(M1,M1nsp)

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

Q_M2

Dans quelle mesure êtes-vous personnellement préoccupé(e) par la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables?

- 1=Pas du tout préoccupé(e)
- 2=Peu préoccupé(e)
- 3=Assez préoccupé(e)
- 4=Très préoccupé(e)
- 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_M3

Dans quelle mesure vous considérez-vous comme informé(e) sur le sujet de la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables?

- 1=Pas du tout informé(e)
- 2=Peu informé(e)
- 3=Assez informé(e)

/*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=Très bien informé(e)
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Bruit publicitaire et notoriété spontanée*/

Q_B1 Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait de la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables?

1=Oui
2=Non->calC1

Q_B2 Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue, lue ou entendue? Veuillez la décrire de la façon la plus précise possible.

*exclusif=(B2,B2nsp)

<<
<< _____ >>
99=*Je ne sais pas/Je ne m'en souviens pas*suf nsp>>

/*Notoriété assistée de la campagne (Diffusion : du 13 novembre au 17 décembre 2023) */

/*Bande-annonce 15 secondes (français seulement) : MSSS_TEASER_ONL_MP4 HiRes*/

Q_sicalC1 si langue=F->C1
->>C4

Q_C1 Voici un extrait vidéo. Veuillez l'écouter attentivement.

((V 0690d0b11a1ee0c18f/1ac0c47cde6c9bc4))

Vous souvenez-vous d'avoir vu cette publicité avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod),(audio,audio-mod)

1=Oui
2=Non
7=J'ai un problème technique/Je ne peux pas voir la vidéo

/*Série « La maltraitance, parlons-en » (français seulement) : extraire la première minute (ou environ) du fichier : MSSS_EP_04_ONL_MP4 HiRes*/

Q_C2 Voici un extrait vidéo. Veuillez l'écouter attentivement.

((V 4490d0b11e1de5c9cd/cc050aa987b46b2e))

Cet extrait fait partie d'une série diffusée récemment. Vous souvenez-vous d'avoir vu cet épisode ou un autre épisode de la série avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod),(video,video-mod)

1=Oui
2=Non
7=J'ai un problème technique/Je ne peux pas voir la vidéo

/*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*/

/*Vidéo 15 secondes (français seulement) : MSSS23-202648-F1-W15_secondes_télé*/

Q_C3 Voici une courte vidéo diffusée récemment.

((V 4d90d0b11e1de4c5c4/78590e352822ad67))

Vous souvenez-vous d'avoir vu cette vidéo avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui

2=Non

7=J'ai un problème technique/Je ne peux pas voir la vidéo

/*Audio 30 secondes (français et anglais) : Maltraitance 30 secondes MSSS23-202648-F1-W30 FR et Maltraitance - ENG 30 secondes MSSS23-202648-A1-W30 EN*/

Q_C4 Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement.

((A AUDIO2FR))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message audio avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod),(audio,audio-mod2)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique/Je ne peux pas entendre le message

/*Audio 15 secondes (français et anglais) : Maltraitance 15 secondes MSSS23-202648-F1-W15 FR et Maltraitance - ENG 15 secondes MSSS23-202648-A1-W15 EN */

Q_C5 Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement.

((A AUDIO3FR))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message audio avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod),(audio,audio-mod2)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique/Je ne peux pas entendre le message

/*Partenariat de contenu (français seulement) : LaPresse XTRA Maltraitance*/

Q_sicalC6 si langue=F->C6

->>C7

Q_C6 Voici un publiereportage diffusé récemment. *Cliquer pour agrandir l'image*

((M LPXTRA.PNG, SM-6))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu cet article avant aujourd'hui?

1=Oui

2=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*/

Q_C7 Voici un visuel animé diffusé au cours des dernières semaines.

((M GIFFR.GIF, SM-6))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce visuel avant aujourd'hui?

1=Oui
2=Non

/*Évaluation de la campagne*/

Q_D1 Les publicités que vous venez de voir font partie d'une même campagne. Selon vous, qu'est-ce qu'on a souhaité transmettre comme message dans cette campagne?

<< _____ >>

Q_D2 Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.

Le message de cette campagne est clair

*format matriciel
*pasdelegende

1=Tout à fait en désaccord
2=Plutôt en désaccord
3=Plutôt d'accord
4=Tout à fait d'accord
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_D3 Cette campagne m'a sensibilisé(e) aux différentes formes de maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables

*format matriciel

Q_D4 Cette campagne m'a fait comprendre que je peux agir afin de mettre un terme à ce type de situation quand j'en suis témoin ou victime

*format matriciel

Q_D5 Dans quelle mesure vous êtes-vous personnellement senti(e) interpellé(e) par cette campagne?

1=Pas du tout
2=Peu
3=Assez->D7
4=Beaucoup->D7
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->D7

/*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_D6 Pour quelle(s) raison(s) ne vous êtes-vous pas senti(e) interpellé(e) par cette campagne?

*Exclusif=(D6,D6NSP)

<<
<<_____>>
99=Je ne sais pas*suf NSP>>

Q_D7 Dans quelle mesure cette campagne vous incite-t-elle...?

À vous informer sur le bien-être des personnes âgées et des adultes vulnérables dans votre entourage

*format matriciel
*pasdelegende

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

Q_D8 À être attentif(ve) aux signes de maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables

*format matriciel

Q_D9 À vous informer sur la maltraitance envers les personnes âgées et les adultes vulnérables

*format matriciel

/*Poser D10-D11 aux répondants qui ont été exposés à la campagne avant le sondage (oui à l'une ou l'autre des questions C; sinon D12*/

Q_sicalD10 si (q#C1=1 ou q#C2=1 ou q#C3=1 ou q#C4=1 ou q#C5=1 ou q#C6=1 ou q#C7=1)->D10
->>D12

Q_D10 Diriez-vous que vous avez vu ou lu ces publicités...?

1=Peu souvent
2=Assez souvent
3=Trop souvent
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_D11 Avez-vous parlé de cette campagne avec vos proches (parents, amis ou collègues)?

1=Oui
2=Non
9=*Je ne sais pas/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_D12 /*C8*/ Après avoir vu ou lu ces publicités, seriez-vous à l'aise d'intervenir ou de faire appel à la « Ligne Aide Maltraitance Adultes Aînés » (1 888 489-ABUS; 1 888 489-2287) si vous étiez témoin de maltraitance envers une personne aînée ou un adulte vulnérable?

1=Oui->SD1

2=Non

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->SD1

Q_D13 Pour quelle(s) raison(s) ne seriez-vous pas à l'aise d'intervenir?

*Exclusif=(D13,D13NSP)

<<

<< _____ >>

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

Q_SD1 En excluant votre emploi, côtoyez-vous des personnes aînées ou des adultes vulnérables (parents, voisins, amis, etc.) dans votre vie de tous les jours?

1=Jamais

2=Rarement

3=Occasionnellement

4=Souvent

9=*Je préfère ne pas répondre

Q_SD2 Côtoyez-vous des aînés ou des adultes vulnérables dans le cadre de votre travail ou de votre bénévolat?

1=Jamais

2=Rarement

3=Occasionnellement

4=Souvent

8=*Je ne travaille pas, je ne suis pas bénévole

9=*Je préfère ne pas répondre

/*Variables sociodémographiques (7) : âge, genre, scolarité, langue maternelle, code postal, région, taille du ménage*/

Q_sicalAGE si strate=997->putAGEp1
->>AGEGRP2

Q_inputAGEp1 q#AGEGRP2=q#AGEGRP2EXT
->>calSE5

Q_AGEGRP2 À quel groupe d'âge appartenez-vous?

1=18-24 ans

2=25-34 ans

3=35-44 ans

4=45-54 ans

/*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*/

5=55-64 ans
 6=65-74 ans
 7=75-84 ans
 8=85 ans ou plus

Q_sicalSE5 si strate=997->putSE5p3
 ->>putSE5

Q_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS')

Q_sicalSE5p2 si (q#SE5JRS>365 ou q#SE5JRS=blanc)->SE5
 ->>putSE5p2

Q_SE5JRS *Input* _____

Q_inputSE5p2 q#SE5=input('SE5')
 ->>putSE6

Q_inputSE5p3 q#SE5=q#EXTSE5 et q#AUSE5=q#AUEXTSE5
 ->>putSE6

Q_SE5 Plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g possédez)) ou ((g avez terminé))?

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 médecine 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=<préciser>Autre (Veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
 99=*Je préfère ne pas répondre

Q_inputSE6 q#SE6JRS=input('SE6JRS') et q#VALSE6=input('SE6')

Q_sicalSE6p1 si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<182 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc))->SE6
 ->>calSE6p2

Q_SE6JRS *Input* _____

Q_VALSE6 *Autocomplété*
 1=1
 2=2
 3=3
 4=4
 5=5 ou plus
 9=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_incalSE6p2
->>putSE11P1

q#SE6=q#valSE6

Q_SE6

Au total, ((g combien de personnes)) habitent chez vous en vous incluant?

Compter aussi les enfants qui habitent chez vous, que ce soit en permanence ou de temps en temps (ex. : en garde partagée).

1=1
2=2
3=3
4=4
5=5 ou plus
9=*Je préfère ne pas répondre

Q_inputSE11P1

q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

Q_sicalSE11P1
->>calGENRE1

si (q#SE11P1JRS=blanc ou q#SE11P1JRS=9999)->SE11P1

Q_SE11P1JRS

Input ____

Q_SE11p1

Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez encore (langue maternelle)?

Si vous avez plusieurs langues maternelles, cochez toutes celles qui s'appliquent.

*choix multiples
*choixminmax=1,5

1=Anglais
2=Français
3=Allemand
4=Arabe
5=Arménien
6=Chinois
7=Créole
8=Espagnol
9=Grec
10=Italien
11=Indo-iranien
12=Hongrois
13=Polonais
14=Portugais
15=Néerlandais
16=Roumain
17=Russe
18=Tagalog
19=Ukrainien
20=Vietnamien
21=Yiddish

/*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*/

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

Q_incalGENRE1
->>calGENRE2

q#valGENRE=input('GENRE')

Q_valGENRE
1=Masculin
2=Féminin
3=Autre /*sans précision*/

Valeur de QGENRE si disponible

Q_sicalGENRE2
->>GENRE

si q#valGENRE=1,2,3->putGENRE

Q_inputGENRE
->>calRMR

q#GENRE=q#valGENRE

Q_GENRE

Quel est votre genre?

Par genre, on entend le genre actuel, qui peut différer du sexe assigné à la naissance ou de celui inscrit dans les documents légaux.

1=Masculin
2=Féminin
3=Autre /*sans précision*/

Q_sicalRMR
->>putCPJ

si strate=997->IDCP

Q_inputCPJ
->>calCPp1

q#IDCPJRS=input('IDCPJRS')

Q_IDCPJRS

*input*_____

Q_sicalCPp1
->>FIN

si (q#IDCPJRS=9999 ou q#IDCPJRS=blanc)->IDCP

Q_IDCP

Quel est votre code postal? *Les 3 premiers caractères suffisent.*

((F RED <AVRTCP>))

*facultatif
*codepostal
*confidentiel
*soumettre

<<_____ [ex. : G1G]>>

Q_sicalCP
->>FIN

si q#IDCP=blanc->calAVRT1

Q_incalAVRT1
->>IDCP

q#AVRTCP=1

Q_AVRTCP

Auto complété

0=*

1=Svp entrer les 3 premiers caractères de votre code postal. Merci!

->>FIN

/*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_FINQUOTA Merci, mais nous avons déjà suffisamment de participants ayant un profil similaire au vôtre.

Q_FIN Merci pour votre collaboration!

***informations

PROJET=MAINESDC23NBK
FICHER=FMAINESDC23NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\\SERVEUR1\\P23779NBK3\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\\Users\\gthibodeau\\Documents\\Projets\\P23779MSSSAINESNBK\\pw23779nbk3\
IMAGES=C:\\Users\\gthibodeau\\Documents\\Projets\\P23779MSSSAINESNBK\\IMG\
MODELES=C:\\Users\\gthibodeau\\Documents\\Projets\\P23779MSSSAINESNBK\\modeles6p23779\
DEBUT=calCON
EFFACER=Oui
EMAIL=pw23779nbk@web.som.ca
ESPACE=3,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=7
PRECEDENT=Oui
TESTESTRATE=Non
SEUIL=20
TITRE=Sondage
STATS=jfortin,ababineau
Arguments=(pid,PID)
QUOTA1=QUOTA1
SIQUOTA4=OUI

/*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*/