



MONTREAL

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

QUÉBEC

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

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE SUR LA VACCINATION CONTRE LA GRIPPE 2021-2022

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX



03	/Contexte, objectifs et méthodologie abrégée
04	/Description de la campagne
05	/Faits saillants
08	/Chapitre 1 : Population à risque et vaccination
17	/Chapitre 2 : Perceptions et attitudes
20	/Chapitre 3 : Évaluation de la campagne et traitement médiatique
31	/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 du Québec (MSSS) effectue annuellement des activités d'information et de sensibilisation sur la vaccination contre la grippe. À nouveau, la campagne 2021-2022 ciblait plus particulièrement les personnes à risque de complications de la grippe, telles que les personnes qui vivent avec le diabète, un système immunitaire affaibli ou encore une maladie du cœur, des poumons ou des reins.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• Mesurer les perceptions, les attitudes et les comportements à l'égard de l'influenza et de la vaccination.• Évaluer la performance de la campagne de sensibilisation 2021-2022 « La grippe pourrait vous fragiliser » (notoriété spontanée et assistée, compréhension du message, appréciation).
Population cible	Adultes québécois (18 ans ou plus).
Échantillonnage	1 017 répondants répartis en trois grandes régions géographiques, soit : <ul style="list-style-type: none">• RMR de Montréal (394 répondants);• RMR de Québec (304 répondants);• Ailleurs au Québec (319 répondants).
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 16 au 22 décembre 2021. Taux de réponse pour les panélistes actifs du panel Or de SOM : 37,9 %.
Pondération	Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité en fonction de l'âge, du sexe, des personnes vivant seules, du plus haut diplôme obtenu, de la langue maternelle, du statut de propriété du logement et de la région.
Marge d'erreur	La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 4,0 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.
Notes	<p>Les différences significatives par rapport à la mesure de 2020 sont indiquées à l'aide de flèches (↑ ou ↓). À l'occasion, elles sont également utilisées pour indiquer une différence significative entre certains sous-groupes de répondants.</p> <p>L'atteinte ou non des objectifs mesurables du Ministère est illustrée à l'aide des deux pictogrammes ci-dessous :</p> <div></div>

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE

DIFFUSION DU 4 OCTOBRE AU 5 DÉCEMBRE 2021



Un message radio de 30 secondes diffusé en français et en anglais.

« Si vous vivez avec le diabète, un système immunitaire affaibli, une maladie du cœur, des poumons ou des reins et que la grippe vous agrippe, dites-vous qu'elle ne vous lâchera pas et qu'elle pourrait avoir, pour vous, de graves conséquences. Ne vous laissez donc pas, vous et votre entourage, agripper par la grippe. Faites-vous vacciner parce que la vaccination est votre meilleure protection contre les complications de la grippe. Pour en savoir plus, visitez Québec.ca/vaccingrippe. Un message du gouvernement du Québec. »



Des publireportages diffusés en français, sur les sites web du Devoir, de Coup de pouce, de Radio-Canada, de Salut Bonjour, du Journal de Montréal ainsi que dans La Presse+.



Des visuels ont été diffusés, en français et en anglais, sur une affiche, dans les médias sociaux, sur le web, dans La Presse+ et autres quotidiens.

Affiche



Bannière



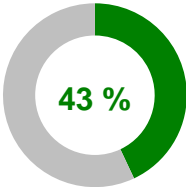


Faits saillants

FAITS SAILLANTS – CAMPAGNE

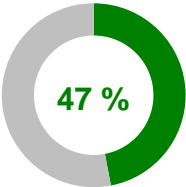


BRUIT MÉDIATIQUE



Répondants qui disent avoir remarqué des reportages sur la grippe

BRUIT PUBLICITAIRE

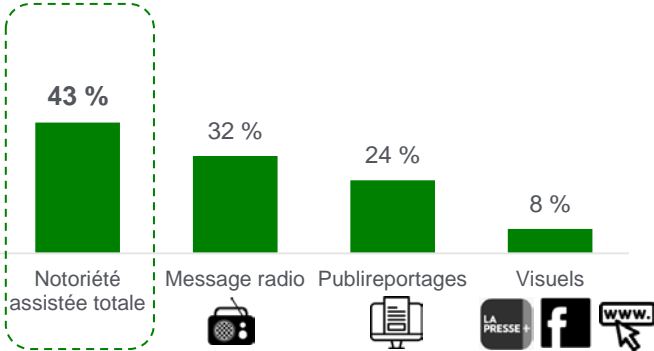


Répondants qui disent avoir remarqué une publicité qui suggérait de se faire vacciner

Notoriété spontanée (possible bonne description) : 2 %

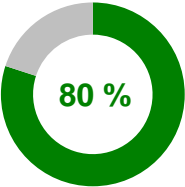
NOTORIÉTÉ TOTALE

✓ L'objectif de notoriété totale fixé à 40 % par le MSSS est surpassé

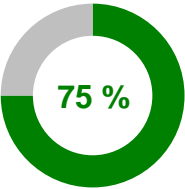


COMPRÉHENSION DU MESSAGE

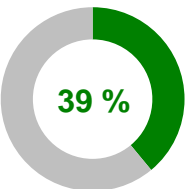
Répondants qui ont réussi à nommer au moins un aspect du message véhiculé par la campagne



CONNAISSANCE DES GROUPES À RISQUE



Répondants qui ont réussi à identifier au moins l'un des quatre groupes à risque élevé d'hospitalisation et de décès associés à la grippe



Répondants qui ont réussi à identifier exclusivement un ou des groupes à risque élevé d'hospitalisation et de décès associés à la grippe

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

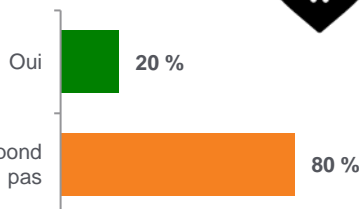
Le message transmis par cette campagne est clair et facile à comprendre (tout à fait + plutôt d'accord)	96 %
La campagne attire son attention (tout à fait + plutôt d'accord)	52 %
Cette campagne l'a incité à vouloir en savoir plus sur le programme de vaccination contre la grippe (tout à fait + plutôt d'accord)	45 %
Se sent personnellement interpellé par cette campagne (tout à fait + plutôt d'accord)	41 %

FAITS SAILLANTS – VACCINATION

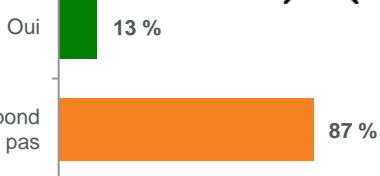
POPULATION À RISQUE



Personnes souffrant d'une maladie chronique



Personnes proches aidantes



GROUPES CIBLES

Vaccination gratuite

Répondants qui ont réussi à identifier les personnes souffrant d'une maladie chronique comme étant un groupe visé par la vaccination gratuite

47 %



L'objectif fixé n'a pas été atteint
55 % des répondants

Répondants qui ont réussi à identifier exclusivement un ou des groupes ciblés pour la gratuité sans nommer à tort des groupes non visés

21 %



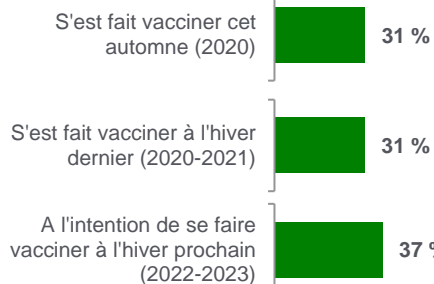
En tenant compte de la marge d'erreur, l'objectif fixé a été atteint
25 % des répondants

VACCINATION



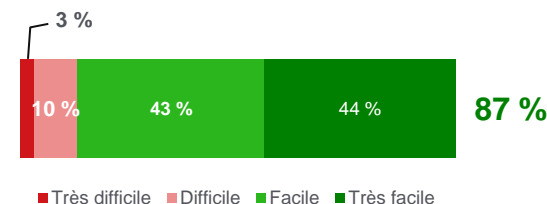
Taux de vaccination et intention de se faire vacciner

58 % des personnes atteintes d'une maladie chronique se sont faites vacciner à l'automne.



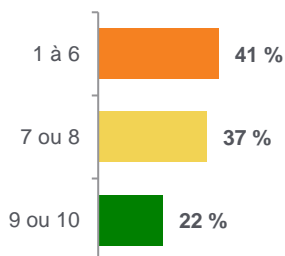
ACCESSIBILITÉ

Facilité perçue à recevoir le vaccin



NIVEAU DE CONFIANCE

Niveau de confiance à l'égard du vaccin
Note sur 10



Moyenne de
6,6 sur 10

PERCEPTIONS

La grippe peut avoir des conséquences graves pour les personnes vivant avec le diabète, un système immunitaire affaibli, une maladie du cœur, des poumons ou des reins
(tout à fait + plutôt d'accord)

96 %

La grippe est une maladie qui se propage facilement
(tout à fait + plutôt d'accord)

96 %

Plusieurs personnes tombent malades après s'être fait vacciner contre la grippe
(tout à fait + plutôt d'accord)

41 %

Le vaccin contre la COVID-19 protège aussi contre la grippe
(tout à fait + plutôt d'accord)

11 %

Chapitre 1

POPULATION À RISQUE ET VACCINATION

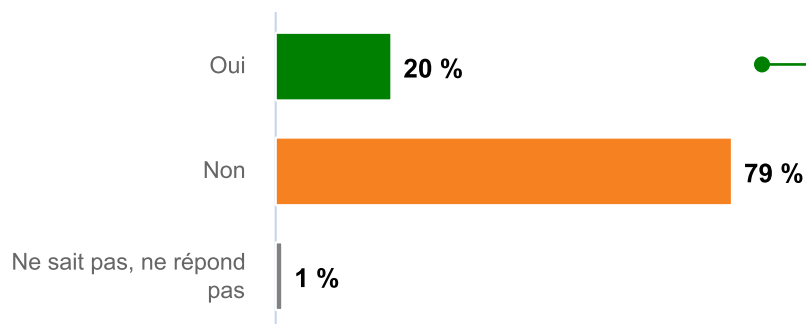
- Population à risque
- Personnes proches aidantes
- Vaccination
- Raisons de se faire vacciner
- Vaccination – Accessibilité
- Vaccination – Hiver 2022-2023
- Vaccination – Niveau de confiance
- Vaccination – Groupes cibles

QD1. Avez-vous une maladie chronique qui vous oblige à consulter régulièrement un médecin, tel que le diabète, un système immunitaire affaibli, une maladie du cœur, des poumons ou des reins ou autre?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » :

- S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (38 %)
- S'est fait vacciner contre la grippe en 2020-2021 (36 %)
- A l'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (35 %)
- Revenu familial inférieur à 35 000 \$ (28 %)
- 65 ans ou plus (37 %) ou 55 à 64 ans (28 %)
- N'a pas d'enfants de moins de 18 ans (25 %)
- Études secondaires ou moins (24 %)
- Langue maternelle française seulement (23 %)

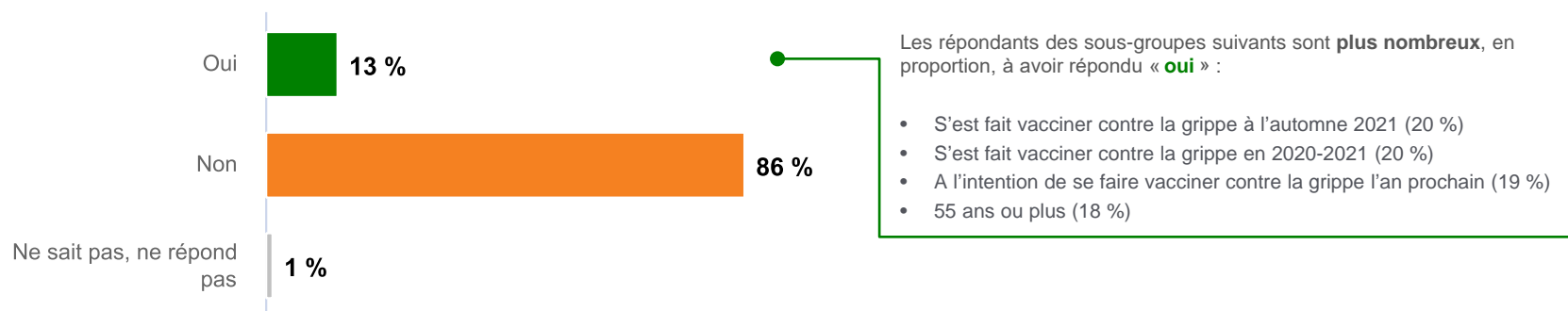


On compte un adulte québécois sur cinq (20 %) qui mentionne être atteint d'une maladie chronique.

À l'instar des dernières années, la campagne visait les personnes atteintes d'une maladie chronique comme public principal. Ces personnes sont davantage ciblées, car elles présentent un risque élevé d'hospitalisation et de décès associés à la grippe. Chez les personnes de 65 ans ou plus, ce sont 37 % des répondants qui déclarent avoir une maladie chronique.

QD2. Êtes-vous une personne proche aidante, c'est-à-dire que vous aidez occasionnellement ou quotidiennement une personne de votre entourage dans ses activités?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017



Un peu plus d'un répondant sur dix (13 %) affirme être une personne proche aidante.

Les personnes de 55 ans ou plus (18 %) sont plus nombreuses, en proportion, à dire aider occasionnellement ou quotidiennement une personne de leur entourage dans ses activités.

2020 n : 1379	2019 n : 1112	2018 n : 1230	2017 n : 1020
------------------	------------------	------------------	------------------

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » :

QA2. Vous êtes-vous fait vacciner contre la grippe cet automne (2021)? Base : ensemble des répondants, n : 1 017	Oui		31 %	<ul style="list-style-type: none">S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (82 %)A l'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (76 %)65 ans ou plus (66 %)A une maladie chronique (58 % contre 24 % de ceux qui n'en ont pas)Est une personne proche aidante (48 %)N'a pas d'enfants de moins de 18 ans (37 %)	31 %	26 %	25 %	28 %
QA3. L'année dernière (à l'hiver 2020-2021), vous êtes-vous fait vacciner contre la grippe? Base : ensemble des répondants, n : 1 017	Oui		31 %	<ul style="list-style-type: none">S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (82 %)A l'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (74 %)65 ans ou plus (65 %)A une maladie chronique (56 % contre 25 % de ceux qui n'en ont pas)Est une personne proche aidante (48 %)N'a pas d'enfants de moins de 18 ans (36 %)	30 %	28 %	30 %	34 %

Près d'un adulte québécois sur trois (31 %) s'est fait vacciner à l'automne 2021, un résultat stable par rapport à l'automne précédent. Ainsi, la hausse significative observée l'an dernier (31 % contre 26 % en 2019) n'est pas démentie cette fois-ci. Les personnes atteintes d'une maladie chronique sont plus nombreuses (58 %), en proportion, à avoir reçu le vaccin à l'automne dernier. Soulignons que les personnes proches aidantes se distinguent également à la hausse à ce sujet (48 %).

Le taux de vaccination contre la grippe a été identique l'année dernière (31 %), un résultat stable lui aussi et qui, de plus, correspond exactement au taux de vaccination avoué enregistré en 2020 (31 %).

Au total, ce sont 37 % des adultes québécois qui ont ainsi été vaccinés au moins une fois lors des deux dernières campagnes. La vaccination sur deux ans s'accroît nettement chez les personnes atteintes d'une maladie chronique (64 %), les personnes proches aidantes (57 %) et les 65 ans ou plus (69 %).

QA3a. Pourquoi avez-vous choisi de vous faire vacciner cette année?

Base : répondants ayant reçu le vaccin à l'automne 2021, n : 344

Plusieurs réponses possibles*

Raisons	%
Pour se protéger contre la grippe (ne pas être malade, etc.)	36
S'est toujours fait vacciner (habitude, etc.)	17
En raison de son état de santé (maladie chronique, à risque, etc.)	16
En raison de son âge	6
Pour protéger les personnes au travail	5
Pour protéger ses proches (famille à risque, etc.)	5
C'est recommandé par un professionnel de la santé	3
Le vaccin est offert par l'employeur	3
En raison de la pandémie (ne pas confondre les symptômes)	2
Autre	3
Ne sait pas, ne répond pas	4

La volonté de se protéger contre la grippe constitue la raison la plus répandue (36 %) pour se faire vacciner, alors que pour près d'une personne sur cinq (17 %), il s'agit simplement **d'une habitude bien ancrée**. On ne note aucune différence significative au sein des différents sous-groupes pour ces réponses.

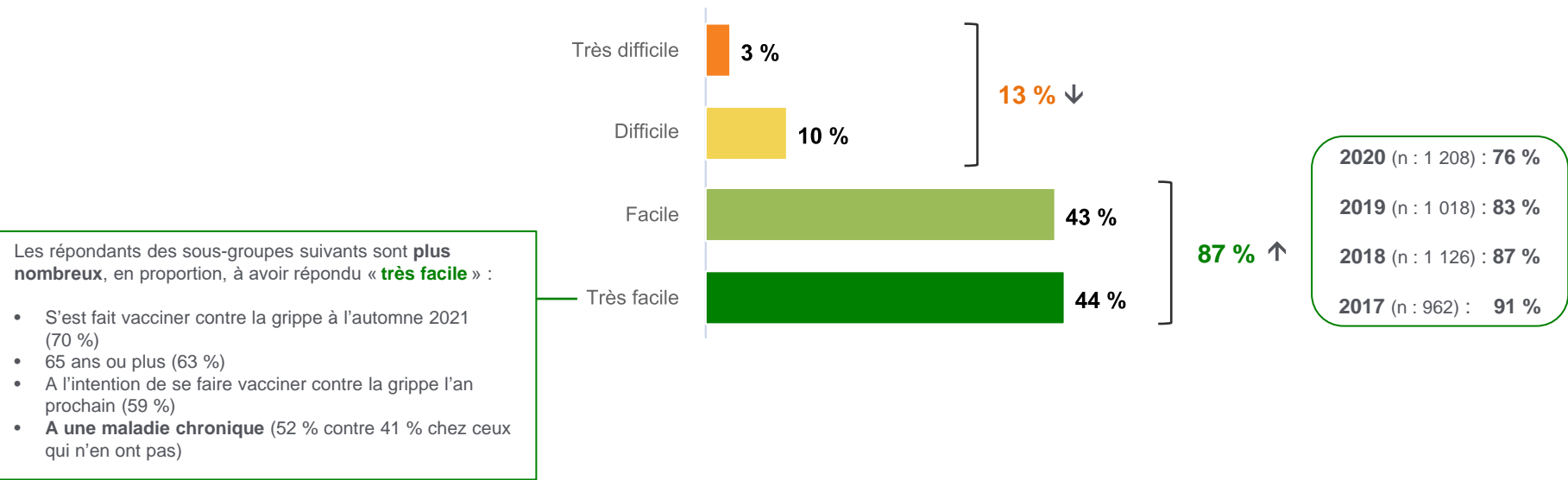
Un peu moins d'un répondant sur six (16 %) fait référence à son **état de santé, jugé plus précaire**. Comme on l'observe habituellement, cette proportion grimpe considérablement chez les personnes vivant avec une maladie chronique (27 %), mais aussi chez les personnes proches aidantes (27 %).

Entre autres, et dans une moindre mesure, certains évoquent leur âge ou encore la protection de collègues ou de proches.

* Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 %.

QA4. Selon votre expérience ou ce que vous savez, diriez-vous qu'il vous serait difficile ou facile de recevoir le vaccin contre la grippe cette année si vous le souhaitiez (ou qu'il vous a été difficile ou facile de le recevoir)?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse n : 894

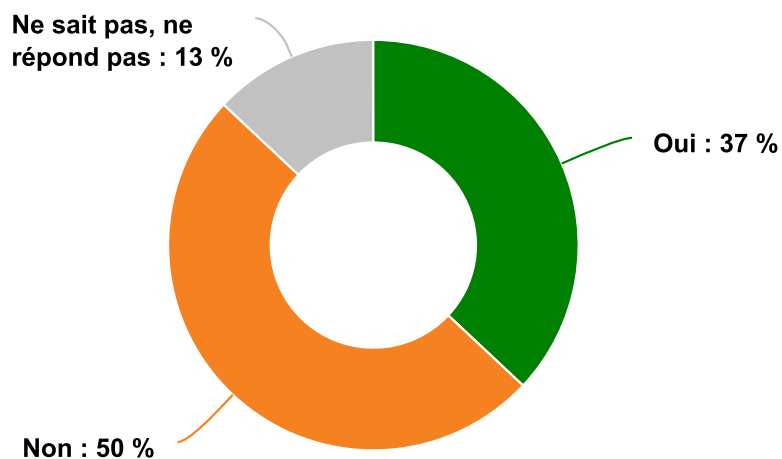


La facilité d'accès au vaccin (87 %) est en hausse significative par rapport à l'année dernière.

Après deux années consécutives où l'on a constaté des baisses significatives pour la facilité perçue à recevoir le vaccin contre la grippe, on note une hausse importante cette année, qui nous ramène au niveau enregistré en 2018. Une majorité (52 %) des personnes vivant avec une maladie chronique jugent d'ailleurs qu'il est très facile de se faire vacciner contre la grippe.

QA5. Avez-vous l'intention de vous faire vacciner contre la grippe l'an prochain (hiver 2022-2023)?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » :

- S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (91 %)
- S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (87 %)
- 65 ans ou plus (73 %)
- **A une maladie chronique** (64 % contre 30 % chez ceux qui n'en ont pas)
- Est une personne proche aidante (55 %)
- N'a pas d'enfants de moins de 18 ans (43 %)

2020 (n : 1 379) : **37 %**

2019 (n : 1 112) : **32 %**

2018 (n : 1 230) : **31 %**

2017 (n : 1 020) : **33 %**

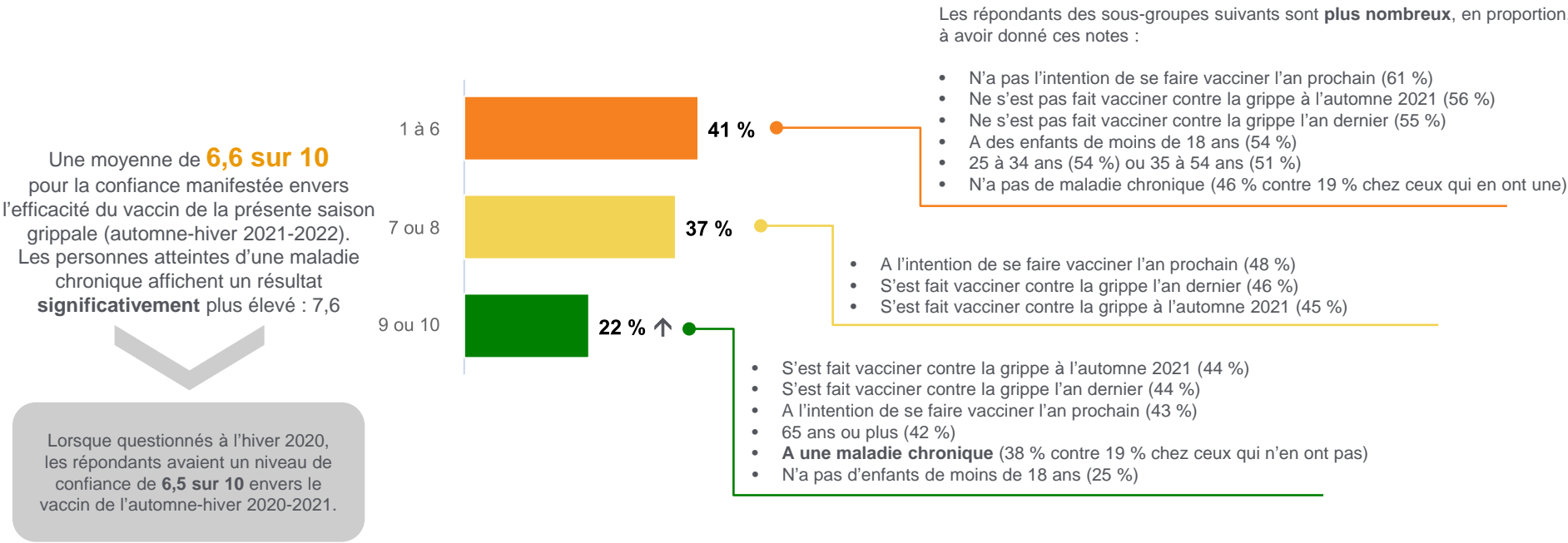
L'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (2022-2023) n'a pas reculé.

En effet, après une hausse significative de l'intention de se faire vacciner contre la grippe observée l'année dernière (37 % contre 32 % en 2019), le présent résultat (pour l'an prochain) est stable (37 %). Encore cette année, il n'a jamais été autant question de vaccination dans l'espace public, un élément qui pourrait expliquer pourquoi les intentions de vaccination contre la grippe sont plus élevées depuis deux ans par rapport aux années antérieures.

Comme le souhaite le Ministère, les personnes souffrant d'une maladie chronique sont en proportion supérieure (64 %) à prévoir se faire vacciner l'an prochain, une tendance observable chaque année.

QA6. Sur une échelle de 1 à 10, quel est votre degré de confiance à l'égard de l'efficacité du vaccin qui est administré lors de la présente saison grippale automne-hiver 2021-2022?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse, n : 923



Davantage de répondants ont une confiance élevée à l'égard de l'efficacité du vaccin cette année. La note moyenne de 6,6 sur 10 enregistrée pour la confiance envers l'efficacité du vaccin est de même ampleur que celle obtenue l'an dernier (6,5). Néanmoins, on observe une hausse significative de la proportion d'adultes québécois ayant une confiance élevée (22 % de notes de 9 ou 10 contre 17 % l'an dernier).

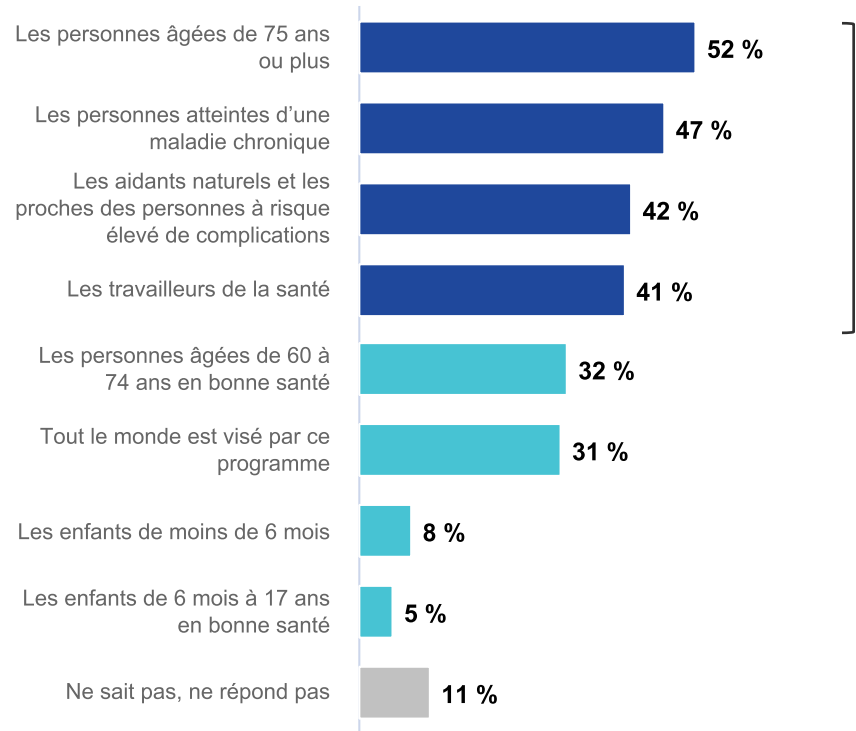
Toutefois, la proportion de répondants donnant une note égale ou supérieure à 7 sur 10 (59 %) est stable par rapport à la précédente mesure, après avoir présenté deux hausses consécutives auparavant (40 % en 2018 à 50 % en 2019 et à 57 % en 2020). La prochaine mesure permettra de confirmer ou non l'atteinte d'un plafond.

Soulignons aussi que les personnes vivant avec une maladie chronique ont une confiance supérieure envers le vaccin, en octroyant une note moyenne significativement plus élevée (7,6 sur 10).

QA7a. Lesquelles des personnes suivantes sont visées par le programme de vaccination gratuite contre la grippe pour l'hiver 2021-2022?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017

Plusieurs réponses possibles*



Groupes visés par le programme

57 %

2020 (n : 1 379) : 61 %

2019 (n : 1 112) : 59 %

2018 (n : 1 230) : 68 %

Environ six adultes québécois sur dix (57 %) sont parvenus à identifier l'un ou l'autre des groupes visés par le programme de vaccination gratuite contre la grippe.

Ce résultat est stable (baisse non significative) par rapport à 2020 (61 %).

À l'instar de l'année dernière, les quatre groupes qui sont bel et bien visés par le programme de vaccination gratuite sont ceux qui ont été mentionnés le plus fréquemment par les répondants (41 % ou plus).



L'objectif du MSSS d'augmenter à 55 % le nombre de répondants qui parviennent à identifier les personnes atteintes d'une maladie chronique comme étant visées par le programme de vaccination gratuite contre la grippe n'a pas été atteint (47 %).



De plus, un répondant sur cinq (21 %) a réussi à identifier exclusivement un ou des groupes ciblés sans nommer à tort l'un ou l'autre des groupes non visés. Lorsque l'on tient compte de la marge d'erreur, ce résultat atteint de justesse l'objectif du MSSS qui était fixé cette année à 25 %.

* Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 %.

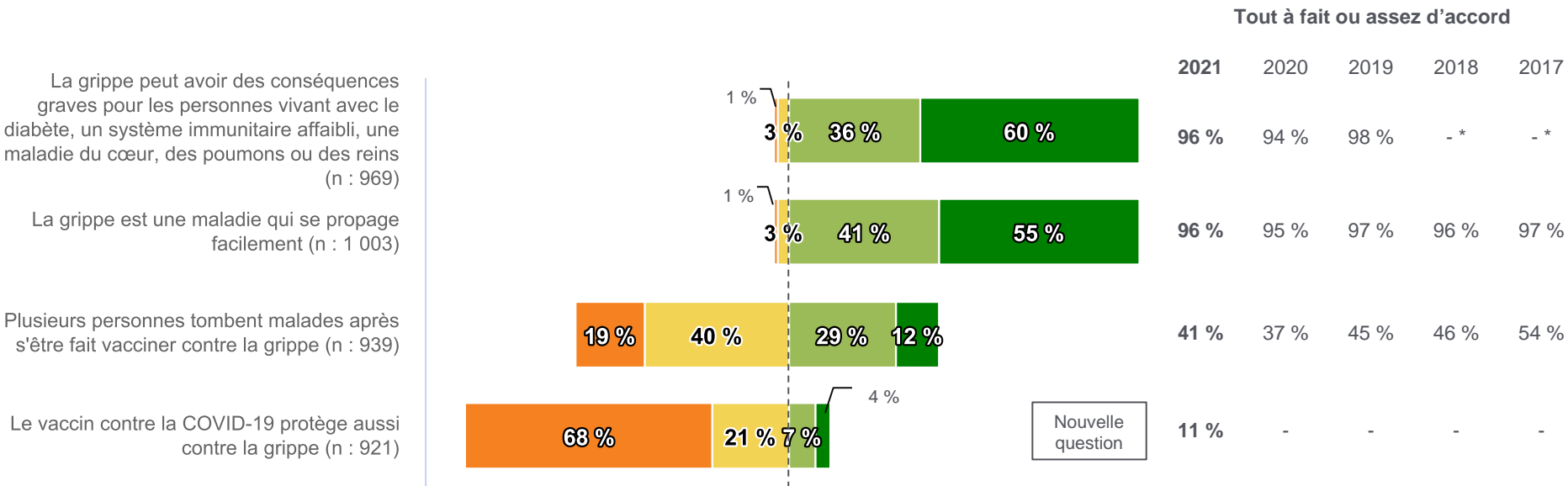
Chapitre 2

PERCEPTIONS ET ATTITUDES



QA1a-A1d. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse



Les conséquences de la grippe et la facilité avec laquelle celle-ci se propage sont des éléments reconnus presque unanimement par les répondants. Le degré d'accord avec ces énoncés demeure très élevé chaque année. Dans les deux cas, il s'agit de résultats stables par rapport à l'année dernière.

C'est toujours moins de la moitié des répondants (41 %) qui croit que plusieurs personnes tombent malades après s'être fait vacciner. Toutefois, on remarque que la baisse significative observée l'an dernier (37 % contre 45 % en 2019) est à moitié recouverte cette fois-ci. Par ailleurs, à peine un adulte québécois sur dix (11 %) entretient la croyance que le vaccin contre la COVID-19 protège aussi contre la grippe. Comme ces deux dernières perceptions peuvent constituer des freins à la vaccination contre la grippe, il faut poursuivre les efforts de communications afin qu'elles demeurent le moins répandues possible au sein de la population.

La page suivante présente les différences significatives au sein des sous-groupes de répondants pour chacun des énoncés.

* Auparavant, on incluait aussi les 75 ans ou plus dans cet énoncé.

PERCEPTIONS ET ATTITUDES (SUITE)

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES



QA1a-A1d. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes?

Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse

% de réponses tout à fait ou assez d'accord		Différences significatives supérieures
La grippe peut avoir des conséquences graves pour les personnes vivant avec le diabète, un système immunitaire affaibli, une maladie du cœur, des poumons ou des reins	96 %	<ul style="list-style-type: none"> Exposé à la campagne (98 %)
La grippe est une maladie qui se propage facilement	96 %	<ul style="list-style-type: none"> Études universitaires (99 %) A l'intention de se faire vacciner l'an prochain (98 %)
Plusieurs personnes tombent malades après s'être fait vacciner contre la grippe	41 %	<ul style="list-style-type: none"> 18 à 34 ans (65 %) Langue maternelle autre que le français (56 %) N'a pas l'intention de se faire vacciner l'an prochain (52 %) Ne s'est pas fait vacciner contre la grippe l'an dernier (51 %) A des enfants de moins de 18 ans (50 %) Ne s'est pas fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (49 %) N'a pas de maladie chronique (44 %)
Le vaccin contre la COVID-19 protège aussi contre la grippe	11 %	<ul style="list-style-type: none"> 18 à 24 ans (23 %) Homme (14 %)

Les jeunes entretiennent davantage certaines croyances négatives concernant la vaccination. D'une part, les deux tiers des 18 à 34 ans (65 %) pensent que plusieurs personnes tombent malades après avoir reçu le vaccin contre la grippe et, d'autre part, près du quart des 18 à 24 ans (23 %) croit que le vaccin contre la COVID-19 protège aussi contre la grippe.



Chapitre 3

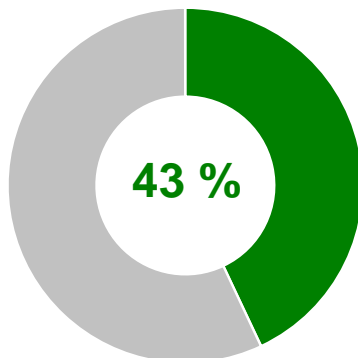
ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE ET TRAITEMENT MÉDIATIQUE

- Bruit médiatique
- Notoriété spontanée
- Notoriété assistée des éléments de la campagne
- Notoriété totale
- Compréhension du message
- Connaissance des groupes à risque
- Appréciation de la campagne publicitaire

QB1. Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu à la télé, à la radio, dans des journaux ou des revues, des reportages sur la grippe ou la vaccination contre la grippe?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « oui » :

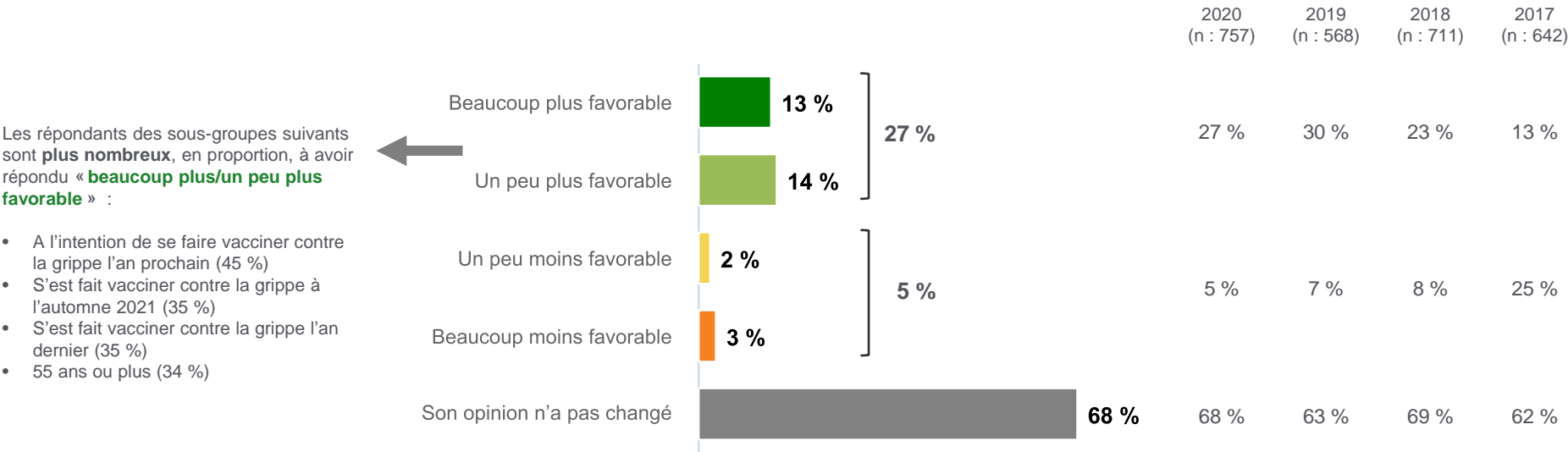
- Exposé à la campagne (67 %)
- S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (50 %)
- A l'intention de se faire vacciner l'an prochain (48 %)

Environ deux répondants sur cinq (43 %) disent se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu des reportages sur la grippe ou sur la vaccination contre celle-ci. Sans surprise, les personnes exposées à la campagne publicitaire (67 %) sont plus nombreuses, en proportion, à se souvenir de reportages portant sur ces sujets. Cette tendance, que l'on observe fréquemment, pourrait être en partie attribuable à une confusion entre la campagne publicitaire et les reportages.

On ne note pas de différence significative chez les personnes vivant avec une maladie chronique, soit la cible principale de cette campagne.

QB2. Après avoir vu ou entendu ce que les médias ont rapporté sur la grippe au cours des derniers mois, votre opinion est-elle maintenant plus favorable ou moins favorable à la vaccination contre la grippe?

Base : répondants qui se souviennent d'avoir vu des reportages sur la grippe ou sur la vaccination contre la grippe, n : 419



Le traitement médiatique entourant la vaccination contre la grippe a eu un impact modéré.

Encore cette année, près de sept répondants sur dix (68 %) affirment que leur opinion n'a pas changé à la suite des reportages vus, lus ou entendus. Soulignons néanmoins qu'on ne compte qu'un maigre 5 % des répondants pour qui l'opinion est désormais moins favorable.

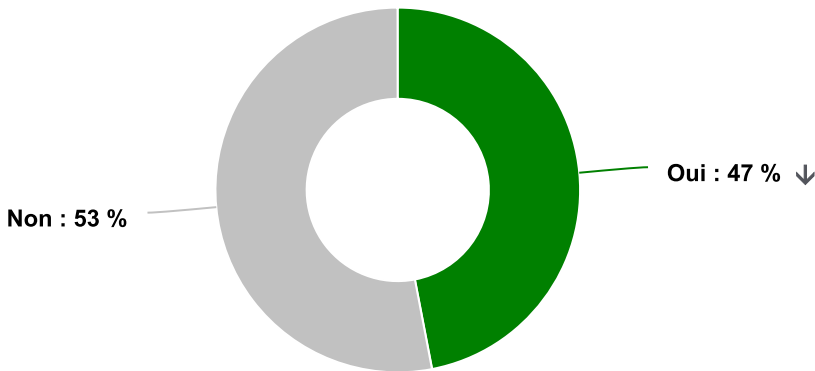
Contrairement à l'habitude, les personnes souffrant d'une maladie chronique ne se démarquent pas à la hausse dans les opinions maintenant plus favorables.

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



QB3. Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu à la radio ou ailleurs, une publicité qui suggérait aux gens de se faire vacciner contre la grippe?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » :

- Exposé à la campagne (73 %)
- Est une personne proche aidante (58 %)

Un bruit publicitaire de moins en moins remarqué depuis deux ans.

Moins de la moitié des répondants affirment spontanément se souvenir d'une publicité qui suggérait aux gens de se faire vacciner contre la grippe, une baisse de près de 20 points de pourcentage en deux ans (47 % contre 54 % en 2020 et 66 % en 2019).

Ce déclin s'explique sans doute en grande partie par la COVID-19, qui a monopolisé l'espace public depuis deux ans. À l'instar de l'année dernière, l'attention des Québécois étant ailleurs, il apparaît logique que les publicités sur la grippe passent plus inaperçues dans ce contexte.

QB4a. Pouvez-vous décrire la publicité que vous avez vue, lue ou entendue?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017*

À peine 2 % de l'ensemble des répondants pourraient avoir une réponse juste lorsque vient le temps de décrire la publicité qu'ils ont vue, lue ou entendue. La notoriété spontanée de la campagne est donc très faible.

Description de la publicité	%
Possible bonne réponse (campagne 2021-2022)	2
Autres réponses	4
Aucune	53
Ne sait pas/ne répond pas	41

Dans les autres réponses qui ont été mentionnées, on retrouve notamment :

- Publicité sur les avantages de la vaccination : 1 %
 - Publicité sur l'accessibilité du vaccin (à la pharmacie, au travail) : 1 %
- Publicité concernant la présence de la grippe même pendant la pandémie : 1 %

* Cette question était posée uniquement aux répondants qui ont donné une réponse positive à la QB3. Elle est toutefois ici reportée sur l'ensemble des répondants (ceux qui avaient répondu « non » à la QB3 correspondent au choix « Aucune ») pour apprécier la notoriété spontanée de la campagne sur l'ensemble de la population québécoise.

QB5. Voici des visuels diffusés au cours des dernières semaines. Veuillez les regarder attentivement.
Vous souvenez-vous d'avoir vu l'un ou l'autre de ces visuels avant aujourd'hui?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017

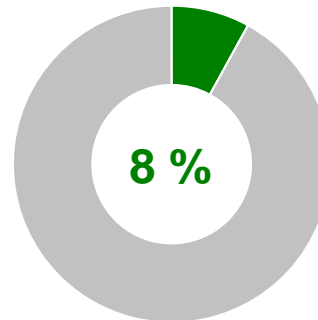
Affiche



Bannière



Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- Est une personne proche aidante (16 %)
- **A une maladie chronique** (15 % contre 6 % chez ceux qui n'en ont pas)
- S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (14 %)
- A l'intention de se faire vacciner l'an prochain (14 %)
- S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (13 %)
- 55 ans ou plus (12 %)

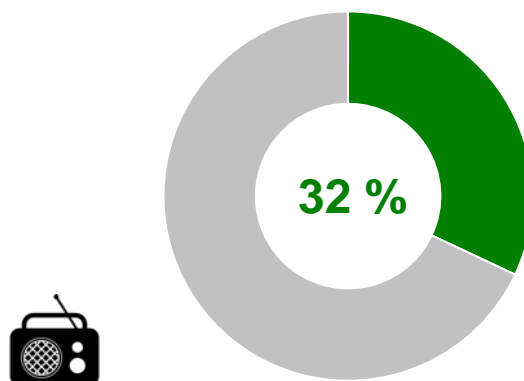
Moins d'un répondant sur dix (8 %) se souvient d'avoir vu l'affiche.

Mentionnons que par rapport à celles qui n'en souffrent pas, les personnes atteintes d'une maladie chronique sont trois fois plus nombreuses, en proportion, à se souvenir d'avoir vu l'un ou l'autre des visuels (15 % contre 6 %).

QB6. Voici un message radio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement et au complet.
Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio avant aujourd'hui?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les répondants du sous-groupe suivant sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- A des enfants de moins de 18 ans (39 %)

Un adulte québécois sur trois (32 %) a entendu le message radio.

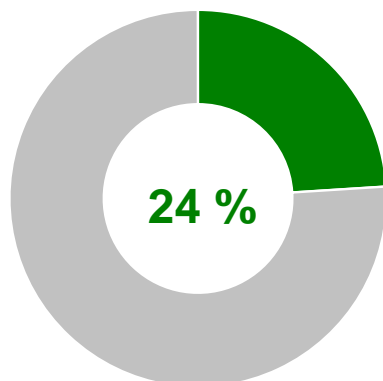
Ce résultat se situe dans les valeurs attendues en fonction du plan média. Avec le télétravail omniprésent et le confinement, il est permis de penser que les gens ont moins circulé en voiture, et par le fait-même, ont moins écouté la radio. Il faut donc se réjouir de constater que la notoriété du message radio parvient malgré tout à se maintenir depuis deux ans.

NOTORIÉTÉ DES PUBLIREPORTAGES ET NOTORIÉTÉ TOTALE

QB7a. Des publireportages ont été diffusés dans le cadre de cette campagne sur des médias comme La Presse, Le Devoir, Radio-Canada, Coup de pouce et Salut Bonjour. En voici un aperçu. Vous souvenez-vous d'avoir lu, ne serait-ce qu'en partie, un publireportage sur ce sujet avant aujourd'hui?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 944

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « oui » :

- 55 ans ou plus (32 %)
- A l'intention de se faire vacciner l'an prochain (32 %)
- **A une maladie chronique** (31 % contre 22 % chez ceux qui n'en ont pas)
- S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (30 %)
- S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (30 %)
- N'a pas d'enfants de moins de 18 ans (27 %)

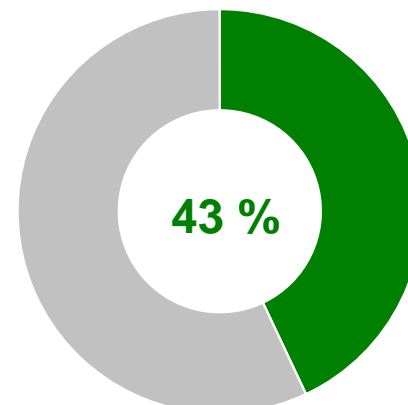


Les publireportages ont été lus, ne serait-ce que partiellement, par un répondant francophone sur quatre (24 %). En plus des personnes de 55 ans ou plus, soulignons que les personnes atteintes d'une maladie chronique ont été davantage exposées (31 %) aux publireportages.

Notoriété totale de la campagne

Base : ensemble des répondants, n : 1 017

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



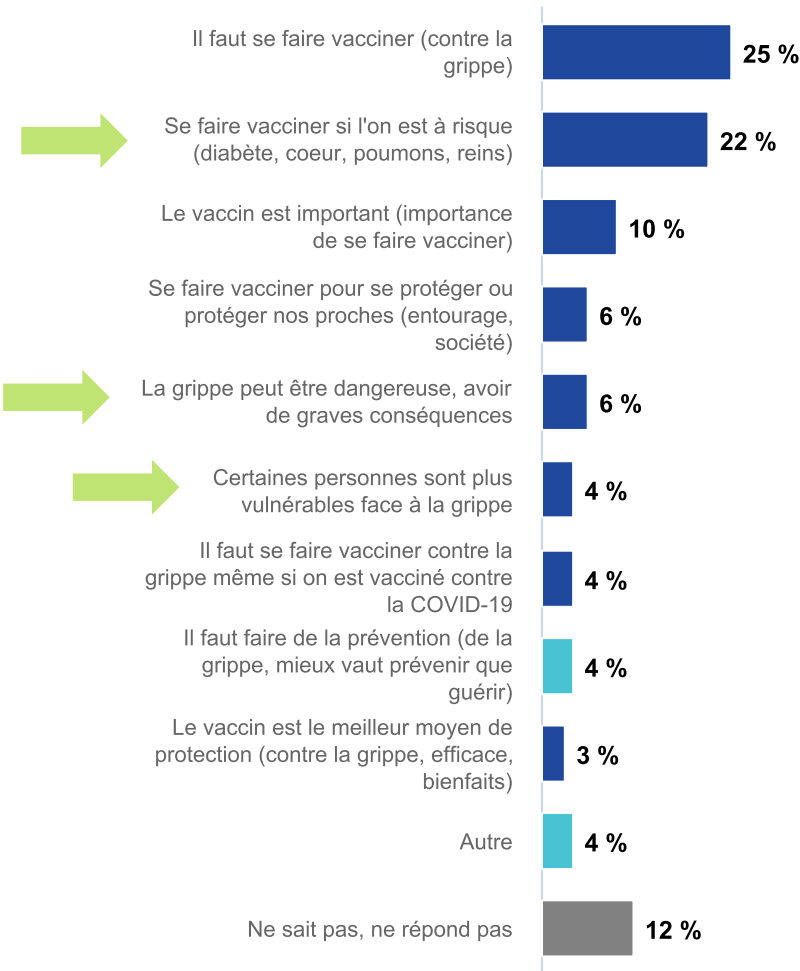
Sur la base des francophones
(n : 944)
47 %



Plus de quatre Québécois sur dix (43 %) ont été exposés à l'une ou l'autre des composantes de la campagne 2021-2022. L'objectif fixé à 40 % cette année par le MSSS a ainsi été atteint.

QB8. Selon ce que vous avez compris de ces publicités, quel est, selon vous, le message principal véhiculé par cette campagne?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017



Le message principal, soit que la grippe peut avoir des conséquences graves chez certaines personnes plus à risque, est identifié par **32 % des répondants (flèches)**.

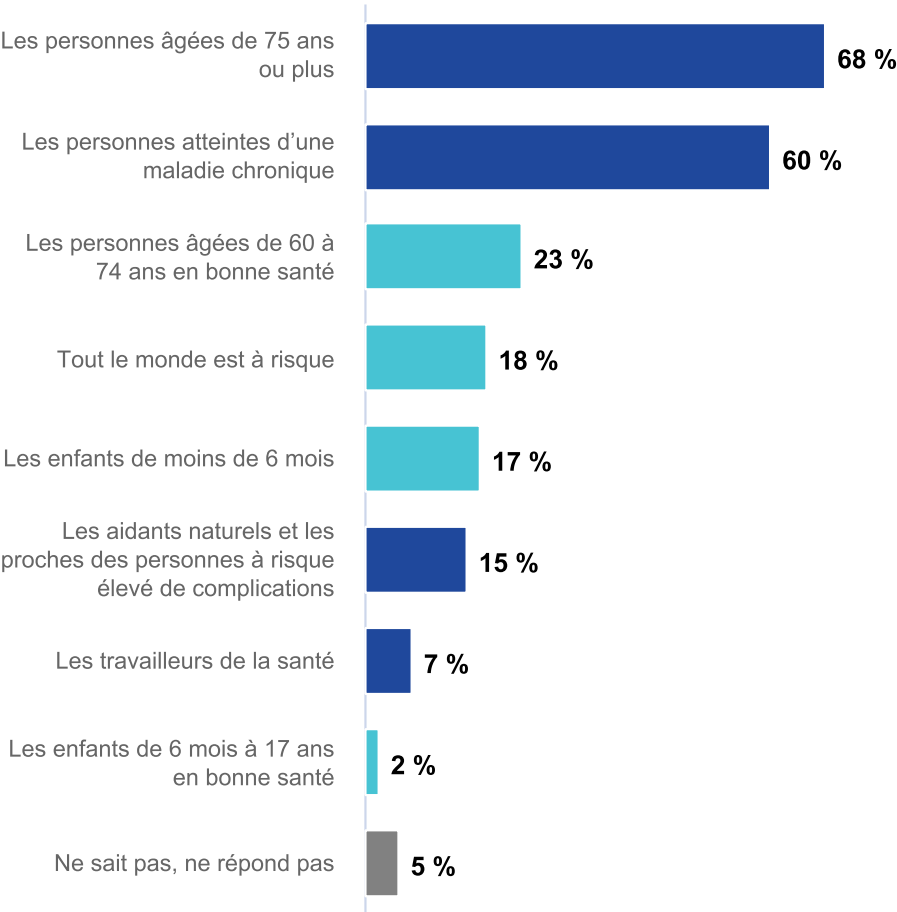
Toutefois, en **ajoutant les messages secondaires** tels que l'importance de se faire vacciner ou le fait que le vaccin de la COVID-19 ne couvre pas la grippe, on obtient **80 % des répondants qui savent en reconnaître au moins un (en bleu foncé)**.

Outre les publiportages, les pièces publicitaires étaient similaires à celles diffusées lors de la dernière campagne. On peut ainsi penser que les publiportages ont eu un impact positif sur la compréhension de la campagne si l'on compare ce dernier résultat avec celui des dernières années (66 % en 2020 et en 2019).

QB9a. Selon vous, quelles sont les personnes à risque élevé d'hospitalisation et de décès associés à la grippe?

Base : ensemble des répondants, n : 1 017

Plusieurs réponses possibles*



On compte **75 %** des répondants qui ont réussi à nommer au moins l'un des quatre groupes à risque élevé d'hospitalisation et de décès associés à la grippe (**en bleu foncé**).
Soulignons que 39 % des répondants ont exclusivement nommé un ou des groupes à risque élevé, sans nommer à tort d'autres groupes moins risqués.

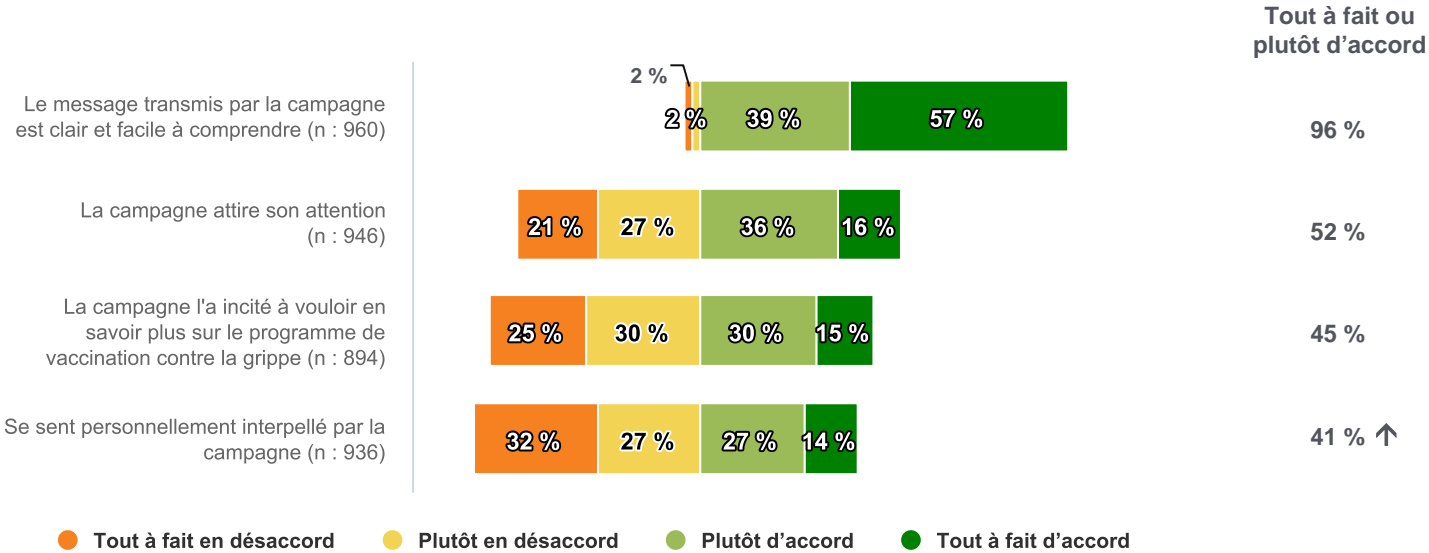
Mentionnons que contrairement à l'année dernière, les enfants de moins de six mois n'étaient pas considérés parmi les personnes à risque élevé cette fois-ci.

* Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 %.

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE



QC1a-C1d. Toujours en vous basant sur les publicités que vous venez de voir ou d'entendre, veuillez indiquer votre niveau d'accord à l'égard des énoncés ci-dessous.
Base : ensemble des répondants, excluant la non-réponse



- 1a. Année après année, on observe que le message transmis par la campagne est clair et facile à comprendre pour la quasi-totalité des Québécois (96 %).**
Bien que ces résultats soient très modestes au final, les personnes atteintes d'une maladie chronique sont proportionnellement plus nombreuses que celles qui n'en souffrent pas à trouver que le message n'est pas clair (8 % contre 3 %).
- 1d. La campagne réussit à attirer l'attention de plus de la moitié (52 %) des répondants.**
Néanmoins, chez les 25 à 34 ans (38 %) et les 35 à 44 ans (29 %), c'est une minorité de répondants qui est d'accord pour dire que la campagne a attiré leur attention.
- 1b. L'intérêt pour en apprendre plus sur le programme de vaccination contre la grippe est plutôt limité.**
On compte seulement 15 % des répondants chez qui l'impact semble avoir été marqué. Il faut toutefois rappeler qu'une proportion importante de la population n'est pas considérée comme à risque élevé. Mentionnons néanmoins que les deux tiers (66 %) des personnes souffrant d'une maladie chronique déclarent vouloir en savoir plus.
- 1c. Deux adultes québécois sur cinq (41 %) se sentent personnellement interpellés par la campagne.**
Comme c'est le cas habituellement, les personnes souffrant d'une maladie chronique se démarquent nettement à la hausse ici (73 %). On observe également une hausse significative des répondants qui disent se sentir personnellement interpellés (41 % contre 36 % en 2020), soit un retour au résultat de 2019 (41 %).

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE (SUITE)

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES



QC1a-C1d. Toujours en vous basant sur les publicités que vous venez de voir ou d'entendre, veuillez indiquer votre niveau d'accord à l'égard des énoncés ci-dessous.

Base : ensemble des répondants, en excluant la non-réponse

% de réponses tout à fait ou assez d'accord		Différences significatives supérieures
Le message transmis par la campagne est clair et facile à comprendre	96 %	<ul style="list-style-type: none"> • A l'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (98 %) • N'a pas de maladie chronique (97 % contre 92 % chez ceux qui en ont une)
La campagne attire son attention	52 %	<ul style="list-style-type: none"> • A l'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (81 %) • S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (74 %) • S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (78 %) • 65 ans ou plus (73 %) • A une maladie chronique (71 % contre 47 % chez ceux qui n'en ont pas) • Est une personne proche aidante (67 %)
La campagne l'a incité à vouloir en savoir plus sur le programme de vaccination contre la grippe	45 %	<ul style="list-style-type: none"> • A l'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (72 %) • S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (67 %) • S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (67 %) • A une maladie chronique (66 % contre 40 % chez ceux qui n'en ont pas) • 55 ans ou plus (59 %) • Est une personne proche aidante (57 %)
Se sent personnellement interpellé par la campagne	41 %	<ul style="list-style-type: none"> • A l'intention de se faire vacciner contre la grippe l'an prochain (73 %) • A une maladie chronique (73 % contre 32 % chez ceux qui n'en ont pas) • S'est fait vacciner contre la grippe à l'automne 2021 (69 %) • S'est fait vacciner contre la grippe l'an dernier (67 %) • 65 ans ou plus (63 %) ou 55 à 64 ans (52 %) • Est une personne proche aidante (59 %)



Conclusions

CONCLUSIONS



Un taux de vaccination qui ne recule pas

Le taux de vaccination contre la grippe est demeuré stable cet automne, avec 31 % des répondants qui y ont eu recours, un résultat identique à celui de l'année dernière. Ainsi, la hausse significative enregistrée à ce moment n'est pas démentie cette fois-ci (26 % en 2019). En ce qui concerne le public principal de la campagne, soit les personnes atteintes d'une maladie chronique, près de six sur dix d'entre elles (58 %) ont reçu le vaccin l'automne dernier.

Un vaccin jugé beaucoup plus facile d'accès cette année

La facilité perçue (87 %) à recevoir le vaccin contre la grippe cette année a connu une hausse marquée, avec un bond de 11 points de pourcentage par rapport à 2020. Il s'agit d'un retour à la valeur observée avant le début de la pandémie. On constate aussi une hausse significative de la proportion de répondants affichant un degré de confiance élevé (notes de 9 ou 10 sur 10, 22 %) à l'égard de l'efficacité du vaccin. Ces deux résultats positifs pourraient expliquer que l'intention de se faire vacciner l'an prochain demeure aussi élevée (37 %) qu'en 2020, où l'on avait alors enregistré une hausse significative (32 % en 2019).

Si la COVID-19 affecte le bruit publicitaire, la notoriété assistée se maintient

Avec un résultat de 47 %, le bruit publicitaire poursuit la baisse amorcée l'année dernière, pour une perte totale de 19 points de pourcentage en deux ans. De surcroît, une très petite proportion (2 %) des gens qui déclarent avoir été exposés à une publicité de la campagne semblent l'avoir décrite avec justesse. L'attention médiatique entourant la pandémie n'est sûrement pas étrangère à la faiblesse de ces résultats.

Au niveau de la notoriété assistée, on parle de 8 % pour les visuels et de 32 % pour le message radio, des résultats similaires à ceux de l'an dernier. Globalement, on obtient 43 % de notoriété totale, soit une valeur dépassant l'objectif du Ministère fixé à 40 %. L'ajout des publiereportages (notoriété de 24 %) cette année pourrait, entre autres, avoir contribué à surpasser cet objectif.

Un impact de même ampleur pour le bruit médiatique

Si des reportages sur la grippe ou la vaccination contre celle-ci ont été remarqués par moins de la moitié des répondants (43 %), tout de même le quart de ces derniers (27 %) affirment que leur opinion est maintenant plus favorable à la vaccination contre la grippe, soit la même proportion que celle obtenue l'an dernier.

Une campagne globalement mieux comprise du public

C'est le tiers des répondants (32 %) qui saisissent adéquatement le message principal de la campagne, soit que la grippe peut avoir des conséquences graves chez certaines personnes plus à risque. En tenant compte des messages secondaires, comme l'importance de se faire vacciner, la compréhension des messages véhiculés par la campagne grimpe à 80 %, une hausse importante par rapport aux deux années antérieures (66 % en 2020 et 2019). En outre, le message transmis par la campagne continue d'être jugé clair et facile à comprendre par la quasi-totalité des gens (96 %) et on constate une hausse significative de la proportion de répondants qui déclarent se sentir personnellement interpellés par la campagne (41 %).

Des résultats en demi-teinte concernant la connaissance des groupes plus à risque et de ceux ciblés par le programme de vaccination gratuite

Seulement 39 % des répondants parviennent à nommer exclusivement un ou des groupes à risque élevé d'hospitalisation et de décès associés à la grippe. Aussi, les objectifs du MSSS en matière d'identification des personnes ciblées par le programme de vaccination gratuite contre la grippe ne sont pas tous atteints. Moins de la moitié des répondants (47 %) identifient les personnes vivant avec une maladie chronique comme ayant droit à la vaccination gratuite, un résultat en deçà de l'objectif fixé à 55 %. De plus, l'autre objectif visant à ce qu'une personne sur quatre (25 %) identifie exclusivement un ou des groupes ciblés sans nommer à tort l'un ou l'autre des groupes non ciblés est atteint de justesse (21 %), et ce, en tenant compte de la marge d'erreur.



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

Adultes québécois (18 ans ou plus).

Bases de sondage

Le panel Or 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

Plan d'échantillonnage avec stratification régionale.

Au total, le sondage compte 1 017 répondants, répartis de la façon suivante :

- RMR de Montréal (394 répondants);
- RMR de Québec (304 répondants);
- Ailleurs au Québec (319 répondants).

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été conçu par le client, puis révisé, traduit et programmé par SOM. Le questionnaire pouvait être rempli en français ou en anglais.

La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.

COLLECTE

Période de collecte

Du 16 au 22 décembre 2021.

Mode de collecte

Sondage en ligne autoadministré.

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 aux pages suivantes.

Le taux de réponse est de 37,9 % pour les panélistes actifs du panel Or.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or – Actifs

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	1 815	Désabonnement	2
Nombre d'entrevues visées	630	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	913
Invitations envoyées (A)	1 712	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	7	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	1
Questionnaires complétés	648	Autres messages de retour non reconnus	1
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale (D)	2
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	648	Courriel invalide (usager@)	1
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	206	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	2	Unité inexistante totale (E)	1
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	53,4 %
Abandon durant le questionnaire	55	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	71,0 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	37,9 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or – Inactifs

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	5 569	Désabonnement	10
Nombre d'entrevues visées	110	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	179
Invitations envoyées (A)	5 567	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	2	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	1
Questionnaires complétés	106	Autres messages de retour non reconnus	4
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale (D)	5
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	106	Courriel invalide (usager@)	7
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	34	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	0	Unité inexistante totale (E)	7
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	3,2 %
Abandon durant le questionnaire	29	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	59,2 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	1,9 %

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel externe

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	5 300	Désabonnement	0
Nombre d'entrevues visées	260	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	694
Invitations envoyées (A)	5 300	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	0	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	263	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	55	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	358	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	676	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	1	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	13,1 %
Abandon durant le questionnaire	17	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	97,4 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	12,8 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée 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 sexe;
- La langue maternelle (français seulement, autre);
- La proportion d'adultes vivant seuls;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- La proportion estimée d'adultes propriétaires.

Données de population utilisées : recensement de 2016.

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.

MARGE 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 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 stratification 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. 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 pour l'ensemble des répondants est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 602 ($1\,017 \div 1,690$).

Le tableau de la page suivante donne 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

	Ensemble	RMR de Québec	Région RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1017	304	394	319
EFFET DE PLAN	1,690	1,347	1,468	1,365
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,8 %	1,3 %	1,2 %	1,3 %
95 % ou 5 %	1,7 %	2,8 %	2,6 %	2,8 %
90 % ou 10 %	2,4 %	3,9 %	3,6 %	3,8 %
80 % ou 20 %	3,2 %	5,2 %	4,8 %	5,1 %
70 % ou 30 %	3,7 %	6,0 %	5,5 %	5,9 %
60 % ou 40 %	3,9 %	6,4 %	5,9 %	6,3 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	4,0 %	6,5 %	6,0 %	6,4 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





CAMPAGNE PUBLICITAIRE 2021 PORTANT SUR LA VACCINATION CONTRE LA GRIPPE

MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX (MSSS)

/*

Légende

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

*/

Q_Bi Bienvenue et merci de prendre quelques minutes pour participer à cette courte étude sur la vaccination contre la grippe saisonnière (influenza).

Prenez note que ce sondage ne porte pas sur la vaccination contre la COVID-19.

->>calAGER

Q_MP

Mot de passe _____

Q_LPID

Panelist ID LEGER _____

Q_sicalAGER

si strate=9->CHKDOUBL1

->>rotA1

/*Vérification des doublons si fournisseur=Léger*/

Q_siCHKDOUBL1 si q#LPID=1->OUT /*Test logique à modifier dans HTML*/

->>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

9=*Je préfère ne pas répondre

Q_SE5EXT

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)

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_RMR

Dans quelle région habitez-vous?

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; /*text*/: Comment not seen by the interviewer*/

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

Q_incalquot q#quota1=0 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=1 et q#RMR=1) alors q#Quota1=1 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=1 et q#RMR=2) alors q#Quota1=2 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=1 et q#RMR=3) alors q#Quota1=3 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=2 et q#RMR=1) alors q#Quota1=4 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=2 et q#RMR=2) alors q#Quota1=5 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=2 et q#RMR=3) alors q#Quota1=6 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#RMR=1 et q#SE5EXT=1,2,3) alors
q#Quota1=7 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#RMR=2 et q#SE5EXT=1,2,3) alors
q#Quota1=8 et
lorsque (strate=9 et q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#RMR=3 et q#SE5EXT=1,2,3) alors
q#Quota1=9

->>calout0

Q_Quota1 *Liste des quotas*
0=Non admissible
1=18-24 RMR de Qc
2=18-24 RMR de Mtl
3=18-24 Ailleurs
4=25-34 RMR de Qc
5=25-34 RMR de Mtl
6=25-34 Ailleurs
7=35-54 scol inférieur à collégial RMR de Qc
8=35-54 scol inférieur à collégial RMR de Mtl
9=35-54 scol inférieur à collégial Ailleurs

Q_sicalOut0 si q#Quota1=0->OUT
->>calout1

Q_sicalout1 si quota1 atteint ->FINQUOTA
->>rotA1

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; */*text*/*: Comment not seen by the interviewer*/

/*Rotation Q1a à Q1d*/

Q_inrotA1	rotation=q#A1a, q#A1b, q#A1c, q#A1d (après=q#A3)
Q_A1a	Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? La grippe peut avoir des conséquences graves pour les personnes vivant avec le diabète, un système immunitaire affaibli, une maladie du cœur, des poumons ou des reins *Format matriciel 1=Tout à fait d'accord 2=Assez d'accord 3=Peu d'accord 4=Pas du tout d'accord 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_A1b	La grippe est une maladie qui se propage facilement *Format matriciel
Q_A1c	Plusieurs personnes tombent malades après s'être fait vacciner contre la grippe *Format matriciel
Q_A1d /*nouveau*/	Le vaccin contre la COVID-19 protège aussi contre la grippe *Format matriciel
Q_A3	L'année dernière, ((g à l'hiver 2020-2021)), vous êtes-vous fait vacciner contre la grippe? 1=Oui 2=Non 9=*Je ne m'en souviens plus
Q_A2	Vous êtes-vous fait vacciner contre la grippe ((g cet automne (2021&#41;))?) 1=Oui 2=Non->A4 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->A4
Q_A3a	Pourquoi avez-vous choisi de vous faire vacciner cette année? *exclusif=(A3a,A3ansp) << << _____ >> 99=Je ne sais pas/Je ne m'en souviens pas*suf nsp>>
Q_A4	Selon votre expérience ou ce que vous savez, diriez-vous qu'il vous serait difficile ou facile de recevoir le vaccin contre la grippe cette année si vous le souhaitiez (ou qu'il vous a été difficile ou facile de le recevoir)? 1=Très difficile

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; /*text*/: Comment not seen by the interviewer*/

2=Difficile
3=Facile
4=Très facile
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_A5 Avez-vous l'intention de vous faire vacciner contre la grippe l'an prochain
(((g **hiver 2022-2023**)))?

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

Q_A6 Sur une échelle de 1 à 10, quel est votre degré de confiance à l'égard de
l'efficacité du vaccin qui est administré lors de la présente saison grippale ((g
automne-hiver 2021-2022))?

*format linéaire

1=1; Aucune confiance
2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9
10=10; Une très grande confiance
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

**/*Objectif Augmenter à 55 % le nombre de répondants qui identifient les
personnes atteintes d'une maladie chronique (vivant avec le diabète, un
système immunitaire affaibli, une maladie du cœur, des poumons ou
des reins) comme étant un groupe visé par le programme de
vaccination contre la grippe et augmenter à 25 % le nombre de
répondants qui répondront exclusivement des groupes visés par le
programme à cette même question.*/***

Q_A7a Lesquelles des personnes suivantes sont visées par le programme de
vaccination gratuite contre la grippe pour ((g **l'hiver 2021-2022**))? *Plusieurs
choix possibles*

*rotation
*choix multiples
*choixminmax=1,7
*selectif=8,99

1=Les personnes âgées de 60 à 74 ans en bonne santé /*ne sont plus
ciblées*/
2=Les personnes âgées de 75 ans ou plus /*oui*/
3=Les enfants de moins de 6 mois /*non, mais oui pour leurs aidants naturels
et les personnes vivant sous le même toit*/
4=Les enfants de 6 mois à 17 ans en bonne santé /*non*/
5=Les aidants naturels et les proches des personnes à risque élevé de
complications liées à la grippe /*oui*/
6=Les travailleurs de la santé /*oui, mais pas tous*/
7=Les personnes atteintes d'une maladie chronique /*oui*/
8=((F #53555C Tout le monde est visé par ce programme)) /*non*/
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be
read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only,
unless otherwise indicated; **/*text*/**: Comment not seen by the interviewer*

Q_B9a

Selon vous, quelles sont les personnes à risque élevé d'hospitalisation et de décès associés à la grippe?

*rotation

*choix multiples

*choixminmax=1,7

*selectif=8,99

- 1=Les personnes âgées de 60 à 74 ans en bonne santé /*non*/
- 2=Les personnes âgées de 75 ans ou plus /*oui*/
- 3=Les enfants de moins de 6 mois /*non, mais oui pour leurs aidants naturels et les personnes vivant sous le même toit*/
- 4=Les enfants de 6 mois à 17 ans en bonne santé /*non*/
- 5=Les aidants naturels et les proches des personnes à risque élevé de complications liées à la grippe /*oui*/
- 6=Les travailleurs de la santé /*oui, mais pas tous*/
- 7=Les personnes atteintes d'une maladie chronique /*oui*/
- 8=*Tout le monde est à risque /*non*/
- 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Section

Évaluation de la campagne 2021*/

Q_B1

Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu à la télé, à la radio, dans des journaux ou des revues, des ((G **reportages**)) sur ((g **la grippe ou la vaccination contre la grippe**))?

- 1=Oui
- 2=Non->B3

/*Note

si q#B1=oui, poser QB2; sinon passer à QB3*/

Q_B2

Après avoir vu ou entendu ce que les médias ont rapporté sur la grippe au cours des derniers mois, votre opinion est-elle maintenant plus favorable ou moins favorable à la vaccination ((g **contre la grippe**))?

- 1=Beaucoup plus favorable
- 2=Un peu plus favorable
- 3=Un peu moins favorable
- 4=Beaucoup moins favorable
- 5=Mon opinion n'a pas changé
- 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_B3

Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu à la radio ou ailleurs, une publicité qui suggérait aux gens de se faire vacciner ((g **contre la grippe**))?

- 1=Oui
- 2=Non->B5

Q_B4a

Pouvez-vous décrire la publicité que vous avez vue, lue ou entendue?

*exclusif=(B4a,B4ansp)

<<
<< _____ >>

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; /*text*/: Comment not seen by the interviewer*

99=Je ne sais pas/Je ne m'en souviens pas*^{suf} nsp>>

/* **Notoriété des composantes de la campagne***

/*Objectif **Maintenir une proportion de 40 % des répondants au sondage post-campagne qui se souviendront avoir été exposés aux publicités***

/* **Tous – Visuel***

Q_B5 Voici des visuels diffusés au cours des dernières semaines. Veuillez les regarder attentivement. *Veuillez cliquer sur les images pour les agrandir.*

[/*Français : MSSS_Grippe_2021_Affiche_FR.pdf et DBB-MSSS-Grippe-FR.gif*/](#)

[/*Anglais : MSSS_Grippe_2021_Affiche_EN.pdf et DBB-MSSS-Grippe-EN.gif*/](#)



[/]

<div class="col-xs-12">[/]
(M MSSSGrippeFR.gif, sm-4)) ((M AFFGRIPPEFR.png, sm-4))
[/]</div></div>[/]

Vous souvenez-vous d'avoir vu l'un ou l'autre de ces visuels avant aujourd'hui?

1=Oui
2=Non

/* **Tous – Le message radio est le même qu'en 2020 et qu'en 2019***

Q_B6 Voici un message radio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement et au complet.

[/*Français : MSSS-20-18-R30F.mp3*/](#) [/*Anglais : MSSS-20-18-R30E.mp3*/](#)

((A 21630radioFR))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message à la radio avant aujourd'hui?

1=Oui
2=Non
7=*Je ne peux pas entendre le message

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: Comment not seen by the interviewer*

/*Note

Q_sicalB7A

->>B8

Q_B7a

Publireportages : poser la QB7a en français seulement, sinonB8*/

si langue=F->B7a

Des publiereportages ont été diffusés dans le cadre de cette campagne sur des médias comme La Presse, Le Devoir, Radio-Canada, Coup de pouce et Salut Bonjour. En voici un aperçu. *Veuillez cliquer sur les images pour les agrandir.*



```

[/]<style>.img-responsive{margin-bottom:16px}</style>
<div class="row">
  <div class="col-md-4">[/]((M
    apercuCoupdepouce.png,Coupdepouce.png))[/]</div>
  <div class="col-md-4">[/]((M apercuLeDevoir.png,LeDevoir.png))[/]</div>
</div>[/]
[/]<style>.img-responsive{margin-bottom:16px}</style>
<div class="row">
  <div class="col-md-4">[/]((M apercuRad-Can.png,Rad-Can.png))[/]</div>
  <div class="col-md-4">[/]((M apercuSalut-bonjour.png,Salut-bonjour.png))[/]</div>
</div>[/]
[/]<style>.img-responsive{margin-bottom:16px}</style>
<div class="row">
  <div class="col-md-4">[/]((M Xtragrippe1.png))[/]</div>
  <div class="col-md-4">[/]((M Xtragrippe2.png))[/]</div>
</div>[/]

```

Vous souvenez-vous d'avoir lu, ne serait-ce qu'en partie, un publiereportage sur ce sujet avant aujourd'hui?

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; 1=, 1=: Multiple-response question; 1=, 2=: One answer only, unless otherwise indicated; /*text*/: Comment not seen by the interviewer*

1=Oui
2=Non

Q_B8 Selon ce que vous avez compris de ces publicités, quel est, selon vous, le message principal véhiculé par cette campagne?
<< _____ >>

/* Appréciation de la campagne*/

Q_C1a Toujours en vous basant sur les publicités que vous venez de voir ou d'entendre, veuillez indiquer votre niveau d'accord à l'égard des énoncés ci-dessous.

Le message transmis par cette campagne, soit que la grippe peut être très grave pour certaines personnes, est clair et facile à comprendre

**format matriciel*

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

Q_C1b Cette campagne m'a incité à vouloir en savoir plus sur le programme de vaccination contre la grippe

**format matriciel*

Q_C1c Je me sens personnellement interpellé(e) par cette campagne

**format matriciel*

Q_C1d */*nouveau*/* Cette campagne attire mon attention.

**format matriciel*

/*Note Profil*/

/*Note Poser à tous*/

Q_D1 Avez-vous une maladie chronique qui vous oblige à consulter régulièrement un médecin, tel que le diabète, un système immunitaire affaibli, une maladie du cœur, des poumons ou des reins ou autre? */*Public principal*/*

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

Q_D2 Êtes-vous une personne proche aidante, c'est-à-dire que vous aidez occasionnellement ou quotidiennement une personne de votre entourage dans ses activités?

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

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; */*text*/*: Comment not seen by the interviewer*

Q_sicalSE12 si strate=1,2,3,11,12,13->putSE12
->>SEXE

Q_inputSE12 q#SEXE=input('SEXE')

Q_sicalSE12p2 si q#SEXE=blanc->SEXE
->>calAGEGRP2

Q_SEXE Vous êtes :

1=Un homme->calAGEGRP2
2=Une femme

/*Note Socio-démo : âge, scolarité, taille du ménage, enfants de moins de 18 ans, statut prop/loc., région ou code postal, revenu familial, langue maternelle – Valider auprès de Sylvain svp*/

Q_sicalAGEGRP2 si strate=9->calD3
->>AGEGRP2
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
5=55-64 ans
6=65-74 ans
7=75-84 ans
8=85 ans ou plus

Q_sicalD3 si (q#SEXE=2 et (q#AGEGRP2=1,2,3,4 ou q#AGEGRP2EXT=1,2,3,4))->D3
->>calSE5

/*Note QD3 posée aux femmes seulement*/

Q_D3 Êtes-vous enceinte présentement?

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

Q_sicalSE5 si strate=1,2,3,11,12,13->putSE5
->>calSE6

Q_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS')

Q_sicalSE5p2 si (q#SE5JRS>180 ou q#SE5JRS=blanc)->SE5
->>putSE5p2

Q_SE5JRS *Input* _____

Q_inputSE5p2 q#SE5=input('SE5')

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: Comment not seen by the interviewer*/

->>calSE6

Q_SE5 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)
- 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 ci-dessous)<Précisez>
- 99=* Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE6 si strate=1,2,3,11,12,13->putSE6
->>SE6

Q_inputSE6 q#SE6JRS=input('SE6JRS') et q#SE7JRS=input('SE7JRS')

Q_sicalSE6p2 si (q#SE6JRS>180 ou q#SE7JRS>180 ou q#SE6JRS=blanc ou q#SE7JRS=blanc)->SE6
->>putSE6p2

Q_SE6JRS *Input* _____

Q_SE7JRS *Input* _____

Q_inputSE6p2 q#SE6=input('SE6') et q#SE7=input('SE7')
->>calSE1

Q_SE6 Au total, ((g **combien de personnes**)) habitent chez vous, en vous incluant?

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

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

Q_sicalse7 si q#se6=1,9->calSE7c
->>calse7p2

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: Comment not seen by the interviewer*/

Q_incalSE7c ->>calSE1	lorsque q#SE6=1 alors q#SE7=95 et lorsque q#SE6=9 alors q#SE7=99
Q_incalSE7p2	lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=8 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=7 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=6 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=5 et lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=4 et lorsque q#SE6=2,3 alors nepaslire q#SE7=3 et lorsque q#SE6=2 alors nepaslire q#SE7=2
Q_SE7	De ces personnes, combien sont des enfants (personnes de ((g moins de)) 18 ans)? 95=Aucune 1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 ou plus 99=*Je préfère ne pas répondre
Q_sicalSE1 ->>SE1	si strate=1,2,3,11,12,13->putSE1
Q_inputSE1	q#SE1JRS=input('SE1JRS')
Q_sicalSE1p2 ->>putSE1p2	si (q#SE1JRS>180 ou q#SE1JRS=blanc)->SE1
Q_SE1JRS	*Input* _____
Q_inputSE1p2 ->>SE11p1	q#SE1=input('SE1')
Q_SE1	Votre ((g principale)) occupation actuellement? *Si vous avez plus d'une occupation (exemple : retraité(e) et travail à temps partiel ou étudiant(e) et travail à temps partiel), cochez celle qui vous demande le plus de temps dans la semaine. Si vous êtes en congé sabbatique, en congé de maternité, en congé de maladie ou d'accident de travail, indiquez si vous travaillez habituellement à temps plein ou à temps partiel.* 1=Je travaille à temps plein (30 heures ou plus par semaine) 2=Je travaille à temps partiel (moins de 30 heures par semaine) 3=Je suis retraité(e)

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; */*text*/*: Comment not seen by the interviewer*

4=Je suis étudiant(e)
 5=Je suis sans emploi (assurance-emploi, assistance sociale)
 6=Je ne travaille pas par choix (à la maison, au foyer)
 90=<préciser>Je suis dans une autre situation (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
 99=*Je préfère ne pas répondre

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

Q_sicalSE10
 ->>SE102021

si strate=1,2,3,11,12,13->putSE10

Q_inputSE10

q#S102021JRS=input('SE102021JRS')

Q_sicalSE10p2
 ->>putSE10p2

si (q#S102021JRS>180 ou q#S102021JRS=blanc)->SE102021

Q_S102021JRS

Input _____

Q_inputSE10p2
 ->>calSE13

q#SE102021=input('SE102021')

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; ...: Where in the text of the question, the response options need to be read; -> or ->>: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; /*text*/: Comment not seen by the interviewer*/

Q_SE102021 Quel est votre revenu familial brut (avant impôts) 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 \$
6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
7=De 100 000 \$ à 149 999 \$
8=De 150 000 \$ à 199 999 \$
9=De 200 000 \$ ou plus
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE13 si strate=1,2,3,11,12,13->putSE13
->>SE13

Q_inputSE13 q#SE13JRS=input('SE13JRS')

Q_sicalSE13p2 si (q#SE13JRS>180 ou q#SE13JRS=blanc)->SE13
->>putSE13p2

Q_SE13JRS *Input* _____

Q_inputSE13p2 q#SE13=input('SE13')
->>calCP

Q_SE13 Votre ménage est-il propriétaire ou locataire de l'endroit où vous habitez?

1=Propriétaire
2=Locataire
9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalCP si strate=9->IDCP
->>FIN

Q_IDCP Quel est votre code postal?

((f RED <AFF1>))

*facultatif
*codepostal
*exclusif=(IDCP,IDCPNSP)
<<
<<_____ [ex. : G1G]>>
999=*Je préfère ne pas répondre*suf NSP>>

Q_sicalIDCP si (q#IDCP=blanc et q#IDCPNSP#999)->calAFF1
->>FIN

Q_incalAFF1 q#AFF1=1
->>IDCP

Q_AFF1 *Autocomplété*

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: Comment not seen by the interviewer*

0=*

1=Veuillez entrer au moins les trois premiers caractères de votre code postal. Merci.

Q_FINQUOTA Merci de votre collaboration!

Q_FIN Merci de votre collaboration!

***informations

Projet=INFLUENZA2021
Fichier=FINFLUENZA2021
Reseau=\\10.3.0.15\\SERVEUR1\\P21630WEB\
Siteext=clients3.som.ca
Pages=C:\users\ekaluzny\projets\P21630MSSSINFLUENZAWE\PW21630WEB\
Images=C:\users\ekaluzny\projets\P21630MSSSINFLUENZAWE\IMG\
MODELES=C:\Users\ekaluzny\projets\P21630MSSSINFLUENZAWE\Modeles6p21630\
Debut=calAGER
Effacer=Oui
Email=pw21630web@web.som.ca
Espace=5,80
Noquestion=Non
Progression=Oui
TypeSondage=1
Motdepasse=mp
Repmult=Non
Interrompre=Non
Duree=6
Precedent=oui
Stats=ababineau
Titre=SOM inc.
ARGUMENTS=(lpid,LPID)
QUOTA1=quota1
SIQUOTA4=OUI

/*Legend

text: Text not read, seen by the interviewer; **...**: Where in the text of the question, the response options need to be read; **->** or **->>**: means go to question number...; **1=, 1=**: Multiple-response question; **1=, 2=**: One answer only, unless otherwise indicated; **/*text*/**: Comment not seen by the interviewer*/