

**MONTRÉAL**

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

QUÉBEC

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

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE 2022 VISANT LES PERSONNES PROCHES AIDANTES

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 : Croyances et perceptions
17	/Chapitre 2 : Notoriété de la campagne
22	/Chapitre 3 : Appréciation et impact de la campagne
27	/Conclusions

ANNEXES

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

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



Contexte	Dans l'esprit où le gouvernement du Québec souhaite reconnaître et manifester son soutien aux personnes proches aidantes, le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (MSSS) a lancé, à la fin de l'année 2022, une nouvelle campagne d'information et de sensibilisation visant les personnes proches aidantes.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• Évaluer le niveau de connaissance des adultes du Québec à l'égard des personnes proches aidantes.• Évaluer la performance de la campagne (notoriété spontanée, notoriété assistée, compréhension du message, appréciation et impact).
Population cible	Adultes québécois (18 ans ou plus).
Échantillonnage	1 029 répondants répartis en trois grandes régions géographiques, soit : <ul style="list-style-type: none">• RMR de Montréal (512 répondants);• RMR de Québec (126 répondants);• Ailleurs au Québec (391 répondants).
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 12 au 19 décembre 2022. Taux de réponse (panel Or) : 36,1 %.
Pondération	Les données ont été pondérées pour refléter la distribution de la population québécoise selon l'âge, le sexe, la scolarité, la proportion d'adultes vivant seuls, la langue maternelle et le statut de propriété, pour chacune des trois régions suivantes : RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec.
Marge d'erreur	La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,5 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.
Notes	<p>L'atteinte ou non des objectifs mesurables du Ministère est illustrée à l'aide des deux pictogrammes suivants :  </p> <p>Afin de faciliter la lecture, l'expression « personne proche aidante » est remplacée par « PPA » dans les diagrammes et les différences significatives découlant des variables retenues pour l'analyse des résultats.</p>

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE (COMPOSANTES ÉVALUÉES)

DIFFUSION DU 14 NOVEMBRE AU 11 DÉCEMBRE 2022



Deux messages radio de 30 secondes diffusés en français et en anglais,
à la radio traditionnelle

« Je suis Martin »

Homme : Je suis Martin. Je sais que je suis un bon père de famille. Je sais que je suis un collègue apprécié au bureau. Je sais que je suis un pas pire joueur de hockey. Je sais que je prends bien soin de ma fille qui vit avec des handicaps, même si c'est pas toujours facile, mais... je ne sais pas que je suis une personne proche aidante.

Narratrice : Ce n'est toujours évident de le savoir. Si vous soutenez une personne une fois par mois, une fois par semaine ou chaque jour, vous êtes une personne proche aidante. Les personnes proches aidantes, elles sont plus qu'on pense.

« Je suis le frère de Martin »

Homme : Je suis le frère de Martin. Je sais que c'est un bon père de famille. Je sais que c'est un collègue apprécié au bureau. Je sais que c'est un pas pire joueur de hockey. Je sais qu'il prend bien soin de sa fille qui vit avec des handicaps, même si c'est pas toujours facile, mais... je ne sais pas que Martin est une personne proche aidante.

Narratrice : Ce n'est toujours évident de le savoir. Apprenez-en davantage en visitant « quebec.ca/personneprocheaidante ». Les personnes proches aidantes, elles sont plus qu'on pense.



Publireportage
(français seulement)



Affiches, bannière et carrousel
(français seulement)



Découvrez
les multiples visages
de la proche aidance



MYTHE Pour être une personne proche aidante,
il faut vivre avec la personne aidée.

RÉALITÉ

Les personnes aidées peuvent
être un conjoint, un enfant ou
un autre membre de la famille.

Il peut aussi s'agir d'un ami,
d'un collègue ou d'un voisin.

Les personnes proches
aidantes ne vivent pas
nécessairement avec les
personnes qu'elles aident.



An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines in shades of teal and light blue, resembling a molecular or digital structure.

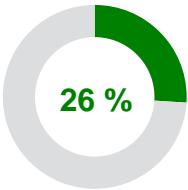
Faits saillants

FAITS SAILLANTS
CAMPAGNE

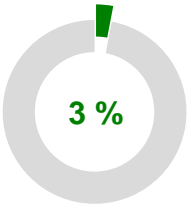


BRUIT PUBLICITAIRENOTORIÉTÉ SPONTANÉE

Se souvient d’avoir vu, lu ou
entendu une publicité qui parlait
de personnes proches aidantes



Décrit une publicité de la campagne
2022 du MSSS
« Les personnes proches aidantes,
elles sont plus qu’on pense »

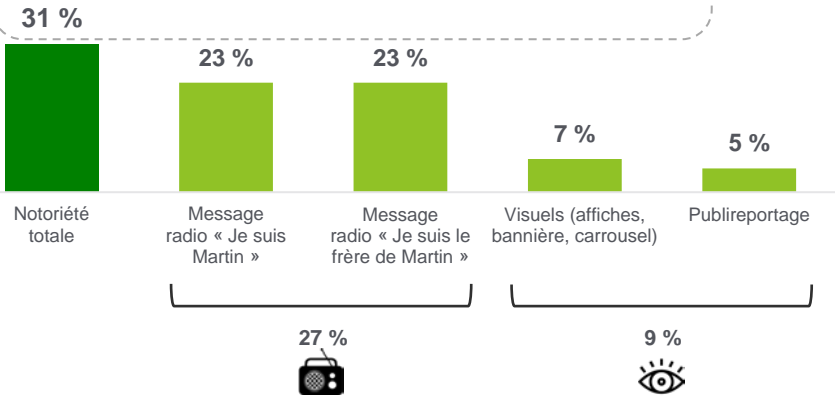


✓

Un message compris par 78 % des répondants.
L’objectif du Ministère s’élevant à 70 % est donc dépassé.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE TOTALE

✗
L’objectif du Ministère établi à 40 % n’est pas atteint.



APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

Cette campagne valorise les personnes proches aidantes (tout à fait + plutôt d'accord)	94 %
Cette campagne me renseigne sur ce qu'est une personne proche aidante (tout à fait + plutôt d'accord)	93 %
Le message de cette campagne est clair (tout à fait + plutôt d'accord)	93 %
Cette campagne attire mon attention (tout à fait + plutôt d'accord)	77 %
S'est senti(e) interpellé(e) par cette campagne (beaucoup + assez)	60 %
A parlé de cette campagne avec ses proches* (oui)	15 %

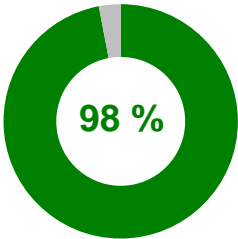
* Base : répondants qui ont vu, lu ou entendu l'une ou l'autre des composantes avant le sondage.

FAITS SAILLANTS

PERCEPTIONS DIVERSES



Les personnes proches aidantes jouent
un rôle important dans notre société
(tout à fait + plutôt d'accord)



Les PPA peuvent vivre de la détresse liée à ce rôle	95 %
Un parent qui soutient un enfant handicapé est une PPA	94 %
Une personne qui soutient un proche atteint de dépression est une PPA	82 %
Pour être une PPA, il faut assister une personne au moins une fois par semaine	61 % ↓
La personne aidée doit être en perte d'autonomie	57 %
Les PPA le font toujours par choix	40 %
Pour être une PPA, il faut aider une personne chaque jour	36 %
Les PPA sont rémunérées pour l'aide qu'elles apportent	26 %
Pour être une PPA, il faut avoir un lien de parenté avec la personne aidée	19 % ↓
Pour être une PPA il faut habiter avec la personne	15 %
Les PPA aident seulement les personnes âgées	8 %



Chapitre 1

CROYANCES ET PERCEPTIONS

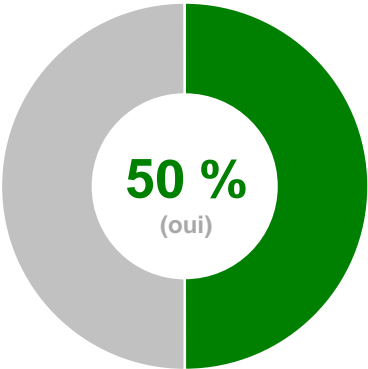
- Familiarité
- Définition
- Ressources connues
- Croyances diverses
- Valorisation du rôle

Aide un proche (régulièrement ou occasionnellement) ou se considère comme une personne proche aidante (QE1, QE2)

n : 1 029

Type (QE1, QE2)

n : 1 029



N'aide aucun proche

52 %

Aide un proche et se considère comme PPA

28 %

Aide un proche et ne se considère pas comme PPA

20 %

QE1. Aidez-vous occasionnellement ou régulièrement un proche dans ses activités (ex. : aider un voisin malade à faire son épicerie, aider son parent à aller à ses rendez-vous médicaux, accompagner son enfant handicapé dans des activités sportives, etc.)?

Base : tous, n : 1 029

48 %
(oui)

QE2. Vous considérez-vous comme une personne proche aidante?

Base : tous, n : 1 029

31 %
(oui)

La moitié des adultes québécois (50 %) déclarent aider un proche (régulièrement ou occasionnellement) ou se perçoivent comme étant des personnes proches aidantes. Les personnes retraitées (63 %) et les 55 ans ou plus (61 %) se voient comme tels en plus forte proportion.

C'est près de trois répondants sur dix (28 %) aidant un proche qui se considèrent effectivement comme des personnes proches aidantes, alors qu'un sur cinq (20 %) ne s'estime pas comme tel, malgré le soutien apporté de façon occasionnelle, voire régulière.

Posées à la toute fin du questionnaire, ces questions visaient notamment à vérifier si les perceptions diffèrent selon le degré de familiarité avec ce sujet.

QA1a. Selon vous, qu'est-ce qu'une personne proche aidante?

Base : tous, n : 1 029

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %

	%
Quelqu'un qui vient en aide à une personne en incapacité	41
Une personne qui aide un proche en situation d'incapacité	25
Une personne qui aide une personne en incapacité pour les tâches quotidiennes	16
Quelqu'un qui consacre beaucoup de temps à quelqu'un d'autre	11
Une personne qui en aide une autre	9
Une personne qui prend soin d'une personne âgée	6
Une personne qui vient en aide de manière bénévole	4
Une personne grâce à qui les gens en perte d'autonomie peuvent demeurer chez eux	4
Un proche qui vient en aide à une personne	3
Une personne qui aide à titre non professionnel	1
Un proche qui prend soin d'une personne âgée	1
Une personne qui fournit des soins qui ne sont pas offerts par le système de santé	1
Autre	2
Ne sait pas, ne répond pas	9

Une personne proche aidante peut être définie selon **plusieurs facettes** et les réponses regroupées dans le tableau ci-dessus font surtout allusion au **soutien** apporté à quelqu'un (réponses en **vert pâle**) sans préciser un quelconque lien avec cette personne.

La notion de **proximité** de la personne aidante avec la personne aidée est par contre aussi évoquée, mais **moins** souvent (réponses en **vert foncé**).

Quelques-uns mettent aussi de l'avant l'aide prodiguée aux **personnes âgées** (réponses en **orange**) ou ajoutent que l'aide est procurée de façon **bénévole** ou à titre **non professionnel** (réponses en **jaune**).

QA1b. Selon vous, qui les personnes proches aidantes aident-elles?

Base : tous, n : 1 029

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %

	%
Des membres de leur famille (ex. : parents, enfants, conjoint)	46
Des personnes ayant une incapacité physique	20
Des personnes âgées	20
Des amis ou des connaissances (ex. : voisins, collègues)	20
Des personnes malades (sans précision)	15
Des personnes en perte d'autonomie (inaptes pour la routine quotidienne, etc.)	13
Des proches (gens qui font partie de leur entourage)	9
Toute personne dans le besoin	6
Des personnes ayant une incapacité cognitive (ex. : Alzheimer, démence)	3
Toute personne/des inconnus	3
Des personnes ayant des enjeux psychologiques (maladies mentales)	2
Des personnes vulnérables (défavorisées, en situation d'itinérance)	2
Des personnes ayant des besoins particuliers	1
Des personnes en fin de vie	1
Des personnes seules	1
Autre	2
Ne sait pas, ne répond pas	11

Lorsqu'on leur demande qui sont les personnes aidées, 52 % des adultes québécois (réponses en **vert foncé**) mentionnent que ce sont des gens de l'**entourage** des proches aidants (membres de leur famille, amis ou connaissances, des proches en général).

Près de la moitié (49 %) parle de l'état des personnes aidées (en incapacité physique, personnes âgées, en perte d'autonomie, etc.) ou d'aider autrui sans spécifier quoi que ce soit (réponses en **vert pâle**).

Les Québécois âgés de 45 à 64 ans (62 %) et les femmes (57 % contre 46 % chez les hommes) évoquent le lien de proximité en plus forte proportion.

QA3. Quelle(s) ressource(s) appuyant et soutenant les personnes proches aidantes connaissez-vous?

Base : tous, n : 1 029

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %
Principales réponses

	%
 CLSC	18
 Ressources gouvernementales	5
 Organismes communautaires	3
Aide financière (crédit d'impôt, fiscale)	3
 Associations ou associations de proches aidants	2
 Proches (famille, entourage)	2
 L'Appui	2
 CIUSSS/CISSS	2
 Médecins ou médecins de famille	1
 Maisons de répit	1
 Travailleurs sociaux	1
 Hôpitaux	1
 Société Alzheimer	1
Aucune, ne sait pas, ne répond pas	65



Proche ou professionnel



Ressource communautaire ou gouvernementale

Près de deux Québécois sur trois (65 %) semblent ne pas connaître de ressources pouvant appuyer ou offrir du soutien aux personnes proches aidantes elles-mêmes.

Bien qu'en très faible proportion, on nomme, entre autres, l'Appui (2 %), les CIUSSS/CISSS (2 %) et la Société Alzheimer (1 %), trois ressources reconnues comme étant à la disposition des personnes proches aidantes.

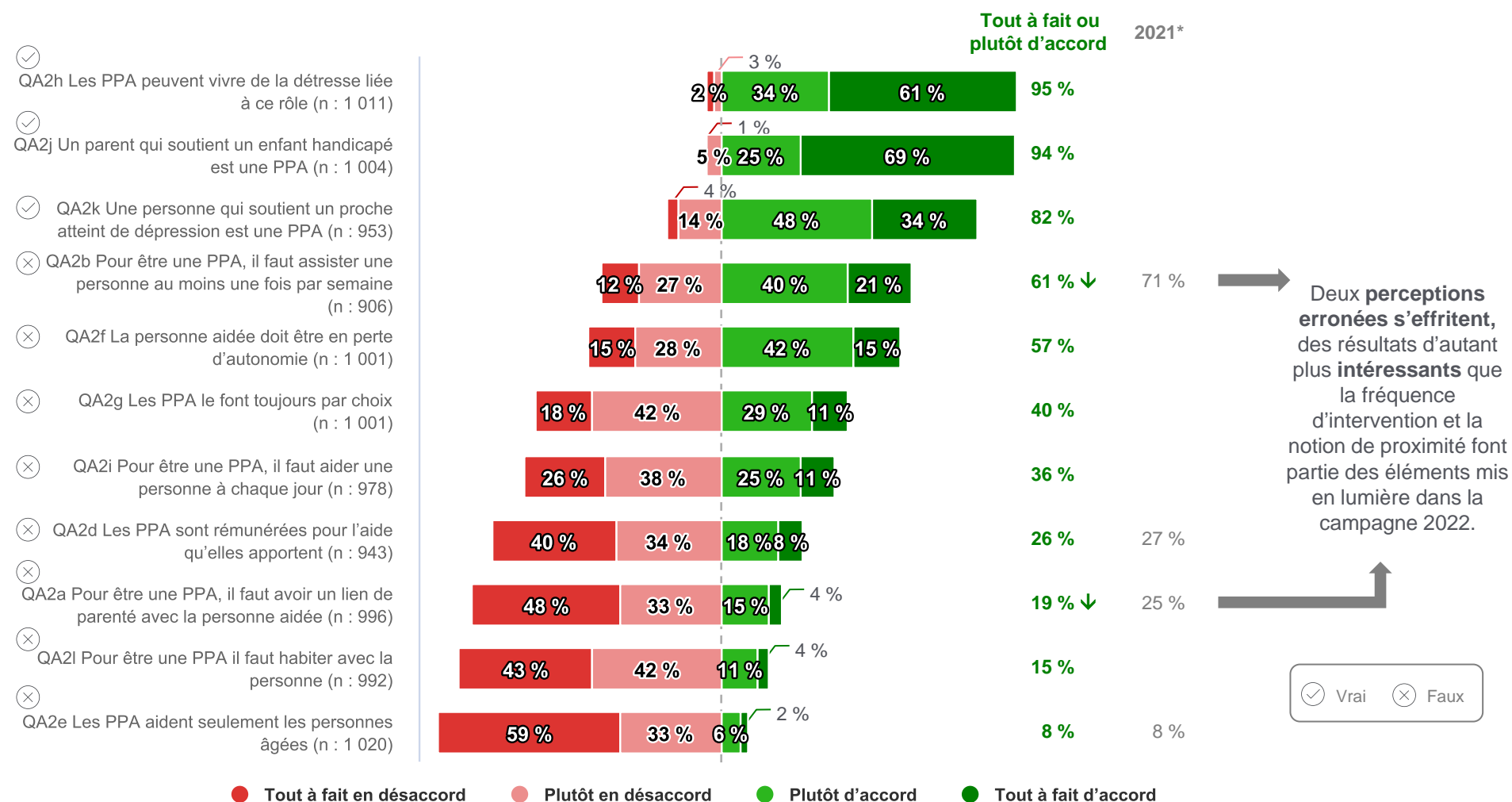
CROYANCES DIVERSES

VUE D'ENSEMBLE



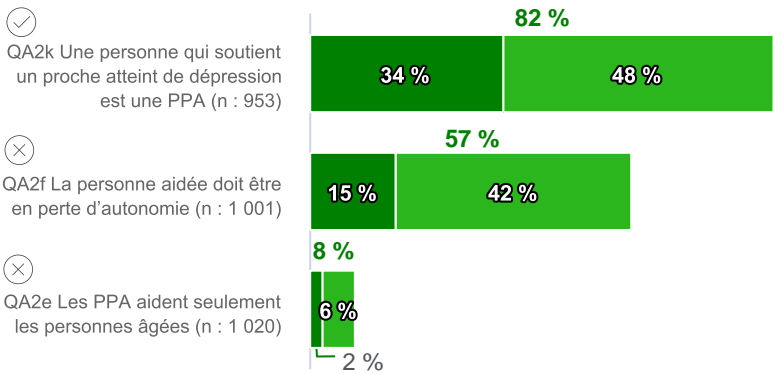
QA2a à QA2l (excluant QA2c). Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.

Base : tous, excluant la non-réponse



* Seules les questions A2a, A2b, A2d et A2e ont été posées en 2021.

État de la personne aidée

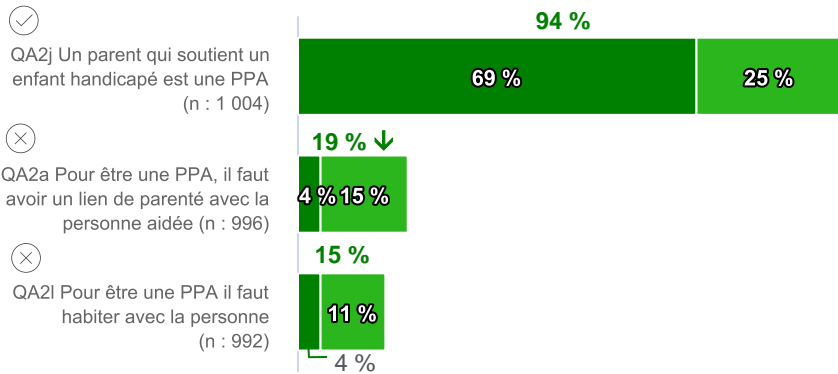


La **perte d'autonomie** s'avère **floue**, avec 57 % qui croient que la personne aidée doit être en perte d'autonomie. Or, la personne aidée peut être temporairement moins autonome. Toutefois, moins d'un Québécois sur dix pense (8 %), **à tort**, que les personnes proches aidantes n'aident que les **personnes âgées**, et une **forte majorité** (82 %) sait que ces aidants soutiennent aussi des personnes en **dépression**.

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus ou moins nombreux (+ -)**, en proportion, à avoir répondu « **tout à fait ou plutôt d'accord** » :

- Études secondaires ou moins (79 %)
- 25 à 44 ans (75 %)
- + Ne soutient aucun proche (62 %)
- + 18 à 24 ans (23 %)
- + Homme (11 %)

Proximité

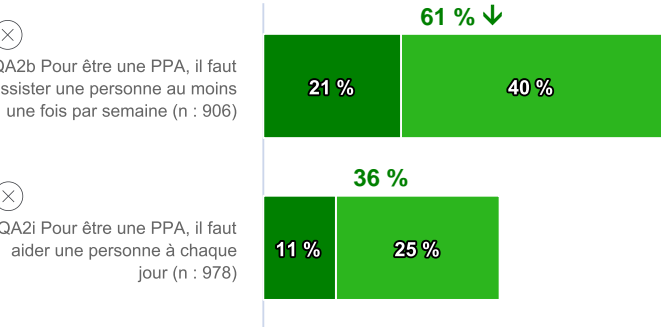


À peu près tous (94 %) reconnaissent qu'un parent soutenant son enfant **handicapé** est une personne proche aidante. En revanche, une minorité non négligeable, quoiqu'en baisse (19 %), pense faussement qu'un lien de **parenté** est requis. Aussi, tout de même 15 % ont l'impression que la **cohabitation** est nécessaire pour être qualifié de personne proche aidante.

- Homme (91 %)
- 18 à 24 ans (77 %)
- + 18 à 24 ans (34 %)
- + 35 à 44 ans (27 %)
- + A rempli le questionnaire en français (21 %)
- + Revenu familial de moins de 35 000 \$ (24 %)

☑ Vrai ☒ Faux

Fréquence d'aide



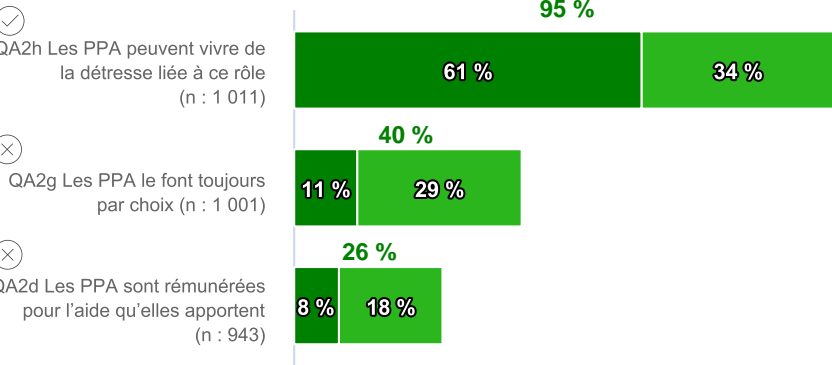
Plus de la moitié des adultes québécois (61 %) croient, à tort, que le soutien qu'offre une personne proche aidante doit se faire sur une base **hebdomadaire**. L'idée que l'aide doit être prodiguée **au quotidien** est moins répandue, mais l'est tout même passablement (36 %).

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus ou moins nombreux (+ -)**, en proportion, à avoir répondu « **tout à fait ou plutôt d'accord** » :

- + 25 à 34 ans (75 %)
- + 35 à 44 ans (70 %)
- + Ne soutient aucun proche (66 %)

Aucun sous-groupe ne se démarque

Conditions de vie



Si la **presque totalité** (95 %) convient de la **détresse** potentielle des personnes proches aidantes, deux Québécois sur cinq (40 %) jugent faussement que ces personnes font **toujours** le choix de devenir proches aidants, et le quart (26 %), qu'ils sont **rémunérés** pour le soutien apporté.

- Études secondaires ou moins (92 %)
- A rempli le questionnaire en anglais (89 %)
- 18 à 24 ans (87 %)

+ Études secondaires ou moins (49 %)

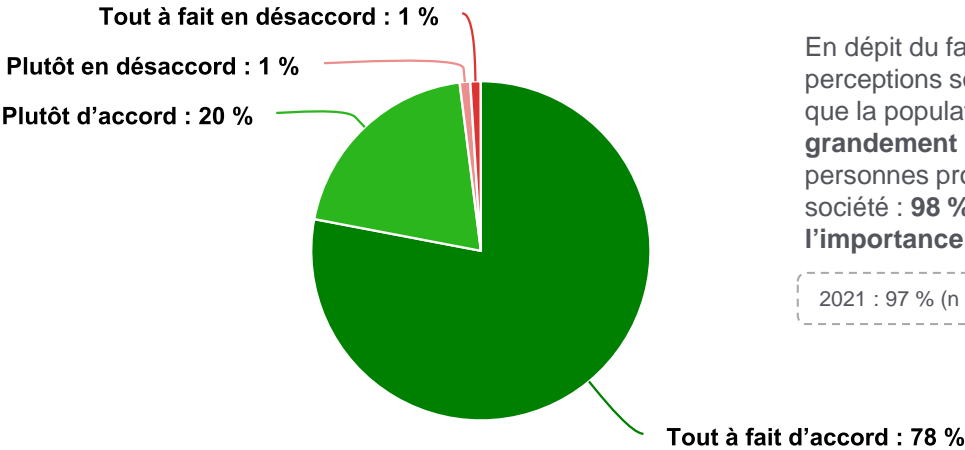
- + A rempli le questionnaire en anglais (43 %)
- + 18 à 34 ans (40 %)

✓ Vrai ✗ Faux

QA2c. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.

Les personnes proches aidantes jouent un rôle important dans notre société.

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 1 022



En dépit du fait que certaines perceptions soient erronées, il est clair que la population **apprécie grandement** le rôle que jouent les personnes proches aidantes dans notre société : **98 % en reconnaissent toute l'importance.**



Chapitre 2

NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

- Bruit publicitaire et notoriété spontanée
- Notoriété des messages – audio, affiches, bannière, carrousel, publiereportage
- Notoriété totale de la campagne

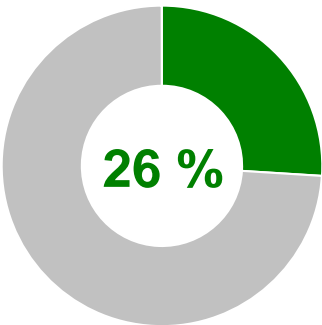
BRUIT PUBLICITAIRE ET NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



QB1. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait de personnes proches aidantes?

Base : tous, n : 1 029

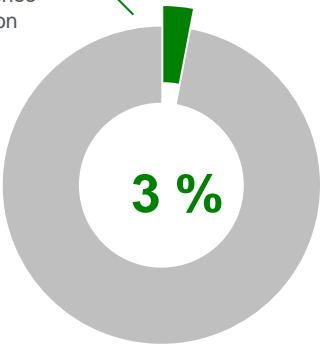
Le graphique présente le pourcentage de « oui »



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

Base : tous, 1 029

3 % évoquent la publicité du MSSS « Les personnes proches aidantes, elles sont plus qu'on pense ».



Des 26 % qu'ils sont à déclarer se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait de personnes proches aidantes, seule une infime minorité d'adultes québécois se rappelle spontanément la campagne 2022 du MSSS.

En effet, 3 % décrivent ou évoquent principalement l'une des deux publicités radiophoniques.

QB3a-B3b. Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement.
Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui?

Base : tous, n : 1 029

Le graphique présente le pourcentage de « oui »

QB3a.
« Je suis Martin »

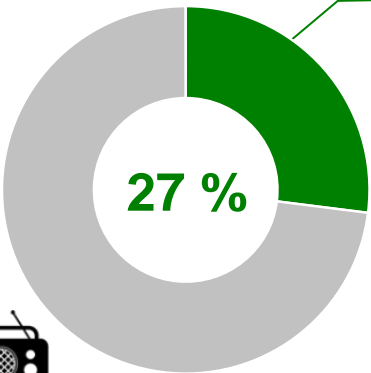
23 % de « oui »

- Aide un proche et se considère comme PPA (32 %)

QB3b.
« Je suis le frère de Martin »

23 % de « oui »

- Aide un proche et se considère comme PPA (30 %)
- Avec enfants de moins de 18 ans (29 %)



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

- Aide un proche et se considère comme PPA (35 %)
- Avec enfants de moins de 18 ans (32 %)

Les deux publicités diffusées à la radio traditionnelle ont été entendues par près de trois adultes sur dix (27 %).

Leur notoriété est significativement plus élevée chez les parents qui ont des enfants de moins de 18 ans (32 % contre 24 %), possiblement en raison du fait qu'il y est question d'un père venant en aide à son enfant handicapé.

NOTORIÉTÉ DES VISUELS



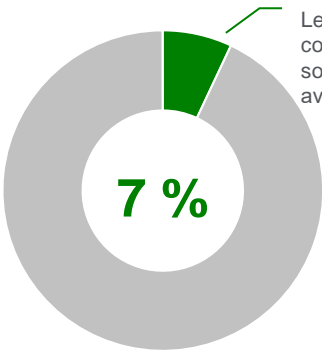
QB4. Voici des visuels diffusés au cours des dernières semaines. Veuillez les regarder attentivement. Vous souvenez-vous d'avoir vu ces visuels ou des visuels semblables avant aujourd'hui?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 953

QB5. Voici un aperçu de publiereportage diffusé au cours des dernières semaines. Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu ce publiereportage avant aujourd'hui?

Base : répondants qui ont rempli le questionnaire en français, n : 953

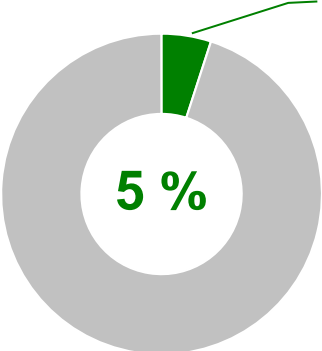
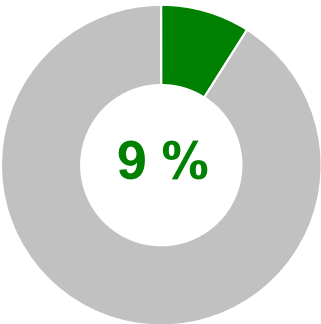
Les graphiques présentent le pourcentage de « oui »



Les répondants qui se considèrent comme une personne proche aidante sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » (11 %).



Note : Affiches, bannière, carrousel



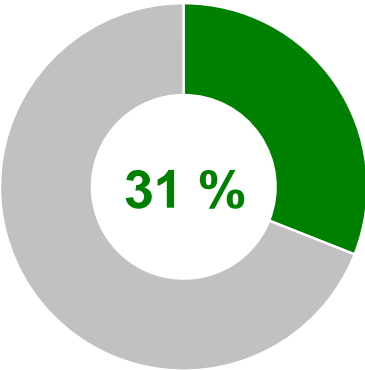
Les répondants qui se considèrent comme une personne proche aidante sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » (8 %).



Pris séparément, les visuels récoltent des notoriétés de 7 % et de 5 % (affiches, bannières et carrousel d'une part, publiereportage d'autre part).

Les citoyens se considérant comme des proches aidants ont remarqué l'un ou l'autre des visuels en plus forte proportion (13 %).

Notoriété totale (français et anglais)
Base : tous, n : 1 029



La campagne 2022 sur les personnes proches aidantes a été remarquée par près du tiers de la population adulte du Québec (31 %). Les gens qui déclarent aider un proche et se reconnaissent comme étant des personnes proches aidantes ont été rejoints en plus forte proportion (39 %).



L'objectif du Ministère à l'effet que 40 % des répondants sondés se souviennent d'avoir été exposés à la campagne n'est pas atteint.



Chapitre 3

APPRÉCIATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

- Compréhension du message
- Appréciation de la campagne
- Impact de la campagne
- Usure publicitaire

QC1. Les publicités que vous venez de voir ou d'entendre font partie d'une même campagne d'information.
Selon vous, qu'est-ce qu'on a souhaité transmettre comme message dans cette campagne?

Base : tous, excluant les répondants qui ont rempli le questionnaire en anglais et qui n'ont pas pu entendre les messages audio à cause d'un problème technique, n : 1 026

	%
On peut être proches aidants sans le savoir (il y en a plus qu'on pense)	31
Informer sur le rôle de proche aidant	19
Les proches aidants sont importants	12
Il faut reconnaître le rôle de proche aidant	9
Il y a plusieurs manières d'être proche aidant	7
Il existe des ressources pour les proches aidants	5
Il faut venir en aide aux personnes qui en ont besoin (proches, malades)	5
Encourager à devenir proche aidant	2
Ne sait pas	10

• Aide un proche ou se considère
comme PPA (8 % contre 5 %)

Au total, 57 % des adultes québécois (réponses en **vert foncé**) retiennent que les personnes proches aidantes le sont bien souvent quasi à leur insu et qu'elles sont plus nombreuses qu'on peut le penser.

Environ un sur cinq (réponses en **vert pâle**; 21 %) comprend qu'on a voulu lui faire réaliser l'importance de ces personnes ou qu'on devrait en valoriser le rôle.



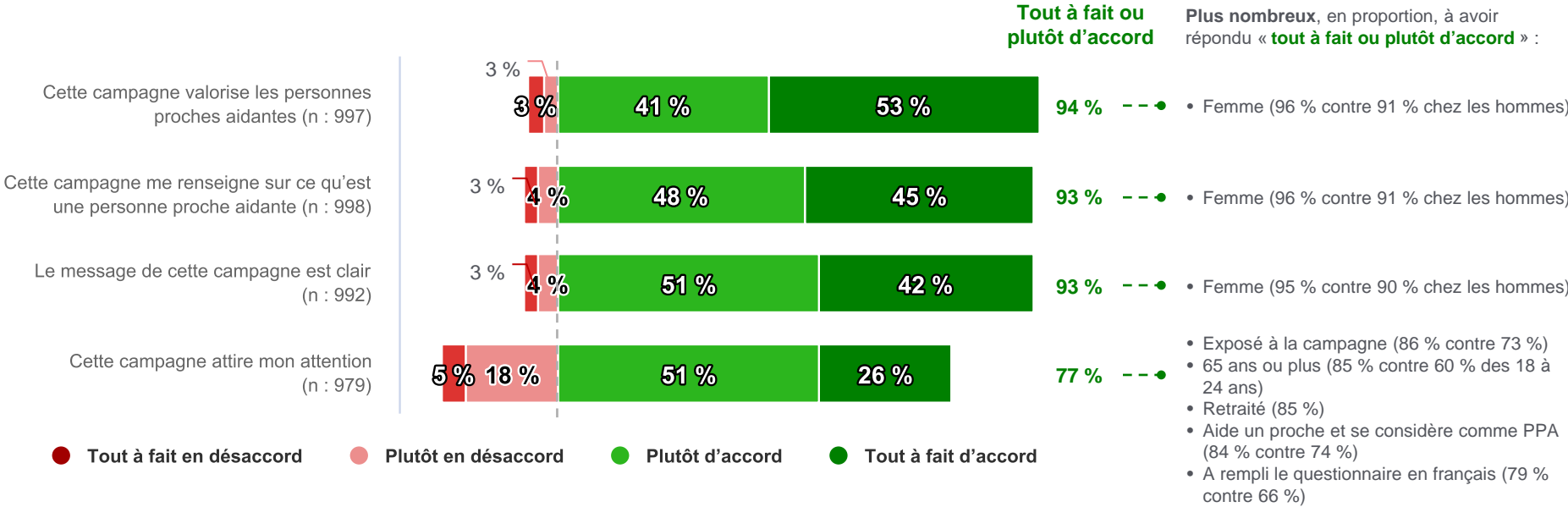
On peut donc dire que **78 % comprennent au moins un message de la campagne**, contribuant ainsi à l'atteinte de l'objectif du Ministère qui est de 70 %.

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE



QC2 à QC5. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.

Base : tous, excluant les répondants qui ont rempli le questionnaire en anglais et qui n'ont pas pu entendre les messages audio à cause d'un problème technique et la non-réponse



La campagne 2022 ayant pour thème « Les personnes proches aidantes, elles sont plus qu'on pense » est des plus appréciées.

En appui à la compréhension manifestée spontanément, de fortes majorités trouvent qu'elle valorise les personnes proches aidantes (94 %) ou qu'elle fait connaître ce qu'elles sont (93 %). Sans grande surprise, la plupart (93 %) affirment que le message est clair. Le pouvoir attractif de la campagne est toutefois modéré : 77 % de la population soutient qu'elle retient leur attention.

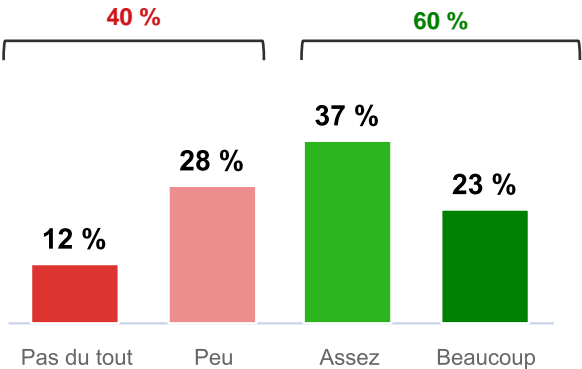
Concernant ce dernier point, notons que les aînés (65 ans ou plus) ont davantage remarqué la campagne que les jeunes (85 % contre 60 % des 18 à 24 ans), de même que les principaux intéressés, soit les personnes proches aidantes elles-mêmes et qui se considèrent comme telles (84 % contre 74 % qui ne soutiennent aucun proche).

IMPACT DE LA CAMPAGNE



QD1. Dans quelle mesure vous êtes-vous personnellement senti(e) interpellé(e) par cette campagne?

Base : tous, excluant les répondants qui ont rempli le questionnaire en anglais et qui n'ont pas pu entendre les messages audio à cause d'un problème technique et la non-réponse, n : 1 001



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **peu ou pas du tout interpellés** » :

- A rempli le questionnaire en anglais (75 % contre 35 %)
- 18 à 34 ans (57 % contre 31 % des 55 ans ou plus)
- Ne soutient aucun proche (51 %)
- Diplômé universitaire (46 % contre 34 % chez ceux qui ont fait au plus des études secondaires)
- Homme (43 % contre 36 % des femmes)

QD2. 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 : 382

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %

	%
N'est pas proche aidant (ne souhaite pas être proche aidant)	19
La situation ne le concerne pas (ne concerne pas les proches, ne vit pas cette réalité)	13
Est déjà au courant (de la situation, est sensibilisé, etc.)	11
Ne connaît personne ayant besoin des services d'un proche aidant	8
Ne connaît pas de proche aidant (aucun dans l'entourage)	8
Les publicités sont inutiles (pas pertinentes, sans intérêt, etc.)	5
N'a pas vu la publicité (faible diffusion, etc.)	5
Les publicités n'attirent pas l'attention (pas assez percutantes, etc.)	4
Les publicités ne sont pas claires (imprécises)	2
Il n'y a pas assez d'information	1
N'a pas besoin des services d'un proche aidant (jeune, etc.)	1
Autre	1
Aucune/ne sait pas	34

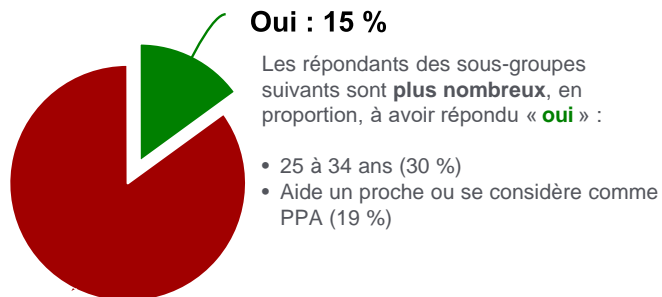
Loin du problème Publicités Déjà sensibilisé

Si deux Québécois sur cinq soutiennent ne pas se sentir interpellés par la campagne (40 %), c'est principalement parce qu'ils se sentent loin de la problématique ou peu concernés (réponses en **rose**). Quelques-uns déplorent un aspect ou l'autre des publicités, tels que leur inutilité ou leur manque d'attrait (réponses en **jaune**).

Notons que les gens qui ont rempli le questionnaire en anglais se sentent nettement moins interpellés (75 % contre 35 %). En outre, et comme on pouvait s'y attendre, les jeunes sont plus nombreux, en proportion, à être plutôt « indifférents » (57 % des 18-34 ans contre 31 % des 55 ans ou plus).

QD4. Avez-vous parlé de cette campagne avec vos proches (parents, amis ou collègues de travail)?

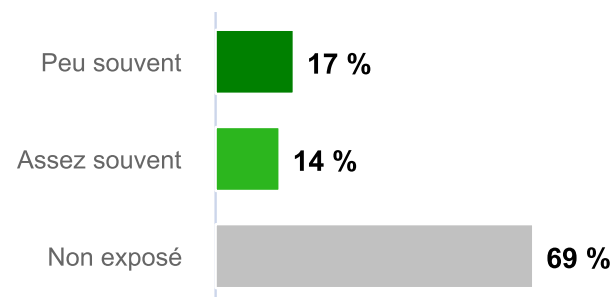
Base : répondants qui ont vu ou entendu l'une ou l'autre des composantes avant le sondage, n : 320



Chez les répondants exposés à la campagne avant le sondage, 15 % affirment **en avoir parlé** avec leurs proches, notamment les jeunes de 25 à 34 ans (30 %).

QD3. Diriez-vous que vous avez vu, lu ou entendu cette campagne...?

Base : tous, n : 1 029



La campagne ne subit pas d'usure publicitaire.

De plus, seuls 14 % de la population estiment l'avoir vue assez souvent.

Par ailleurs, ceux qui ont été exposés à la campagne ainsi que ceux qui se considèrent comme des proches aidants – du fait qu'ils soutiennent quelqu'un (régulièrement ou occasionnellement) – sont proportionnellement plus nombreux à juger qu'ils ont vu la campagne assez souvent (44 % et 20 % respectivement).



Conclusions

CONCLUSIONS



La population a une perception plutôt juste de ce que sont les personnes proches aidantes, mais la réalité de ces dernières est un peu plus méconnue

Une douzaine de croyances ont été mesurées dans le cadre de l'évaluation de la campagne 2022 sur les personnes proches aidantes. L'étude révèle que plusieurs d'entre elles sont perçues de la bonne façon par la plupart des adultes québécois, par exemple en ce qui a trait au lien de proximité entre la personne aidante et celle qui est aidée (un parent prenant soin de son enfant handicapé, 94 %; seulement 15 % qui pensent faussement qu'elles doivent cohabiter). Quant à la personne aidée, 82 % des répondants sont conscients qu'en soutenant un proche atteint de dépression, on est une personne proche aidante, ou, à l'inverse, une minorité (8 %) croit encore que seules les personnes âgées sont ciblées par cette dynamique d'aide.

Si, tel que cité plus bas, certains mythes tendent à s'effacer (entourant la fréquence d'aide, par exemple), d'autres restent assez présents, dont la réalité de ces personnes. Ainsi, 40 % de la population considère qu'une personne aidante le fait toujours par choix et le quart (26 %) pense que ces personnes sont rémunérées pour l'aide qu'elles apportent.

Enfin, la notion de perte d'autonomie est floue. Près de six Québécois sur dix (57 %) estiment fautivement que la personne assistée doit être en perte d'autonomie, sous-entendant ici de façon irréversible. Or, une personne qui aide un proche ayant temporairement perdu une certaine autonomie est bel et bien une personne proche aidante.

Une campagne à la notoriété timide

Avec un taux de notoriété totale de **31 %**, la campagne 2022 « Les personnes proches aidantes, elles sont plus qu'on pense » récolte un résultat inférieur à l'objectif du Ministère (40 %). Rappelons que les composantes évaluées sont des visuels de format essentiellement numérique (9 % de notoriété) et deux messages diffusés à la radio traditionnelle (27 % de notoriété pour l'ensemble des deux).

La campagne 2022 est fortement appréciée et porte peut-être ses fruits quant à la dissipation de certaines perceptions

Cette campagne, qui s'attarde aux multiples visages de la fonction de personne proche aidante, est par ailleurs très appréciée. On reconnaît massivement qu'elle en valorise le rôle (94 %), qu'elle informe (93 %) ou que son message est clair (93 %). D'ailleurs, près de huit Québécois sur dix (78 %) en retiennent au moins un des messages véhiculés. À ce chapitre, l'objectif de 70 % du Ministère est dépassé.

Sans affirmer que la campagne en est pleinement responsable, mentionnons que deux perceptions à l'égard des personnes proches aidantes se dissipent un peu comparativement à l'an dernier. En effet, bien que 61 % des répondants croient encore faussement qu'il faut assister une personne à raison d'une fois par semaine, ce résultat est en baisse significative de 10 points de pourcentage (71 % en 2021). En outre, la croyance à l'effet qu'il faut un lien de parenté entre les protagonistes est significativement moins répandue (19 % contre 25 %).

La campagne attire relativement l'attention (77 % disent qu'elle a capté la leur) et interpelle tout de même 60 % de la population adulte du Québec.



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 web de SOM a été tiré à l'aide d'un algorithme qui vise la meilleure représentativité possible de l'échantillon en fonction de l'âge, du sexe, de la région, de la langue maternelle, de la scolarité, du statut de propriétaire ou de locataire et de la taille du ménage. Des 1 029 questionnaires remplis, 126 proviennent de la RMR de Québec, 512 de la RMR de Montréal et 391 d'ailleurs au Québec.

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 12 au 19 décembre 2022.

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 36,1 % 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	2 293	Désabonnement	2
Nombre d'entrevues visées	0	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 012
Invitations envoyées (A)	2 272	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	820	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)	820	Courriel invalide (usager@)	1
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	9	Unité inexistante totale (E)	1
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	44,6 %
Abandon durant le questionnaire	181	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	81,0 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	36,1 %

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 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 2021 pour l'âge, le sexe, la région, la proportion d'adultes vivant seuls, la langue maternelle et la scolarité.
- Recensement 2016 pour la proportion estimée d'adultes propriétaires.

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 805 ($1\,029 \div 1,278$).

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	1 029	126	512	391
EFFET DE PLAN	1,278	1,089	1,407	1,142
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,7 %	1,8 %	1,0 %	1,1 %
95 % ou 5 %	1,5 %	4,0 %	2,2 %	2,3 %
90 % ou 10 %	2,1 %	5,5 %	3,1 %	3,2 %
80 % ou 20 %	2,8 %	7,3 %	4,1 %	4,2 %
70 % ou 30 %	3,2 %	8,4 %	4,7 %	4,9 %
60 % ou 40 %	3,4 %	8,9 %	5,0 %	5,2 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,5 %	9,1 %	5,1 %	5,3 %

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





Évaluation de la campagne « Personnes proches aidantes 2022 »

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.
*/	

/*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*/

/*Objectifs :

- Atteindre une proportion de 40 % des répondants sondés qui se souviendront avoir été exposés à la campagne lors de son déploiement (notoriété assistée totale).
-
- Observer que 70 % des personnes exposées aux pièces publicitaires soient en mesure d'identifier au moins un message de la campagne (question ouverte).*/

Q_Bi Bienvenue.
->>calCON

Q_MP *Mot de passe_____
Q_PID *ID Fournisseur externe_____*

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

Q_sicalCON si strate=1->A1a
->>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 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)

/*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*/

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_sicalFL

si (q#AGEGRP2EXT=5,6,7,8 et strate=997)->OUT

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

->>calquot

Q_incalQuot

lorsque q#AGEGRP2EXT=1 alors q#QUOTA1=1 et

lorsque q#AGEGRP2EXT=2 alors q#QUOTA1=2 et

lorsque (q#AGEGRP2EXT=3,4 et q#EXTSE5=1,2,3) alors q#QUOTA1=3

->>calOut1

Q_QUOTA1

Quota d'âge

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

->>A1a

/*Section A :

Connaissances et croyances*/

/*Codi

Coder plusieurs mentions*/

Q_A1a /*A1*/

Selon vous, qu'est-ce qu'une personne proche aidante?

*Exclusif=(A1a,A1aNSP)

<<

<<_____>>

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

/*Codi

Coder plusieurs mentions*/

Q_A1b

Selon vous, qui les personnes proches aidantes aident-elles? *Vous pouvez suggérer plus d'une réponse.*

*Exclusif=(A1b,A1bNSP)

<<

<<_____>>

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

/*Note

Rotation des questions A2a à A2I*/

Q_inrotA2

rotation=q#A2a, q#A2b, q#A2c, q#A2d, q#A2e, q#A2f, q#A2g, q#A2h, q#A2i, q#A2j, q#A2k, q#A2l (après=q#A3NSP)

/*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_A2a	<p>Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.</p> <p>Pour être une personne proche aidante, il faut avoir un lien de parenté avec la personne aidée</p> <p>*format matriciel *pasdelegende</p> <p>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</p>
Q_A2b	<p>Pour être une personne proche aidante, il faut assister une personne au moins une fois par semaine</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2c	<p>Les personnes proches aidantes jouent un rôle important dans notre société</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2d	<p>Les personnes proches aidantes sont rémunérées pour l'aide qu'elles apportent</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2e	<p>Les personnes proches aidantes aident seulement les personnes âgées</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2f	<p>La personne aidée doit être en perte d'autonomie</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2g	<p>Les personnes proches aidantes le font toujours par choix</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2h	<p>Les personnes proches aidantes peuvent vivre de la détresse liée à ce rôle</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2i	<p>Pour être une personne proche aidante, il faut aider une personne à chaque jour</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2j	<p>Un parent qui soutient un enfant handicapé est une personne proche aidante</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2k	<p>Une personne qui soutient un proche atteint de dépression est une personne proche aidante</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A2l	<p>Pour être une personne proche aidante il faut habiter avec la personne</p> <p>*format matriciel</p>
Q_A3	<p>Quelle(s) ressource(s) appuyant et soutenant les personnes proches aidantes connaissez-vous?</p> <p>*Exclusif=(A3,A3NSP)</p>

/*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*

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

/*Section B : Notoriété de la campagne - Diffusée du 14 novembre au 11 décembre 2022*/

/* 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 personnes proches aidantes?

1=Oui
2=Non->rotB3

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 me souviens plus*suf nsp>>

/* Notoriété assistée de 2 messages audio (30 secondes, français et anglais) – radio traditionnelle seulement*/

/*Note Faire écouter les deux messages en rotation*/

Q_inrotB3 rotation=q#b3a, q#B3b (après=q#calB4)

Q_B3a Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement.

/*Je suis Martin : MSSS_Radio 1_30sFR_Alt_Appro Final Mix_Rev.mp3*/
/* MSSS_Radio 1_30sEng_Appro Final Mix.mp3*/

((A RADIO1FR))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message 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 entendre le message

Q_B3b Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement.

/*Je suis le frère de Martin : MSSS_Radio 2_30sFR_Appro Final Mix_Rev.mp3*/
/* MSSS_Radio 2_30sEng_Appro Final Mix.mp3*/

((A RADIO2FR))

/*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*/

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message 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 entendre le message

/*

Notoriété assistée des bannières web (français seulement) – exemples affiches, médias sociaux et bannières*/

Q_sicalB4

->>calC1

Q_B4

si language=f->B4

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

/* Affiche : 22-002-05W_affiche_Campagne PPA_handicape.pdf*/

/* Affiche : 22-002-05W_affiche_Campagne PPA_vieillessement.pdf*/

/* Bannière : 22-002-05W_Campagne-PPA_970x250*/

/*Carroussel : 22-401-08W_carr_mythe_1b_v6.png*/

/*



*/

```
[/]<div class="row" style="padding-bottom:16px">
<div class="row"><div class="col-xs-12">[/]
((M HANDICAP.PNG, SM-4))((M VIEIL.PNG, SM-4))
[/]</div></div>
<div class="row"><div class="col-xs-12">[/]
((M PPA.GIF, SM-4))((M CARROUSEL.PNG, SM-4))
[/]</div></div></div>[/]
```

Vous souvenez-vous d'avoir vu ces visuels ou des visuels semblables avant aujourd'hui?

1=Oui

2=Non

/*

Notoriété assistée de publiereportage (français seulement)*/

Q_B5

Voici un aperçu de publiereportage diffusé au cours des dernières semaines. *Vous pouvez cliquer sur l'image pour l'agrandir.*

/*téléchargement (3).png*/

/*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*/

/*



((M TELE.PNG, SM-4 SM-OFFSET-4))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu ce publiereportage avant aujourd'hui?

1=Oui
2=Non

/*Section C : Compréhension et appréciation de la campagne*/

Q_sicalC1
->>C1
Q_C1

si (langue=A et q#B3a=7 et q#B3b=7)->E1

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

<< _____ >>

/*Note Énoncés C2 à C5 en rotation*/

Q_inrotC2
Q_C2

rotation=q#C2, q#C3, q#C4, q#C5 (après=q#D1)

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_C3
*format matriciel

Cette campagne attire mon attention

/*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_C4
*format matriciel

Cette campagne valorise les personnes proches aidantes

Q_C5
*format matriciel

Cette campagne me renseigne sur ce qu'est une personne proche aidante

/*Section D : Impact de la campagne*/

Q_D1 Dans quelle mesure vous êtes-vous personnellement senti(e) interpellé(e) par cette campagne?

1=Pas du tout
2=Peu
3=Assez->calD3
4=Beaucoup->calD3
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->calD3

Q_D2 Pour quelle(s) raison(s) ne vous êtes-vous pas senti(e) interpellé(e) par cette campagne?

*Exclusif=(D2,D2NSP)

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

/*Note Poser D3 et D4 aux répondants qui ont vu ou entendu l'une ou l'autre des composantes de la campagne*/

Q_sicalD3
->>E1

si (q#B3a=1 ou q#B3b=1 ou q#B4=1 ou q#B5=1)->D3

Q_D3 Diriez-vous que vous avez vu, lu ou entendu cette campagne...?

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

Q_D4 Avez-vous parlé de cette campagne avec vos proches (parents, amis ou collègues de travail)?

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

/* Section E Les questions E1 et E2 permettront de vérifier si la campagne a interpellé davantage les gens qui se reconnaissent dans le rôle de personne proche aidante*/

/*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_E1 Aidez-vous occasionnellement ou régulièrement un proche dans ses activités (ex. : aider un voisin malade à faire son épicerie, aider son parent à aller à ses rendez-vous médicaux, accompagner son enfant handicapé dans des activités sportives, etc.)?

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

Q_E2 Vous considérez-vous comme une personne proche aidante?

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

/* Questions sociodémographiques (pondération + bannière)

Vérifier auprès de Yannick : âge, sexe, scolarité, langue maternelle, revenu familial, principale occupation, taille du ménage, enfants de moins de 18 ans, région ou code postal, propriétaire/locataire*/

Q_sicalAGE
->>AGEGRP2

si strate=997->putAGEp1

Q_inputAGEp1
->>calSE5

q#AGEGRP2=q#AGEGRP2EXT

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_sicalSE5
->>putSE5p3

si strate=1->putSE5

Q_inputSE5

q#SE5JRS=input('SE5JRS')

Q_sicalSE5p2
->>putSE5p2

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

Q_SE5JRS

Input _____

Q_inputSE5p2
->>putSE6

q#SE5=input('SE5')

/*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_inputSE5p3
->>putSE6

q#SE5=q#EXTSE5 et q#AUSE5=q#AUEXTSE5

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') et q#SE7JRS=input('SE7JRS') et q#VALSE7=input('SE7')

Q_sicalSE6p1

si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<182 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc)) ou ((q#SE7JRS=blanc) ou (q#SE7JRS>182) ou (q#SE7JRS<182 et q#VALSE7=99))->SE6 /*Si donnée vieille > 6 mois pour SE6 ou SE7*/

->>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

Q_SE7JRS

Input _____

Q_VALSE7

Autocomplété

- 95=Aucune
- 1=1
- 2=2
- 3=3
- 4=4
- 5=5
- 6=6
- 7=7
- 8=8 et plus
- 99=Je préfère ne pas répondre

Q_incalSE6p2
->>calSE10

q#SE6=q#valSE6 et q#SE7=q#valSE7

/*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_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_sicalse7b si q#se6=1,9->calSE7c
->>calSE7p2

Q_incalSE7c lorsque q#SE6=1 alors q#SE7=95 et
lorsque q#SE6=9 alors q#SE7=99
->>calSE10

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_sicalSE10 si strate=1->putSE10
->>SE102021

Q_inputSE10 q#S102021JRS=input('SE102021JRS')

Q_sicalSE10p2 si (q#S102021JRS>180 ou q#S102021JRS=blanc)->SE102021
->>putSE10p2

Q_S102021JRS *Input* _____

Q_inputSE10p2 q#SE102021=input('SE102021')
->>calSE11

/*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_SE102021 Quel est votre ((g **revenu familial brut**)) (avant impôts) ((g **annuel**))?

1=Moins de 15 000 \$
2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
5=De 55 000 \$ à 74 999 \$
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_sicalSE11 si strate=997->SE11p1
->>putSE11P1

Q_inputSE11P1 q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

Q_sicalSE11P1 si (q#SE11P1JRS=blanc ou q#SE11P1JRS=9999)->SE11P1
->>calSE13

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_sicalSE13
->>putSE13

si strate=997->SE13

Q_inputSE13
q#SE13JRS=input('SE13JRS') et q#SE13=input('SE13')

Q_sicalSE13p1
->>calSE1

si (q#SE13JRS=blanc ou q#SE13JRS>365)->SE13

Q_SE13JRS
Input _____

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_sicalSE1
->>SE1

si strate=1->putSE1

Q_inputSE1
q#SE1JRS=input('SE1JRS')

Q_sicalSE1p2
->>putSE1p2

si (q#SE1JRS>180 ou q#SE1JRS=blanc)->SE1

Q_SE1JRS
Input _____

Q_inputSE1p2
->>calSE12

q#SE1=input('SE1')

Q_SE1
Quelle est votre ((g principale)) occupation actuellement?

*Si vous avez plus d'une occupation (ex. : à la retraite/aux études et au travail à temps partiel), cochez celle qui vous demande le plus de temps dans une semaine.

Si vous êtes en congé (sabbatique, parental, de maladie, etc.), indiquez si vous travaillez habituellement à temps plein ou à temps partiel.*

1=Je travaille à plein temps (30 h ou plus par semaine).
2=Je travaille à temps partiel (moins de 30 h par semaine).
3=Je suis à la retraite.
4=Je suis aux études.
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_sicalSE12
->>putSE12

si strate=997->SE12

Q_inputSE12
->>FIN /*Panel Or*/

q#SE12=input('SE12')

/*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_SE12 Votre sexe à la naissance?

1=Masculin
2=Féminin

Q_sicalRMR si strate=997->EXTCP
->>FIN

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

((F RED <AVRTCP>))

*facultatif
*codepostal
*soumettre
*confidentiel

<<_____ [ex. : G1G]>>

Q_sicalCP si q#EXTCP=blanc->calAVRT1
->>FIN

Q_incalAVRT1 q#AVRTCP=1
->>EXTCP

Q_AVRTCP *Auto complété*

0=*
1=Svp entrer les 3 premiers caractères de votre code postal. Merci!

->>FIN

Q_FINQUOTA Le nombre de répondants ayant votre profil est atteint. Merci de votre collaboration!

Q_FIN Merci de votre participation!

***informations

PROJET=MSSSAID22NBK
FICHIER=FMSSSAID22NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P22716NBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\Users\gthibodeau\Documents\Projets\P22716MSSSAIDANTSNBK\pw22716nbk\
IMAGES=C:\Users\gthibodeau\Documents\Projets\P22716MSSSAIDANTSNBK\IMG\
MODELES=C:\Users\gthibodeau\Documents\Projets\P22716MSSSAIDANTSNBK\Modeles6p22716\
DEBUT=calCON
EFFACER=Oui
EMAIL=pw22716@web.som.ca
ESPACE=5,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=8
PRECEDENT=Oui
TITRE=Sondage
TESTESTRATE=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*/