

**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 2024 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 : Connaissances et croyances
19	/Chapitre 2 : Notoriété de la campagne
23	/Chapitre 3 : Appréciation et impact de la campagne
30	/Conclusions

ANNEXES

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

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



Contexte	Ayant comme objectifs de faire connaître ou reconnaître la contribution des personnes proches aidantes et de les soutenir dans leur rôle, le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (MSSS) a lancé une nouvelle campagne d'information et de sensibilisation au rôle de personne proche aidante au début de l'année 2024.
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	802 répondants répartis en trois grandes régions géographiques, soit : <ul style="list-style-type: none">• RMR de Montréal (379 répondants);• RMR de Québec (80 répondants);• Ailleurs au Québec (343 répondants).
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 19 au 23 février 2024. Taux de réponse : 30,4 %.
Pondération	Les données ont été pondérées pour refléter la distribution de la population québécoise selon l'âge, le genre, la taille du ménage, la scolarité, la langue maternelle ainsi que la proportion d'adultes propriétaires, pour chacune des trois strates régionales d'échantillonnage (RMR de Montréal, RMR de Québec, ailleurs en province).
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>L'atteinte ou non des objectifs mesurables du Ministère est illustrée à l'aide des deux pictogrammes suivants :  </p> <p>Les flèches (↑ ou ↓) indiquent une évolution significative des résultats de 2024 par rapport à ceux de 2022.</p> <p>Les répondants sont dits « francophones » ou « anglophones » en fonction de la langue dans laquelle ils ont rempli le questionnaire.</p> <p>Afin de faciliter la lecture, l'expression « personne proche aidante » est remplacée par « PPA » dans les diagrammes, les tableaux et les différences significatives découlant des variables retenues pour l'analyse des résultats.</p>

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE (COMPOSANTES ÉVALUÉES)

DIFFUSION DU 15 JANVIER AU 11 FÉVRIER 2024



Message radio de 30 secondes diffusé en français et en anglais,
à la radio numérique et traditionnelle

Femme : Mon fils est loin d'être égocentrique, il est loin de se tourner les pouces et il est loin de me laisser seule. En m'accompagnant à mes rendez-vous, en m'aidant pour mes soins personnels ou en m'écoutant quand ça ne va pas, c'est de loin mon meilleur soutien. Mon fils est une personne proche aidante. Je suis loin de pouvoir m'en passer.

Narrateur : Les personnes proches aidantes, elles en font plus qu'on pense. Pour connaître les ressources disponibles, visitez Quebec.ca/PersonneProcheAidante. Un message du gouvernement du Québec.



Publireportages diffusés en français dans LaPresse+
et sur la plateforme Hublo du Journal de Montréal
et du Journal de Québec



Affiche, bannière et carrousel diffusés en français
et en anglais



An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines in shades of teal and grey, with some nodes highlighted in larger circles.

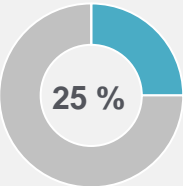
Faits saillants

FAITS SAILLANTS

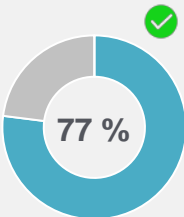
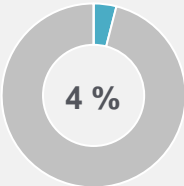
CAMPAGNE



Bruit publicitaire



Notoriété spontanée de la campagne



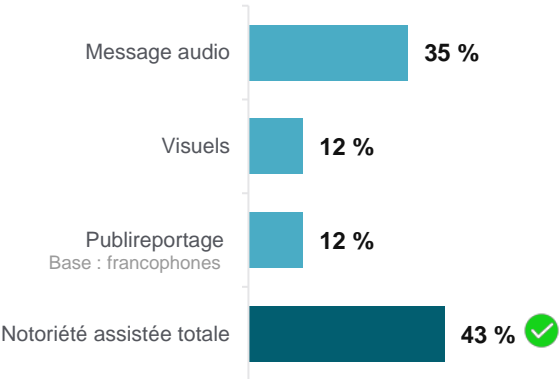
Compréhension du message

Principaux messages retenus :

- Les proches aidants sont importants : 24 %
- Informer sur le rôle de proche aidant : 14 %
- Il existe des ressources pour les proches aidants : 13 %

Comprennent un message cohérent avec les objectifs de la campagne

Notoriété assistée totale



Appréciation et impact de la campagne

	%
Cette campagne valorise les PPA (% tout à fait + plutôt d'accord)	96
Le message de cette campagne est clair (% tout à fait + plutôt d'accord)	93
Cette campagne me renseigne sur ce qu'est une PPA (% tout à fait + plutôt d'accord)	93
Cette campagne attire mon attention (% tout à fait + plutôt d'accord)	81
S'est personnellement senti(e) interpellé(e) par cette campagne (% beaucoup + assez)	64
A parlé de cette campagne avec ses proches (% oui)*	14

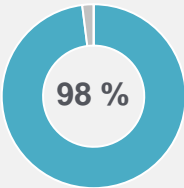
* Ce résultat est présenté sur la base des répondants exposés à la campagne avant le sondage.

FAITS SAILLANTS (SUITE)

PERCEPTIONS DIVERSES



Les PPA jouent un rôle important dans notre société
(% tout à fait + plutôt d'accord)



Perceptions entourant le rôle de PPA

	% tout à fait + plutôt d'accord
La personne aidée doit être en perte d'autonomie	59
Pour être une PPA, il faut assister une personne au moins une fois par semaine	50 ↓
Les PPA le font toujours par choix	41
Les PPA sont rémunérées pour l'aide qu'elles apportent	31 ↑
Pour être une PPA, il faut habiter avec la personne	17
Pour être une PPA, il faut avoir un lien de parenté avec la personne aidée	17
Les PPA aident seulement les personnes âgées	6
On est une PPA même si on aide une personne une seule fois par mois	64
Une personne qui soutient un proche atteint de dépression est une PPA	82
Les PPA peuvent vivre de la détresse liée à ce rôle	94
Un parent qui soutient un enfant handicapé est une PPA	95

Chapitre 1

CONNAISSANCES ET CROYANCES

- Identification au rôle de personne proche aidante
- Connaissance du rôle de personne proche aidante
- Ressources pour les personnes proches aidantes
- Croyances

IDENTIFICATION AU RÔLE DE PERSONNE PROCHE AIDANTE



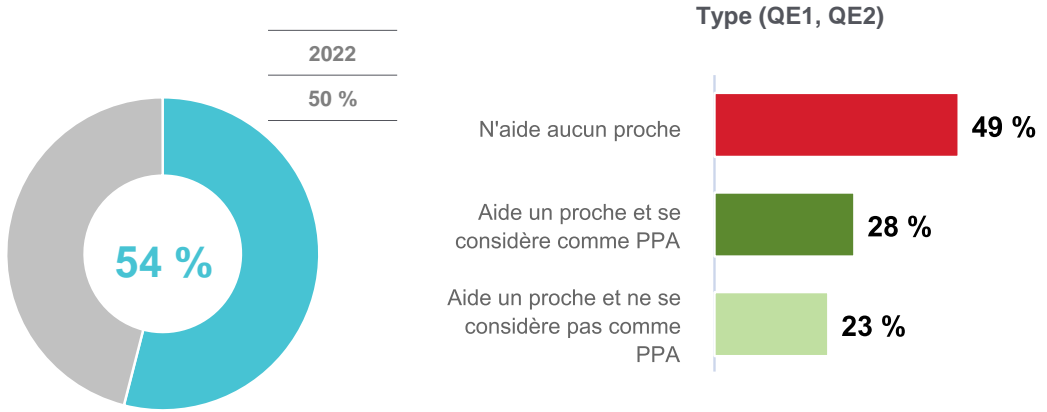
QE1 et E2. Aide un proche (régulièrement ou occasionnellement) dans ses activités ou se considère comme une personne proche aidante

Base : tous, n : 802

Les données en **bleu** présentent les proportions de « **oui** »

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.)? **51 %**

QE2. Vous considérez-vous comme une personne proche aidante? **30 %**



Plus de la moitié des adultes québécois (54 %) déclarent aider un proche de manière régulière ou occasionnelle ou se perçoivent comme étant des personnes proches aidantes. Les anglophones (74 %) ainsi que les personnes âgées de 55 à 64 ans (69 %) sont proportionnellement plus nombreux à se retrouver dans l'une ou l'autre de ces catégories.

Plus du quart (28 %) des répondants aident un proche et se considèrent comme une personne proche aidante. À noter que les Québécois exposés à la campagne avant le sondage (32 %) se démarquent à la hausse. Enfin, environ un répondant sur cinq (23 %) aide un proche, sans se voir comme une personne proche aidante. C'est particulièrement le cas chez les personnes âgées de 45 à 54 ans (34 %).

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

CONNAISSANCE DU RÔLE DE PERSONNE PROCHE AIDANTE



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

Base : tous, n : 802

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*

	%
Quelqu'un qui vient en aide à une personne en incapacité	39
Une personne qui aide un proche en situation d'incapacité	31
Une personne qui aide une personne en incapacité pour les tâches quotidiennes	19
Une personne qui prend soin d'une personne âgée	10
Une personne qui en aide une autre	9
Quelqu'un qui consacre beaucoup de temps à quelqu'un d'autre	9
Une personne grâce à qui les gens en perte d'autonomie peuvent demeurer chez eux	3
C'est un proche	3
Une personne qui vient en aide de manière bénévole	3
Un proche qui prend soin d'une personne âgée	2
Une personne qui aide à titre non professionnel	2
Autre	3
Ne sait pas, ne répond pas	7

Les adultes québécois comprennent globalement ce qu'est une personne proche aidante.

Ainsi, les définitions liées à l'**aide** ou au **soutien** apporté (en **vert pâle**) sont celles qui sont le plus fréquemment mentionnées. Plusieurs ajoutent aussi la notion d'incapacité.

Néanmoins, l'idée d'assister **un proche** (en **vert foncé**) ne rassemble qu'environ 30 % des répondants.

Certains évoquent l'aide prodiguée aux **personnes âgées** (réponses en **orange**) ou ajoutent que celle-ci est à titre bénévole ou non professionnel (réponses en **jaune**).

Ces réponses donnent à penser que **la plupart ont une idée générale de ce qu'est une personne proche aidante**, sans toutefois émettre une définition complète.

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

CONNAISSANCE DU RÔLE DE PERSONNE PROCHE AIDANTE (SUITE)



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

Base : tous, n : 802

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*

	%
Des membres de leur famille (ex. : parents, enfants, conjoint)	51
Des amis ou connaissances (ex. : voisins, collègues)	21
Des personnes âgées	20
Des personnes ayant une incapacité physique	17
Des personnes en perte d'autonomie	13
Des proches (gens qui font partie de l'entourage)	13
Des personnes malades (sans précision)	13
Tout personne dans le besoin	5
Des personnes ayant une incapacité cognitive	4
Tout personne	4
Des personnes vulnérables (défavorisées, en situation d'itinérance)	1
Autre	4
Ne sait pas, ne répond pas	10

La majorité (58 %) des gens affirment que les personnes proches aidantes assistent des membres de leur entourage, que ce soit leur famille, des amis ou des connaissances (réponses en **vert foncé**).

Près de la moitié des répondants (47 %) donnent, quant à eux, des réponses se rapportant à la condition des personnes aidées (âgées, en incapacité physique ou cognitive, etc.), sans introduire l'idée de lien (réponses en **vert pâle**).

Les personnes de 65 ans ou plus (65 %), les répondants de langue maternelle française seulement (63 %) ainsi que ceux qui n'aident pas un proche dans ses activités (62 %) sont plus nombreux, en proportion, à évoquer la notion de proximité avec la personne aidée.

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

QavA3. De quels types de services ou de soutien croyez-vous que les personnes proches aidantes ont besoin?

Base : tous, n : 802

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*

	%
Accès à de l'aide financière	26
Accès à de l'aide psychologique	25
Accès à de l'aide alimentaire (ex. : préparation de repas)	14
Service de transport	14
Soutien pour prodiguer les soins personnels	13
Accès à du soutien moral	13
Accès à de l'accompagnement (soutien, présence)	12
Accès à un service de répit (congé, remplacement)	12
Accès à du soutien pour les soins de santé	11
Service d'entretien ménager	10
Aide pour le quotidien	8
Autre	23
Ne sait pas, ne répond pas	19

Plus de deux répondants sur cinq (44 %) croient que les personnes proches aidantes ont besoin de services pour aider la personne qu'ils assistent (réponses en **vert pâle**). C'est particulièrement le cas des personnes âgées de 65 ans ou plus (54 %), mais aussi de celles ayant un revenu familial de 100 000 \$ ou plus (53 %) et des femmes (50 %).










Cela dit, plusieurs donnent des réponses liées directement à la personne proche aidante (accès à de l'aide financière ou psychologique, soutien moral, etc.).

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

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

Base : tous, n : 802

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*

	%
 CLSC	18
 Ressources gouvernementales	3
Aide financière (crédit d'impôt, fiscale)	2
 Travailleurs sociaux	2
 L'Appui	2
 Société Alzheimer	2
 Organismes communautaires	1
 Associations ou associations de proches aidants	1
 Médecins ou médecins de famille	1
 Infirmier ou infirmière	1
Autre	13
Aucune, ne sait pas, ne répond pas	66



Proche ou professionnel



Ressource communautaire
ou gouvernementale

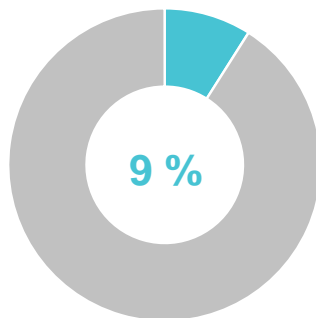
Les ressources appuyant et soutenant les personnes proches aidantes sont encore peu connues (66 % n'en connaissent aucune ou n'ont pas répondu à la question). Ce manque de connaissance est plus flagrant chez les moins âgés (18 à 44 ans, 74 %), les hommes et ceux qui n'aident aucun proche (71 % chacun).

De plus, une minorité (2 % chacun) est en mesure de nommer l'organisme l'Appui ou la Société Alzheimer de manière spontanée, alors que ces ressources ont justement pour but de soutenir les personnes proches aidantes.

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

QA4. Connaissez-vous l'organisme l'Appui pour proches aidants, ne serait-ce que pour en avoir entendu parler?

Base : tous, n : 802

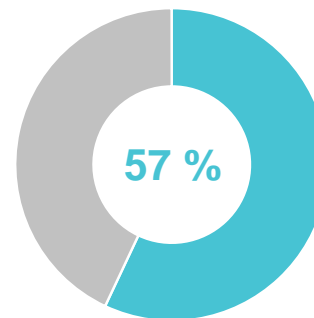


De manière assistée, **un Québécois sur dix affirme** avoir déjà entendu parler ou **connaître** l'organisme l'Appui.

Même si la notoriété de l'Appui est supérieure chez ceux qui se considèrent comme une personne proche aidante (15 %) et ceux qui aident un proche dans ses activités (12 %), on pourrait s'attendre à ce que l'organisme soit davantage connu de ces groupes.

QA5. Avez-vous déjà entendu parler des crédits d'impôt pour personne aidante?

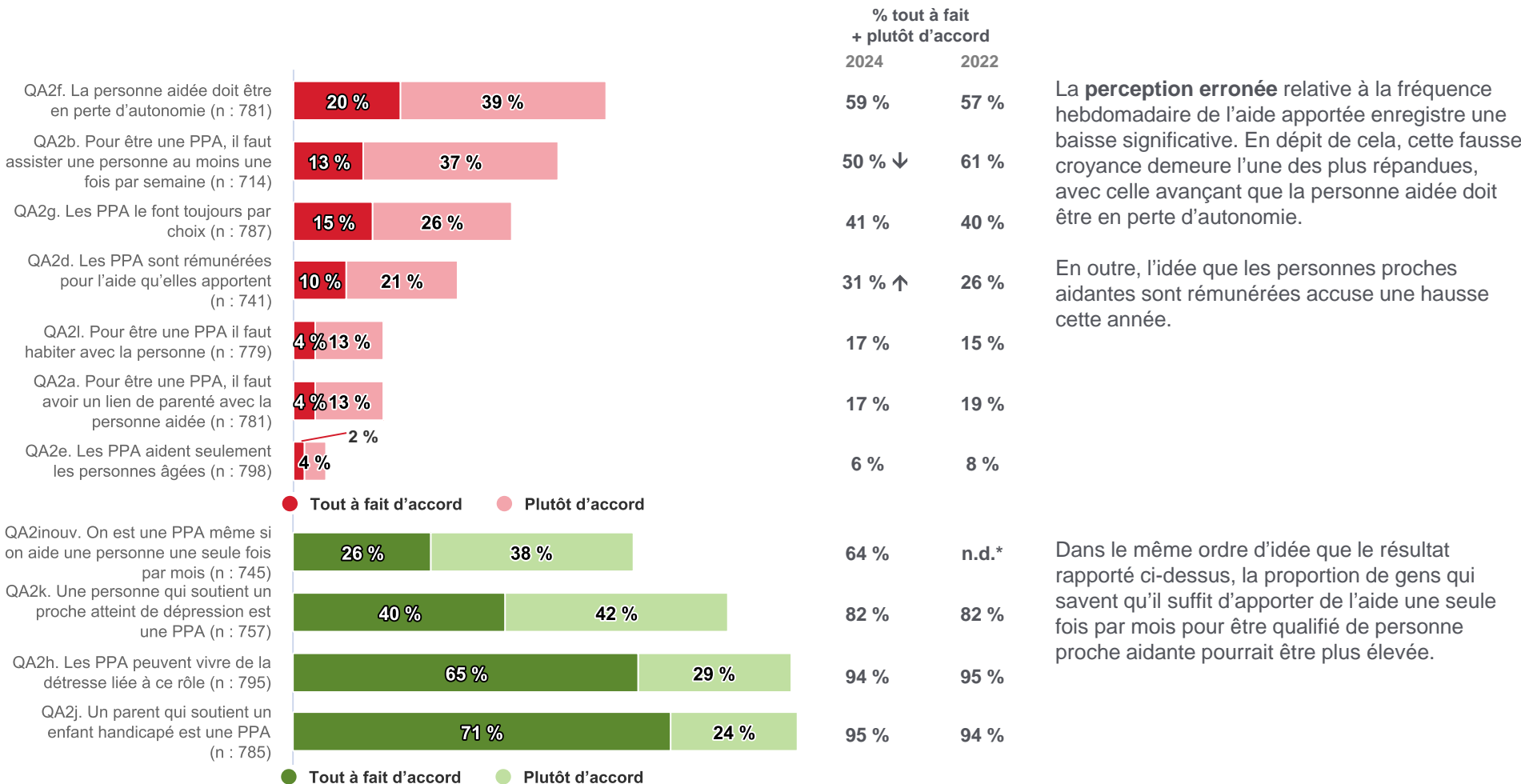
Base : tous, n : 802



Plus de la moitié (57 %) des répondants ont **déjà entendu parler** des crédits d'impôt pour personne aidante.

QA2a à A2I. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.
Base : tous, excluant la non-réponse

Le graphique présente les pourcentages d'accord, qui constituent la « mauvaise réponse » (en rouge) ou la « bonne réponse » (en vert)



La **perception erronée** relative à la fréquence hebdomadaire de l'aide apportée enregistre une baisse significative. En dépit de cela, cette fausse croyance demeure l'une des plus répandues, avec celle avançant que la personne aidée doit être en perte d'autonomie.

En outre, l'idée que les personnes proches aidantes sont rémunérées accuse une hausse cette année.

Dans le même ordre d'idée que le résultat rapporté ci-dessus, la proportion de gens qui savent qu'il suffit d'apporter de l'aide une seule fois par mois pour être qualifié de personne proche aidante pourrait être plus élevée.

* Cette question n'avait pas été posée à l'occasion de la mesure réalisée en 2022.

CROYANCES (SUITE)



Les graphiques présentent les pourcentages d'accord, qui constituent la « mauvaise réponse » (en rouge) ou la « bonne réponse » (en vert)

État de la personne aidée

% tout à fait
+ plutôt d'accord

QA2k. Une personne qui soutient un proche atteint de dépression est une PPA (n : 757)



La croyance erronée voulant que la personne aidée doit être en perte d'autonomie demeure importante. Malgré cela, une majorité de répondants s'accorde à dire qu'une personne qui offre son soutien à un proche en dépression est une PPA.

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

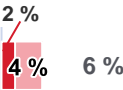
- N'aide aucun proche ou ne se considère pas comme une PPA (77 %)
- Avec enfants de moins de 18 ans (73 %)
- 35 à 44 ans (72 %)

QA2f. La personne aidée doit être en perte d'autonomie (n : 781)



- + N'aide aucun proche (65 %)
- + Non exposé à la campagne (63 %)

QA2e. Les PPA aident seulement les personnes âgées (n : 798)



Cette incohérence indique une certaine méconnaissance de l'incapacité temporaire ou permanente rencontrée par la personne aidée.

- + Homme (8 %)

Proximité

QA2j. Un parent qui soutient un enfant handicapé est une PPA (n : 785)



Globalement, la plupart des répondants sont au fait des critères de proximité pour être une personne proche aidante.

- Autre langue maternelle que le français (91 %)
- 35 à 44 ans (90 %)

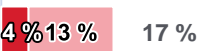
QA2l. Pour être une PPA il faut habiter avec la personne (n : 779)



Néanmoins, c'est tout de même le quart des répondants âgés de 45 à 54 ans qui pensent qu'un lien de parenté avec la personne aidée est nécessaire pour être PPA.

- + Revenu familial de moins de 35 000 \$ (26 %)
- + Habite la grande région de Montréal (20 %)

QA2a. Pour être une PPA, il faut avoir un lien de parenté avec la personne aidée (n : 781)



- + 45 à 54 ans (25 %)
- + N'aide aucun proche (21 %)
- + Homme (21 %)
- + Non exposé à la campagne (20 %)
- + Travailleur (20 %)
- + Francophone (20 %)

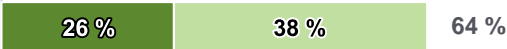
CROYANCES (SUITE)



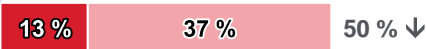
Les graphiques présentent les pourcentages d'accord, qui constituent la « mauvaise réponse » (en rouge) ou la « bonne réponse » (en vert)

Fréquence d'aide

QA2inouv. On est une PPA même si on aide une personne une seule fois par mois (n : 745)



QA2b. Pour être une PPA, il faut assister une personne au moins une fois par semaine (n : 714)



% tout à fait + plutôt d'accord

Les répondants sont relativement partagés quant aux énoncés portant sur la fréquence d'aide, ce qui indique que la méconnaissance à ce sujet demeure.

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

- Ne se considère pas comme une PPA (61 %)
- + Francophone (52 % contre 36 % chez les anglophones)

Conditions de vie

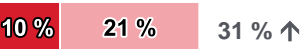
QA2h. Les PPA peuvent vivre de la détresse liée à ce rôle (n : 795)



QA2g. Les PPA le font toujours par choix (n : 787)



QA2d. Les PPA sont rémunérées pour l'aide qu'elles apportent (n : 741)

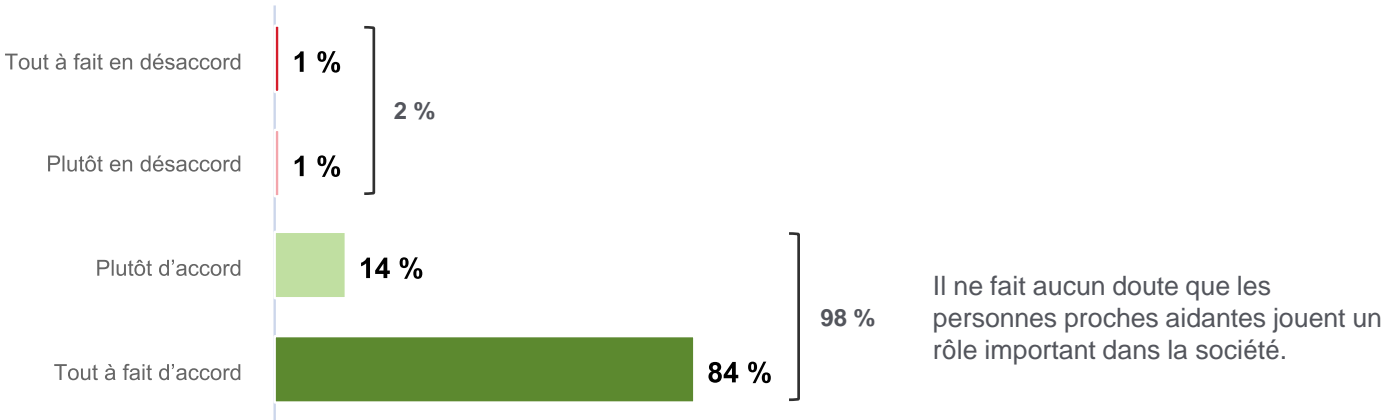


La quasi-totalité des répondants croient, à raison, que les PPA peuvent vivre de la détresse liée à leur rôle.

Cependant, une proportion non négligeable de Québécois pensent encore que les PPA sont rémunérées ou qu'elles choisissent ce rôle.

- Diplômé du secondaire ou moins (91 %)
- + Habite en dehors des grandes régions de Québec et de Montréal (51 %)
- + Diplômé du secondaire ou moins (46 %)
- + Homme (46 %)
- + 18 à 24 ans (50 %)
- + Revenu familial de moins de 35 000 \$ (46 %)
- + Autre langue maternelle que le français (45 %)
- + Diplômé du secondaire ou moins (37 %)
- + Non exposé à la campagne (35 %)

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 : 799





Chapitre 2

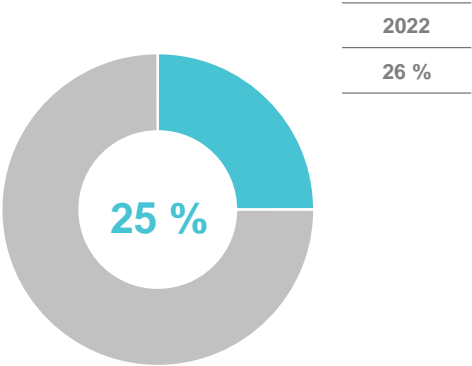
NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

- Bruit publicitaire et notoriété spontanée
- Notoriété assistée des composantes de la campagne
- Notoriété totale de la campagne

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 : 802

Le graphique présente la proportion de « oui »



Le quart (25 %) des répondants affirment se souvenir d'une publicité parlant de personnes proches aidantes. Malgré cela, une **minorité (4 %) décrit précisément la campagne du MSSS.**

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

Base : tous, n : 802*

Question ouverte, une seule réponse possible**

	%
Campagne du MSSS – « Les personnes proches aidantes, elles en font plus qu'on pense. »	4
Publicité curateur public – « Mesure d'assistance »	3
Publicité sur la rémunération des proches aidants	1
Publicité sur les proches aidants (sans précision)	1
Publicité de l'Appui	1
Autre	1
Ne sait pas, ne se souvient plus	14
Aucune	75

* La question était posée uniquement aux répondants qui se souvenaient d'avoir vu, lu ou entendu une publicité sur les personnes proches aidantes. Les résultats sont toutefois reportés sur la base de tous les répondants pour rendre compte de la notoriété spontanée réelle (ceux qui ne se souviennent pas d'avoir vu, lu ou entendu des messages à ce sujet sont regroupés dans le choix « Aucune »).

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

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DES COMPOSANTES DE LA CAMPAGNE



QB3. Message audio

Base : tous (n : 802)

35 %

Plus du tiers (35 %) des Québécois se souviennent d'avoir entendu le message radio de la campagne avant le sondage.

Ce résultat est légèrement supérieur que ce à quoi on aurait pu s'attendre compte tenu des efforts déployés pour la diffusion.

Cette composante a permis de rejoindre plus fortement les répondants âgés de 45 à 54 ans (45 %), les travailleurs (41 %) et les personnes qui aident un proche dans ses activités (39 %)



QB4. Visuels

Base : tous (n : 802)

12 %

Les visuels de la campagne obtiennent, quant à eux, une notoriété plutôt faible, une minorité (12 %) de répondants se souvenant de les avoir vus avant le sondage. En revanche, cette composante a l'avantage d'avoir été **plus remarquée par les jeunes** (18 à 24 ans, 26 %), **les personnes au revenu familial de moins de 35 000 \$** (20 %), les gens qui se considèrent comme une personne proche aidante (19 %), ceux qui aident un proche dans ses activités (16 %) ainsi que les femmes (15 %).



QB5. Publireportage

Base : francophones (n : 750)

12 %

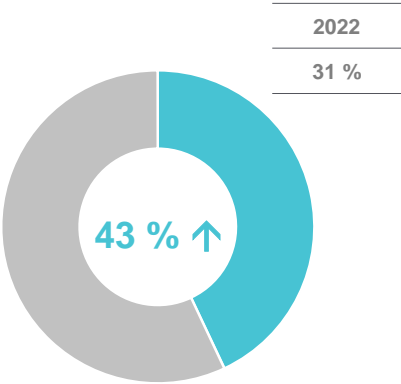
Peu (12 %) de francophones se souviennent d'avoir vu ou lu les publiereportages de la campagne. On enregistre toutefois un taux de notoriété supérieur chez les répondants au revenu familial de moins de 55 000 \$ (21 %), ainsi que chez ceux qui se considèrent comme une personne proche aidante (17 %) ou qui aident un proche dans ses activités (15 %).

NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE



✔ Objectif d'exposition
à la campagne (30 %)
dépassé.

Notoriété totale de la campagne
Base : tous, n : 802



Au total, environ **deux répondants sur cinq (43 %) se souviennent d’avoir vu, lu ou entendu l’une ou l’autre des composantes de la campagne**. L’objectif du Ministère est donc largement atteint.

À noter que la campagne dans son ensemble a permis de rejoindre davantage les répondants qui se considèrent comme des personnes proches aidantes (51 %) ainsi que ceux qui aident un proche dans ses activités (47 %).



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 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?

Base : tous, n : 802

✔ Objectif de compréhension de la campagne (70 %) dépassé.

Question ouverte, une seule réponse possible*

	%
Les proches aidants sont importants	24
Informer sur le rôle de proche aidant	14
Il existe des ressources pour les proches aidants	13
On peut tous être proche aidant	9
Il faut venir en aide aux personnes qui en ont besoin (proches, malades)	8
Il faut reconnaître le rôle de proche aidant	6
Les proches aidants en font plus qu’on le pense	5
Il y a plusieurs manières d’être proche aidant	4
Encourager à devenir proche aidant	4
Les proches aidants font une différence	2
Autre	2
Ne sait pas, ne répond pas	9

Plus des trois quarts (77 %) des répondants comprennent un message transmis par la campagne. L’objectif du Ministère est donc franchi.

Le tiers (32 %) des répondants relèvent des messages de valorisation ou de reconnaissance des personnes proches aidantes (réponses en **vert foncé**).

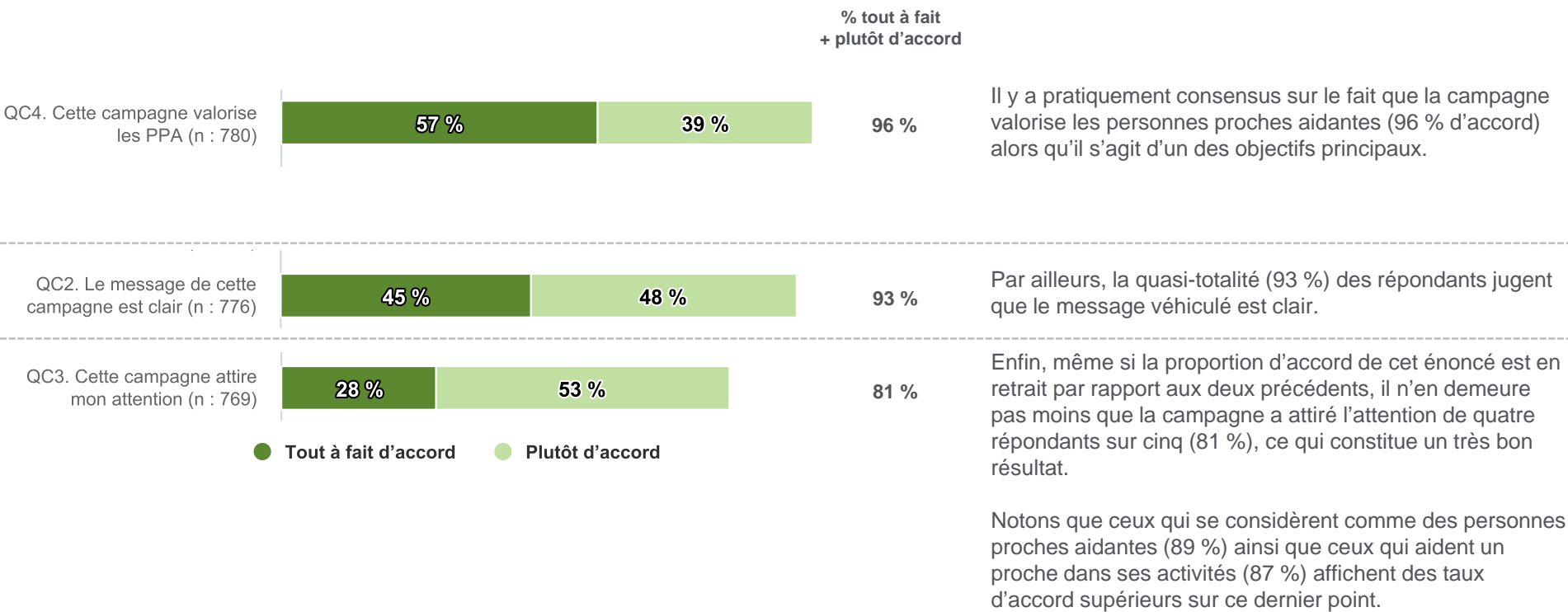
Près de la moitié (45 %) des Québécois évoquent plutôt des messages de nature plus informative, que ce soit à propos du rôle de personne proche aidante ou des ressources qui existent (réponses en **vert pâle**).

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

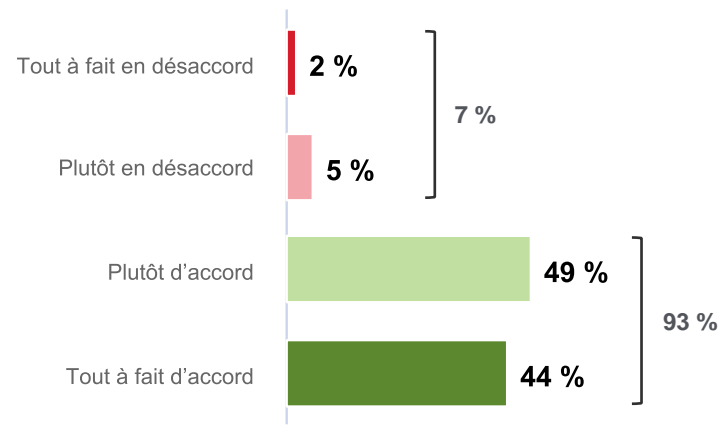
APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE



QC2 à C4. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.
Base : tous, excluant la non-réponse



QC5. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.
Cette campagne me renseigne sur ce qu'est une personne proche aidante
Base : tous, excluant la non-réponse, n : 784

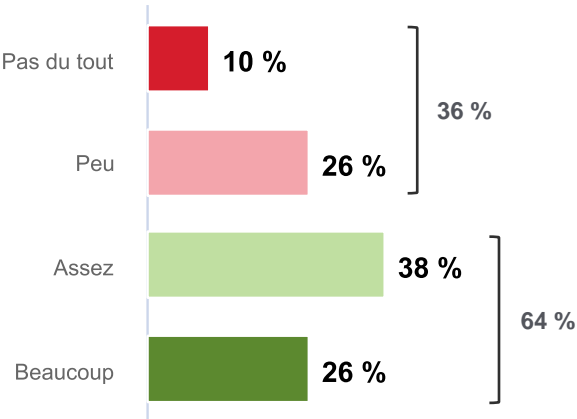


La très grande majorité estime que la campagne renseigne sur ce qu'est une personne proche aidante.

Il est à noter que le fait d'avoir été exposé ou non à la campagne avant le sondage n'influence pas les résultats de manière significative. Cela pourrait indiquer que les publicités évaluées renseignent aisément, dès le premier coup d'œil.

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

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 780



Plus du tiers (36 %) des Québécois disent ne pas se sentir personnellement interpellés par la campagne.

Ceux qui n'aident pas un proche dans ses activités (49 %) ou qui ne se considèrent pas comme une personne proche aidante (44 %) sont plus nombreux, en proportion, à affirmer ne pas s'être sentis interpellés par la campagne.

Ces distinctions se confirment d'ailleurs dans les raisons données pour expliquer cette position (en **rose**). En effet, peu de répondants mettent directement la publicité en cause (réponses en **orange**).

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 par la campagne, n : 277

Question ouverte, plusieurs réponses possibles*

Raisons mentionnées par au moins 3 % des répondants	%
N'est pas proche aidant (ne souhaite pas être proche aidant)	20
Ne connaît personne ayant besoin des services d'un proche aidant	17
Est déjà au courant (de la situation, est sensibilisé, etc.)	14
Ne se sent pas concerné	9
Ne connaît pas de proche aidant	7
Les publicités n'attirent pas l'attention (ex. : pas assez percutantes)	4
Les publicités ne sont pas claires (imprécises)	3
N'a pas vu la publicité (ex. : faible diffusion)	3
N'a pas besoin des services d'un proche aidant	3
Ne sait pas, ne répond pas	27

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

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

Base : répondants exposés à la campagne, excluant la non-réponse, n : 354

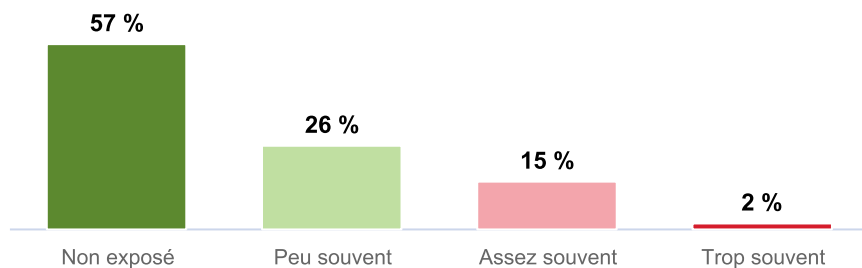


Un répondant exposé à la campagne avant le sondage sur sept (14 %) déclare en avoir parlé avec un proche.

Les répondants concernés qui se considèrent comme une personne proche aidante (25 %) sont proportionnellement plus nombreux à avoir abordé le sujet avec leur entourage.

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

Base : tous, excluant la non-réponse, n : 793*



L'usure publicitaire de la campagne est faible.

Ainsi, une proportion négligeable (2 %) de Québécois estiment y avoir été exposés trop souvent. **Le matériel pourrait donc être rediffusé.**

Il est à relever que le fait d'aider ou non un proche, ou de se considérer comme une personne proche aidante ou non n'influence pas l'usure publicitaire de manière significative.

* La question D3 était posée uniquement aux répondants exposés à la campagne avant le sondage. Toutefois, le résultat est ici reporté sur la base de tous les répondants : ceux qui n'ont pas été exposés ont été classés dans le choix « non exposé ».



Conclusions

CONCLUSIONS



Une campagne qui performe bien à presque tous les égards

La campagne de sensibilisation au rôle de personne proche aidante diffusée en 2024 dépasse les objectifs fixés par le Ministère. Ainsi, la notoriété totale atteint 43 %, ce qui constitue une augmentation significative par rapport au résultat enregistré lors de l'édition de 2022, et ce, malgré un budget qui ne connaît qu'une faible croissance.

L'objectif de compréhension du message est lui aussi dépassé. En effet, plus des trois quarts (77 %) des sondés donnent des réponses relatives à ce qui a été communiqué lors de la diffusion de la campagne. Par ailleurs, une forte part des répondants est d'avis que la campagne les renseigne sur ce qu'est une personne proche aidante (93 % d'accord).

Par ailleurs, la population est quasi-unanime en ce qui concerne l'effet valorisant des personnes proches aidantes (96 % d'accord). De plus, le message est jugé clair par la très grande majorité (93 % d'accord). En contrepartie, la campagne attire moins l'attention, bien que le résultat obtenu soit honorable (81 % d'accord). Soulignons tout de même que les répondants qui se considèrent comme des personnes proches aidantes (89 %) et ceux qui aident un proche dans ses activités (87 %) sont proportionnellement plus nombreux à juger la campagne attractive.

La campagne performe moins bien quant à sa capacité à faire parler. Assez peu (14 %) de répondants exposés à la campagne avant le sondage attestent avoir discuté du sujet avec leurs proches. Néanmoins, le quart (25 %) des répondants exposés qui se considèrent comme une personne proche aidante disent l'avoir fait.

Une bonne idée générale du rôle de proche aidant, mais certains aspects plus spécifiques demeurent flous

Les Québécois ont une idée générale plutôt bonne de ce qu'est une personne proche aidante, très peu mentionnant des éléments hors sujet. Cependant, la spécificité que l'aide soit apportée à un proche n'est relevée spontanément que par relativement peu de répondants. De plus, lorsqu'on leur demande qui elles aident, seulement un peu plus de la moitié des sondés précisent que les personnes proches aidantes assistent des membres de leur entourage. Peut-être que les prochaines campagnes pourraient mettre l'accent sur cette partie de la définition d'une personne proche aidante.

En outre, la connaissance des ressources offertes demeure faible, les deux tiers (66 %) des Québécois n'étant pas en mesure d'en nommer une.

Finalement, les croyances en matière de personnes proches aidantes demeurent pour la plupart stables par rapport à la mesure de 2022. Les gens sont assez bien au fait de l'absence de critère d'âge et relativement peu croient à tort qu'il faut habiter ou avoir un lien de parenté avec la personne aidée. Malgré cela, les répondants qui croient à tort que la personne aidée doit être en perte d'autonomie (59 % d'accord), qu'il faut assister de manière hebdomadaire (50 %) ou que les personnes proches aidantes choisissent toujours ce rôle (41 %) restent nombreux. Ces éléments indiquent que les efforts d'information et de sensibilisation au sujet des personnes proches aidantes sont à poursuivre.



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.
	Base 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.
	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 genre, de la région, de la langue maternelle, de la scolarité, du statut de propriétaire ou de locataire et de la taille du ménage. Des 802 questionnaires remplis, 80 proviennent de la RMR de Québec, 379 de la RMR de Montréal et 343 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 19 au 23 février 2024.
	Mode de collecte Questionnaire autoadministré par internet. Invitations par courriel gérées par SOM. Collecte web sur les serveurs de SOM.
	Résultats administratifs Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse s'élève à 30,4 %.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	2 695	Désabonnement	4
Nombre d'entrevues visées	800	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	1
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	1 098
Invitations envoyées (A)	2 640	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	0
Questionnaires complétés	802	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)	802	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	12	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	86	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	41,6 %
Abandon durant le questionnaire	193	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	73,0 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	30,4 %

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) :

- Par expansion à la distribution conjointe d'âge (18 à 24 ans, 25 à 34 ans, 35 à 44 ans, 45 à 54 ans, 55 à 64 ans, 65 ans ou plus) et de genre;
- Selon la proportion d'adultes vivant seuls;
- Selon la distribution du plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- Selon la langue maternelle (français seulement, autre);
- Selon le statut de propriété (propriétaire, locataire).

Données de population utilisées : recensement de 2021.

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

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

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 615 ($802 \div 1,304$).

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*

	Ensemble	RMR de Québec	Région RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	802	80	379	343
EFFET DE PLAN	1,304	1,474	1,282	1,278
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,8 %	2,6 %	1,1 %	1,2 %
95 % ou 5 %	1,7 %	5,8 %	2,5 %	2,6 %
90 % ou 10 %	2,4 %	8,0 %	3,4 %	3,6 %
80 % ou 20 %	3,2 %	10,6 %	4,6 %	4,8 %
70 % ou 30 %	3,6 %	12,2 %	5,2 %	5,5 %
60 % ou 40 %	3,9 %	13,0 %	5,6 %	5,9 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	4,0 %	13,3 %	5,7 %	6,0 %

* La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée : elle est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %.

Annexe 2

QUESTIONNAIRE





Évaluation de la campagne « Personnes proches aidantes 2023-2024 »

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 30 % 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.

->>A1aNSP

Q_MP *Mot de passe* _____

/*Section A : Connaissances et croyances*/

/*Codi Coder plusieurs mentions*/

Q_A1a 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 A2l*/

Q_inrotA2 rotation=q#A2a, q#A2b, q#A2c, q#A2d, q#A2e, q#A2f, q#A2g, q#A2h, q#A2inouv, q#A2j, q#A2k, q#A2l (après=q#avA3NSP)

Q_A2a Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.

Pour être une personne proche aidante, il faut avoir un lien de parenté avec la personne aidée

*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_A2b Pour être une personne proche aidante, il faut assister une personne au moins une fois par semaine

*format matriciel

/*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_A2c *format matriciel	Les personnes proches aidantes jouent un rôle important dans notre société
Q_A2d *format matriciel	Les personnes proches aidantes sont rémunérées pour l'aide qu'elles apportent
Q_A2e *format matriciel	Les personnes proches aidantes aident seulement les personnes âgées
Q_A2f *format matriciel	La personne aidée doit être en perte d'autonomie
Q_A2g *format matriciel	Les personnes proches aidantes le font toujours par choix
Q_A2h *format matriciel	Les personnes proches aidantes peuvent vivre de la détresse liée à ce rôle
Q_A2inouv *format matriciel	On est une personne proche aidante même si on aide une personne une seule fois par mois
Q_A2j *format matriciel	Un parent qui soutient un enfant handicapé est une personne proche aidante
Q_A2k *format matriciel	Une personne qui soutient un proche atteint de dépression est une personne proche aidante
Q_A2l *format matriciel	Pour être une personne proche aidante il faut habiter avec la personne
/*	QavA3 : nouvelle question du 24098*/
Q_avA3 *Exclusif=(avA3,avA3NSP)	De quels types de services ou de soutien croyez-vous que les personnes proches aidantes ont besoin? << <<_____>> 99=*Je ne sais pas*suf NSP>>
Q_A3 *Exclusif=(A3,A3NSP)	Quelle(s) ressource(s) appuyant et soutenant les personnes proches aidantes connaissez-vous? << <<_____>> 99=*Aucune/J ne sais pas*suf NSP>>
/*	QA4-QA5 : nouvelles questions du 24098*/

/*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_A4	<p>Connaissez-vous l'organisme l'((G Appui)) pour proches aidants, ne serait-ce que pour en avoir entendu parler?</p> <p>1=Oui 2=Non</p>
Q_A5	<p>Avez-vous déjà entendu parler des crédits d'impôt pour personne aidante?</p> <p>1=Oui 2=Non</p>
/*Section B :	Notoriété de la campagne - Diffusée du 15 janvier au 11 février 2024*/
/*	Bruit publicitaire et notoriété spontanée */
Q_B1	<p>Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait de personnes proches aidantes?</p> <p>1=Oui 2=Non->B3</p>
Q_B2	<p>Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue, lue ou entendue? Veuillez la décrire de la façon la plus précise possible.</p> <p>*Exclusif=(B2,B2NSP)</p> <p><< << _____ >> 99=*Je ne sais pas/Je ne me souviens plus*suf nsp>></p>
/*	Notoriété assistée d'un message audio (30 secondes, français et anglais) – radio numérique et traditionnelle*/
Q_B3	<p>Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement.</p> <p>/*MSS23-202769-R30-F1 ou E1.mp3*/ ((A MSS23202769R30F1))</p> <p>Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui?</p> <p>*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod),(audio,audio-mod)</p> <p>1=Oui 2=Non 7=*J'ai un problème technique/Je ne peux pas entendre le message</p>
/*	Notoriété assistée : Affiche et bannières web (français et anglais) – exemples affiches, médias sociaux et bannières*/
Q_B4	<p>Voici des visuels diffusés au cours des dernières semaines. Veuillez les regarder attentivement. *Vous pouvez cliquer sur les images pour les agrandir.*</p> <p>/*MSSS_PPA_Affiche_8,5x11_FR ou EN_v2.png*/ /*MSSS_PPA_Banniere_300x250.png ou EN*/</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*/



((M MSSSPPAfficheFRv2.png, MD-8 MD-OFFSET-2))
 ((M MSSSPPABanniereFR.png, MD-8 MD-OFFSET-2))

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

1=Oui
 2=Non

/*

Notoriété assistée de publireportage (français seulement)*/

Q_sicalB5
 ->>C1

si langue=F->B5

Q_B5

Voici un aperçu de publireportages diffusés au cours des dernières semaines.

Vous pouvez cliquer sur les images pour les agrandir.

/*Hublo PPA.png et La presse PPA_2023-2024.png*/



((M HubloPPA.png, MD-8 MD-OFFSET-2))
 ((M LapressePPA20232024.png, MD-8 MD-OFFSET-2))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ou lu au moins un de ces publireportages avant aujourd'hui?

1=Oui
 2=Non

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

/*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*/

/*	Poser C1 à ceux qui ont vu ou entendu un message dans le cadre du sondage (toujours vrai, donc « Tous »)*/
Q_C1	<p>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?</p> <p><< _____ >></p>
/*Note	Énoncés C2 à C5 en rotation*/
Q_inrotC2	rotation=q#C2, q#C3, q#C4, q#C5 (après=q#D1)
Q_C2	<p>Veillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés suivants.</p> <p>Le message de cette campagne est clair</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>
*format matriciel *pasdelegende	
Q_C3	Cette campagne attire mon attention
*format matriciel	
Q_C4	Cette campagne valorise les personnes proches aidantes
*format matriciel	
Q_C5	Cette campagne me renseigne sur ce qu'est une personne proche aidante
/*Section D :	Impact de la campagne*/
Q_D1	<p>Dans quelle mesure vous êtes-vous personnellement senti(e) interpellé(e) par cette campagne?</p> <p>1=Pas du tout 2=Peu 3=Assez->calD3 4=Beaucoup->calD3 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->calD3</p>
Q_D2	<p>Pour quelle(s) raison(s) ne vous êtes-vous pas senti(e) interpellé(e) par cette campagne?</p> <p><< _____ >></p> <p>99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf NSP>></p>
*Exclusif=(D2,D2NSP)	

/*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*/

/*Note	Poser D3 et D4 aux répondants qui ont vu ou entendu l'une ou l'autre des composantes de la campagne avant le sondage*/
Q_sicalD3 ->>E1	si q#B3=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	Poser à tous.
	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*/
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, genre, scolarité, langue maternelle, revenu familial, principale occupation, taille du ménage, enfants de moins de 18 ans, région ou code postal, propriétaire/locataire*/
Q_AGEGRP2	À quel groupe d'âge appartenez-vous? 1=18-24 ans 2=25-34 ans

/*Légende

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

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_incalGNR q#GENRE=input('GENRE')

Q_sicalGNR2 si q#GENRE=1,2,3->putSE5
->>GENRE

Q_GENRE Quel est votre genre?

1=Masculin
2=Féminin
3=Autre

Q_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS')

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

Q_SE5JRS *Input* _____

Q_inputSE5p2 q#SE5=input('SE5')
->>putSE11P1

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

Q_inputSE11P1 q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

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

/*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*/

->>putSE10

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

Q_inputSE10

q#S102021JRS=input('SE102021JRS')

Q_sicalSE10p2

si (q#S102021JRS>182 ou q#S102021JRS=blanc)->SE102021

->>putSE10p2

Q_S102021JRS

Input _____

Q_inputSE10p2

q#SE102021=input('SE102021')

->>putSE1

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 \$

/*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*/

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_inputSE1 q#SE1JRS=input('SE1JRS') et q#SE1=input('SE1')

Q_sicalSE1 si (q#SE1JRS=blanc ou q#SE1JRS>365)->SE1
 ->>putSE6

Q_SE1JRS *Input* _____

Q_SE1 Quelle est 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)
 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_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

/*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*/

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

Q_incalSE6p2 q#SE6=q#valSE6 et q#SE7=q#valSE7
->>putSE13

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
->>putSE13

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_inputSE13 q#SE13JRS=input('SE13JRS') et q#SE13=input('SE13')

/*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_sicalSE13 si (q#SE13JRS=blanc ou q#SE13JRS>365)->SE13
->>FIN

Q_SE13JRS *Input* _____

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

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

Q_FIN Merci de votre collaboration!

***Informations

PROJET=MSSSAID24NBK
FICHIER=FMSSSAID24NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P24098NBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\Users\gjacques\Projets\P24098MSSSAID\pw24098nbk\
IMAGES=C:\Users\gjacques\Projets\P24098MSSSAID\IMG\
MODELES=C:\Users\gjacques\Projets\P24098MSSSAID\modeles6p24098\
DEBUT=A1aNSP
EFFACER=Oui
EMAIL=pw24098nbk@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
STATS=ababineau
SEUIL=20

/*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*/