



MONTREAL

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

QUEBEC

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

SATISFACTION DES CITOYENS

RAPPORT D'ÉTAPE SUR LES **HABITUDES DE CONSOMMATION DES MÉDIAS D'INFORMATION** PRÉSENTÉ À LA VILLE DE SAINT-AUGUSTIN-DE-DESMANURES

03 /INTRODUCTION

04 /RÉSULTATS

ANNEXES

/1. QUESTIONNAIRE

/2. TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS ET FICHIER DE « VERBATIM » (SOUS PLI SÉPARÉ)

INTRODUCTION



CONTEXTE ET OBJECTIFS La Ville de Saint-Augustin-de-Desmaures a entrepris une démarche de **mesure en continu de la satisfaction de ses citoyens** afin, notamment, de disposer d'une information fiable et à jour pour prendre des décisions et d'intervenir rapidement en cas de problème.

En complément du rapport sur les communications de la Ville (service collectif), le présent rapport trace le portrait des **habitudes de consommation des médias d'information**, de façon à orienter les prochaines actions de communication de la Ville.

ÉCHANTILLONNAGE ET COLLECTE Chaque semaine, un échantillon aléatoire de 100 ménages résidant sur le territoire de la Ville de Saint-Augustin est interrogé à propos des services collectifs. À l'intérieur de chaque ménage, une personne âgée de 18 ans ou plus est choisie selon une procédure informatisée de sélection aléatoire simple basée sur l'âge.

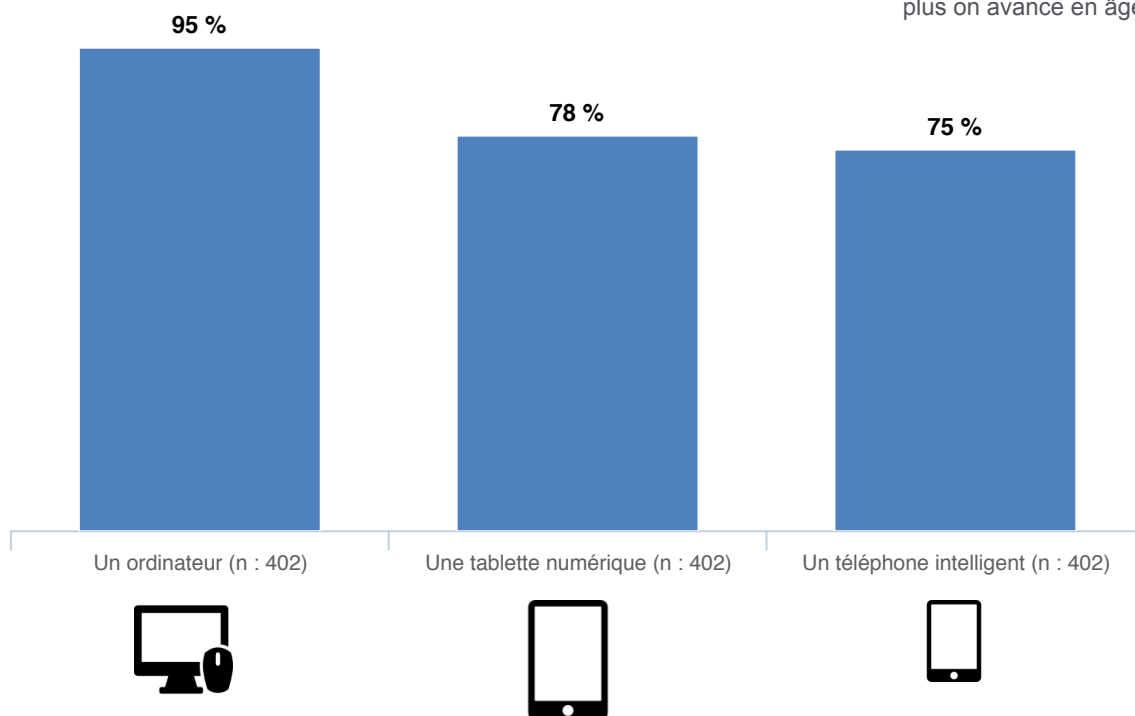
La collecte du volet « médias d'information » s'est effectuée du 9 février au 10 mai 2017. Au total, 413 citoyens de Saint-Augustin ont répondu aux questions spécifiques sur les communications et les médias d'information. La marge d'erreur maximale est de 4,8 %, 19 fois sur 20.

QMED2J à MED2L. Est-ce que votre ménage possède...?

Base : répondants qui s'informent

Les ménages de Saint-Augustin **possèdent presque tous au moins un appareil leur permettant d'utiliser les médias numériques** : 96 % des ménages possèdent l'un ou l'autre des trois appareils (ordinateur, tablette, téléphone). Jusqu'à 54 ans, cette proportion est de 100 %; elle baisse ensuite à 95 % chez les 55 à 64 ans et à 91 % chez les 65 ans ou plus.

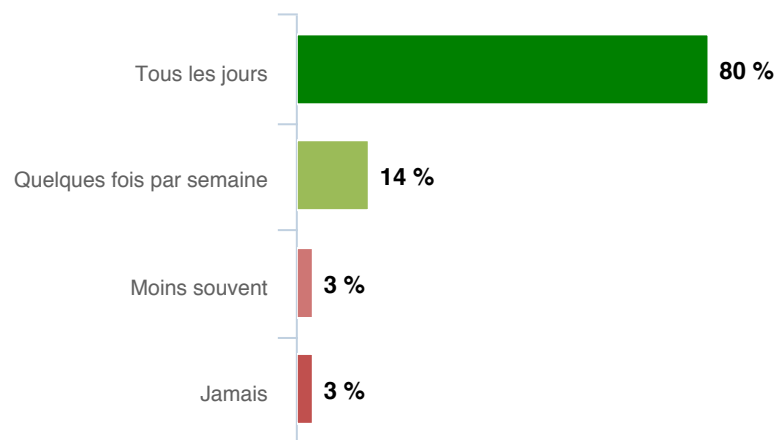
Environ **le quart des ménages ne possèdent pas d'appareil mobile**, et plus on avance en âge, moins on est susceptible d'en posséder un.



FRÉQUENCE ET MOMENT DE S'INFORMER

QMED1a. À quelle fréquence vous informez-vous sur l'actualité, que ce soit l'actualité locale, régionale, provinciale ou autre?

Base : tous les répondants, n : 413

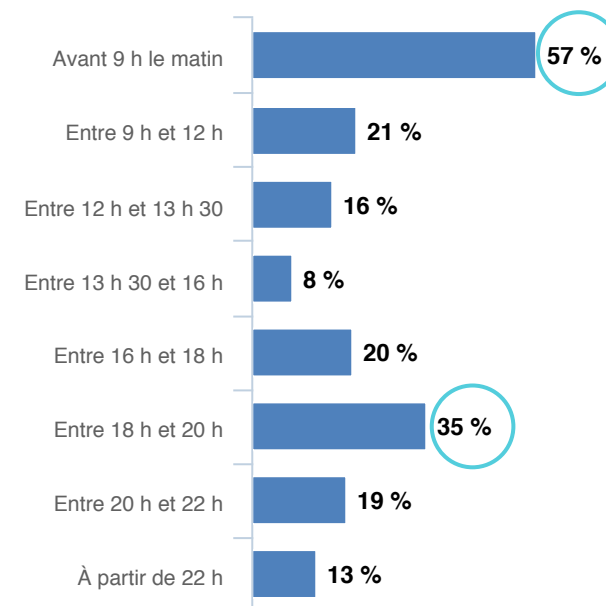


Quatre citoyens sur cinq disent s'informer tous les jours, une proportion qui grimpe à 93 % chez les 45-54 ans, mais qui n'est que de 47 % chez les 18-34 ans.

Parmi les plus jeunes (18-34 ans), plusieurs s'informent quelques fois par semaine (35 %), voire moins souvent ou jamais (18 %). Il s'agit sans aucun doute **d'un groupe plus difficile à rejoindre** via les communications traditionnelles.

QMED1b. À quel(s) moment(s) de la journée avez-vous l'habitude de vous informer?

Base : répondants qui s'informent, excluant la non-réponse; n : 391



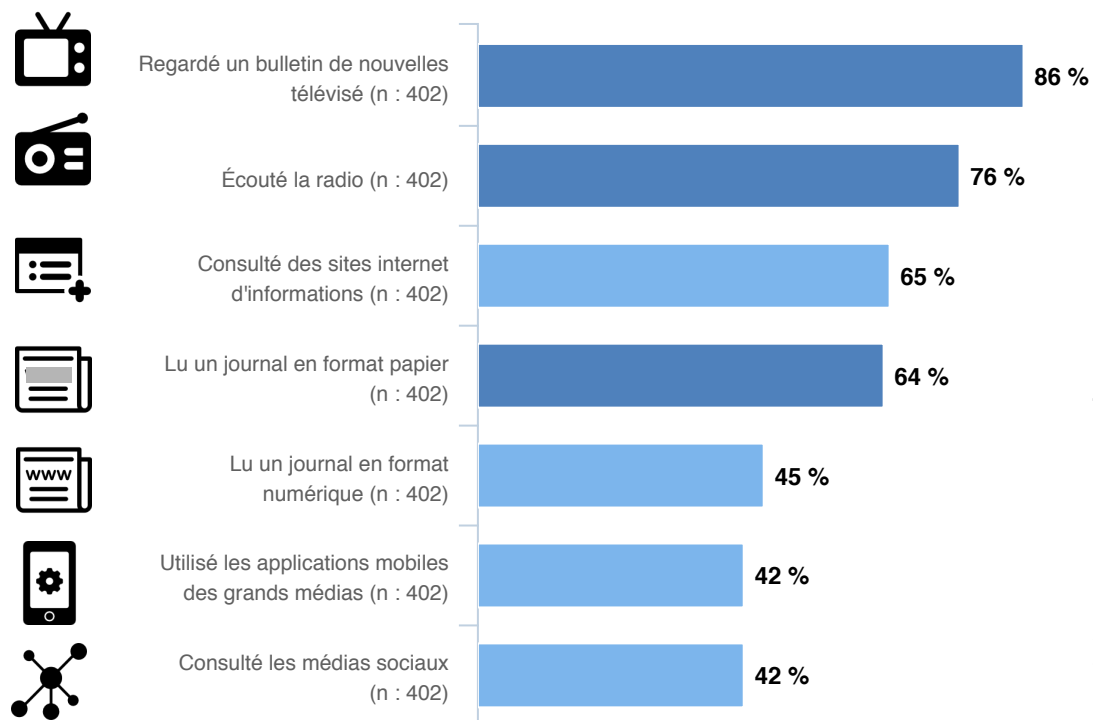
Le **matin** et le **début de soirée** sont les périodes les plus propices pour joindre le plus grand nombre de citoyens. Pour ces périodes, il n'y a pas de différences significatives en fonction de l'âge. Notons que ceux qui s'informent tous les jours le font surtout le matin (63 %).

MÉDIAS CONSULTÉS POUR S'INFORMER

QMED1c à QMED1i. Au cours des sept derniers jours, pour vous informer, avez-vous...?

Base : répondants qui s'informent

Le graphique présente le pourcentage de « oui » pour chacun des moyens



Parce que les répondants qui s'informent sont plus âgés, les moyens privilégiés pour s'informer sont d'abord des **médias traditionnels** (bulletin de nouvelles télévisé, radio).

Les **médias numériques** ne sont toutefois pas à négliger, en particulier les sites internet d'informations comme TVA Nouvelles, Radio-Canada Info, La Presse, etc.

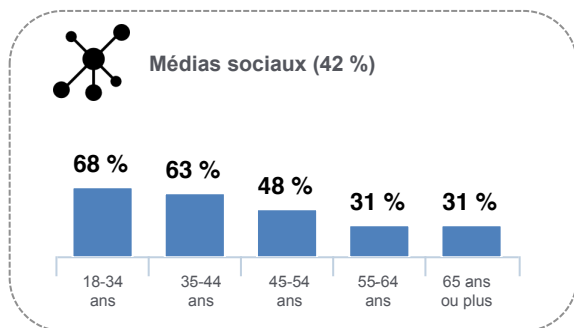
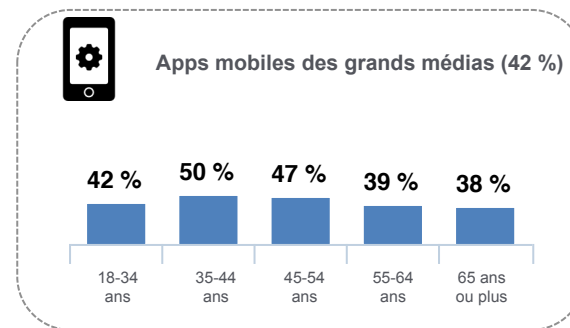
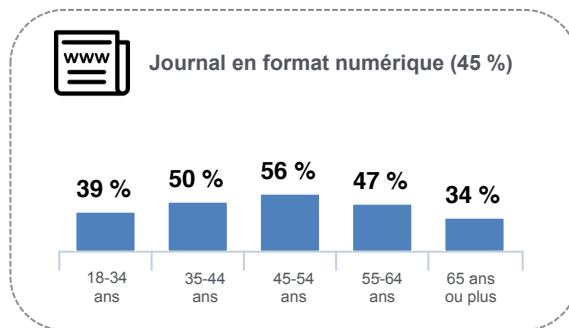
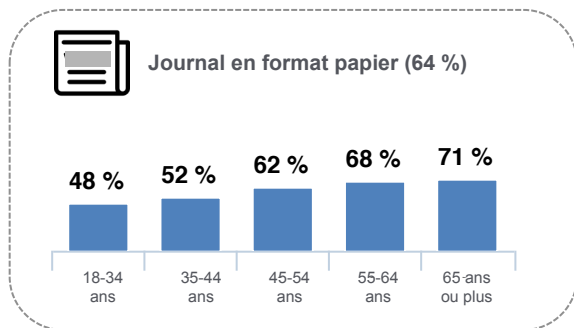
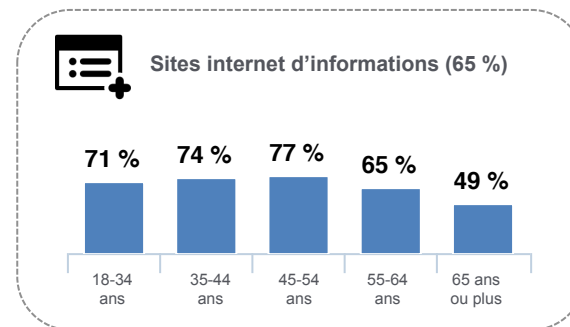
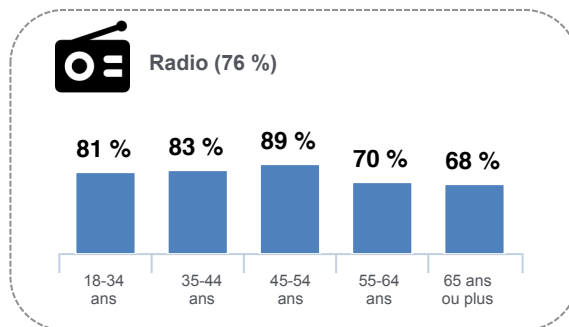
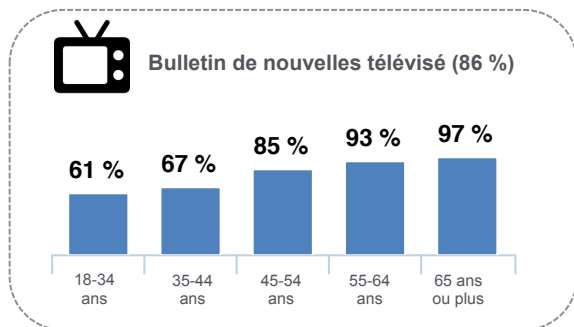
L'âge est le principal facteur qui fait varier les habitudes de consommation des médias d'information. Aussi, la page suivante présente chacun des moyens ci-contre selon l'âge des répondants.

MÉDIAS CONSULTÉS POUR S'INFORMER (SUITE)

QMED1c à QMED1i. Au cours des sept derniers jours, pour vous informer, avez-vous...?

Base : répondants qui s'informent; n : 402

Les graphiques présentent le pourcentage de « oui »



MÉDIAS CONSULTÉS POUR S'INFORMER (SUITE)

Médias consultés (télévision, radio, journaux)
 Base : répondants qui s'informent via l'un ou l'autre des moyens ci-dessous

DEUX RÉPONSES POSSIBLES



| Répondants qui regardent la télévision pour s'informer (n : 343) | % |
|---|-----------|
| TVA | 62 |
| Radio-Canada | 51 |
| RDI | 13 |
| LCN | 11 |
| Autre | 5 |



| Répondants qui lisent un journal en format papier pour s'informer (n : 252) | % |
|--|-----------|
| Le Soleil | 55 |
| Le Journal de Québec | 50 |
| Le Journal de Saint-Augustin | 10 |
| L'Appel | 4 |
| Le Courrier de Portneuf | 3 |
| Le Devoir | 2 |
| The Globe and Mail | 1 |
| Autre | 3 |



| Répondants qui écoutent la radio pour s'informer (n : 285) | % |
|---|-----------|
| FM 93,3 | 32 |
| Radio-Canada 106,3 | 28 |
| Choix Radio X 98,1 | 13 |
| Rouge FM 107,5 | 11 |
| WKND 91,9 | 8 |
| Radio énergie 98,9 | 7 |
| BLVD 102,1 | 5 |
| M FM 102,9 | 5 |
| Autre | 9 |



| Répondants qui lisent un journal en format numérique pour s'informer (n : 178) | % |
|---|-----------|
| La Presse+ | 72 |
| Le Soleil | 32 |
| Le Journal de Québec | 15 |
| Le Devoir | 6 |
| Les Affaires | 2 |
| Autre | 9 |

Annexe 1

QUESTIONNAIRE

On retrouve dans les prochaines pages la partie du questionnaire qui concerne exclusivement les habitudes de consommation des médias d'information.



ST-AUGUSTIN-DE-DESMAURES
SATISFACTION DES CITOYENS
Volet téléphonique

/*

Légende

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

*/

/*Section sur la consommation des médias d'information*/

/*À modifier selon l'activation ou non des questions sur les communications*/

Q_sicalMEDIA si langue=F->calsatG1 **/*Section désactivée le 9 mai 2017*/**
->>calsatG1

Q_MED1a Nous allons maintenant parler de votre façon de vous informer sur l'actualité en général.

À quelle fréquence vous informez-vous sur l'actualité, que ce soit l'actualité locale, régionale, provinciale ou autre? Diriez-vous...

- 1=Tous les jours
- 2=Quelques fois par semaine
- 3=Moins souvent
- 4=Jamais->CalSatG1
- 9=*NSP/NRP

Q_MED1b1 À quel(s) moment(s) de la journée avez-vous l'habitude de vous informer? Diriez-vous...? *Plusieurs réponses possibles*

*Choix multiples
*Choixminmax=1,8

- 1=Avant 9 h le matin
- 2=Entre 9 h et 12 h
- 3=Entre 12 h et 13 h 30
- 4=Entre 13 h 30 et 16 h
- 5=Entre 16 h et 18 h
- 6=Entre 18 h et 20 h
- 7=Entre 20 h et 22 h (en soirée)
- 8=À partir de 21 h
- 99=*NSP/NRP

Q_MED1c Au cours des sept derniers jours,((G pour vous informer)), avez-vous...

Regardé un bulletin de nouvelles télévisé?

- 1=*Oui
- 2=*Non
- 9=*NSP/NRP

Q_MED1d Écouté la radio?

Q_MED1e Consulté des sites internet d'informations? (TVA Nouvelles, La Presse+, J5, SRC, etc.)?

Q_MED1f Utilisé les applications mobiles des grands médias (TVA Nouvelles, La Presse+, J5, SRC, etc.)?

/*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_MED1g Consulté les médias sociaux (Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.)?
Q_MED1h Lu un journal en format papier?
Q_MED1i Lu un journal en format numérique?

/*Si oui à télévision*/

Q_sicalMED2c si q#MED1c=1->MED2C1
->>calMED2d

Q_MED2c1 À quel poste de télévision regardez-vous habituellement les bulletins de nouvelles télévisé? *Accepter* *2 mentions, sortie=96,99

1=*TVA
2=*Radio-Canada
3=*LCN
4=*RDI
90=*Autre <précisez>
96=*Aucun autre->calMED2d
99=*NSP/NRP->calMED2d

/*Si oui à radio*/

Q_sicalMED2d si q#MED1d=1->MED2D1
->>calMED2h

Q_MED2d1 À quel poste de radio vous informez-vous habituellement? *Accepter* *2 mentions, sortie=96,99

1=*Radio-Canada 106,3
2=*FM 93,3
3=*Choix Radio X 98,1
4=*Radio énergie 98,9
90=*Autre <précisez>
96=*Aucun autre->calMED2h
99=*NSP/NRP->calMED2h

/*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*/

/*Si oui à journal papier*/

Q_sicalMED2h si q#MED1h=1->MED2h1
->>calMED2i

Q_MED2h1 Quel journal en format papier consultez-vous pour vous informer?
Accepter *2 mentions, sortie=96,99

- 1=*Le Soleil
- 2=*Le Journal de Québec
- 3=*Le Devoir
- 4=*L'Appel
- 5=*Le Journal de Saint-Augustin
- 90=*Autre <précisez>
- 96=*Aucun autre->calMED2i
- 99=*NSP/NRP->calMED2i

/*Si oui à journal numérique*/

Q_sicalMED2i si q#MED1i=1->MED2i1
->>MED2j

Q_MED2i1 Quel journal en format numérique consultez-vous pour vous informer?
Accepter *2 mentions, sortie=96,99

- 1=*Le Soleil
- 2=*Le Journal de Québec
- 3=*La Presse+
- 90=*Autre <précisez>
- 96=*Aucun autre->MED2j
- 99=*NSP/NRP->MED2j

Q_MED2j Est-ce que votre ménage possède...?

Un ordinateur

*format matriciel

- 1=*Oui
- 2=*Non
- 9=*NSP/NRP

Q_MED2k Une tablette numérique

*format matriciel

Q_MED2l Un téléphone intelligent

*format matriciel

->>calsatG1

/*Fin du bloc « Services collectifs »*/

/*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*/

| |
|---|
| Rempli par : Dany Rousseau, directeur des communications |
| Processus : Rapport sur la consommation des médias |
| Service : Communication |

Cause – Le rapport démontre une insatisfaction concernant...

Le rapport permet à la Ville d'avoir accès à des données très utiles sur les habitudes de consommation des médias par les citoyens.

Solutions envisagées :

- Adapter les interventions de la Ville en fonction des résultats.

Solutions appliquées :

Date d'application :

- Les citoyens étant branchés, la Ville se tournera encore davantage vers les nouvelles technologies quand vient le temps de s'adresser à eux
- Actions de communication visant les médias et les moments de la journée préférés par les citoyens

Raisons - Justifications

-

Plan de communication - Démarche + dates

- Mise en application immédiate

Bilan - Révision des résultats

Date prévue :

Nouvelle cueillette de données en 2018