



LeGER

LA PLUS GRANDE FIRME
DE SONDAGE, DE RECHERCHE
MARKETING ET ANALYTIQUE
À PROPRIÉTÉ CANADIENNE

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE

Rapport

ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE AUPRÈS DES COMMUNAUTÉS NOIRES *- HIVER 2021*



DATE 2021-05-12 NUMÉRO DE PROJET 12959-009



Table des matières

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE	4
CHIFFRES CLÉS	7
FAITS SAILLANTS	9
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	14
1. HABITUDES DE DON DE SANG	14
2. NOTORIÉTÉ DE HÉMA-QUÉBEC	27
3. NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE	30
4. ÉVALUATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE	39
5. NOTORIÉTÉ ET APPRÉCIATION DES PORTE-PAROLES DE HÉMA-QUÉBEC	46
6. CONNAISSANCE ET INTERPELLATION À L'ÉGARD DE L'ANÉMIE FALCIFORME	53
PROFIL DES RÉPONDANTS	58
ÉQUIPE	63



CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE



NOTES AUX LECTEURS

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Léger a été mandatée par Héma-Québec pour mener une étude auprès des Québécois(es) issu(es) d'une communauté noire afin d'évaluer la notoriété et l'impact de sa campagne publicitaire, en plus de mesurer l'appréciation de ses différents porte-paroles.

MÉTHODE ET PROFIL DES RÉPONDANTS

Pour atteindre les objectifs de recherche, un **sondage Web** a été réalisé entre le **2 et le 16 mars 2021**, auprès de 300 Québécois(e) issu(es) d'une communauté noire, âgé(e)s de 18 ans et plus, et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

PONDÉRATION

Afin d'assurer un échantillon représentatif de la population à l'étude, les résultats du sondage ont été pondérés selon le sexe, l'âge et la région.

NSP

La mention « NSP », qui apparaît dans le rapport, signifie « Ne sait pas ».

ARRONDISSEMENT

Il est à noter que les nombres présentés ont été arrondis. Par contre, ce sont les nombres avant arrondissement qui sont utilisés pour calculer les sommes présentées. Ainsi, les sommes peuvent ne pas correspondre à l'addition manuelle des nombres présentés.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences statistiquement significatives et pertinentes sont indiqués dans les encadrés à côté de la présentation des résultats globaux.

Les nombres en caractères **rouges** indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **verts** indiquent une différence significative statistiquement supérieure par rapport au complément.

LIRE LES ÉVOLUTIONS ENTRE LES ANNÉES

COMPARATIF ENTRE LES ANNÉES

Lorsque possible, les résultats de cette année sont comparés à ceux de **mars 2020** (sondage Web réalisée entre le 5 et le 11 mars 2020, auprès de 300 Québécois(e) issu(es) d'une communauté noire, âgé(e)s de 18 ans et plus, et pouvant s'exprimer en français ou en anglais).

Ainsi, une flèche pointant vers le haut ↑ indique une proportion **significativement supérieure** à mars 2020. À l'inverse, une flèche pointant vers le bas ↓ indique une proportion **significativement inférieure** à mars 2020.

Une absence de flèche signifie que les proportions sont statistiquement identiques.



CHIFFRES CLÉS

CHIFFRES CLÉS – CAMPAGNE HIVER 2021

Tous les répondants (n=300)

BRUIT PUBLICITAIRE*

PUBLICITÉ HÉMA-QUÉBEC :

35%↓

MARS 2020
53%

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE+ASSISTÉE

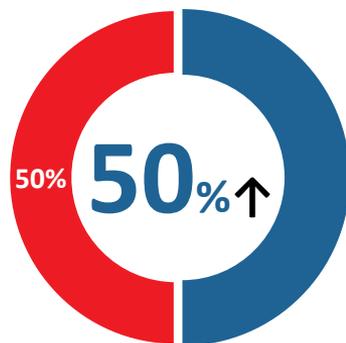
HÉMA-QUÉBEC :

90%

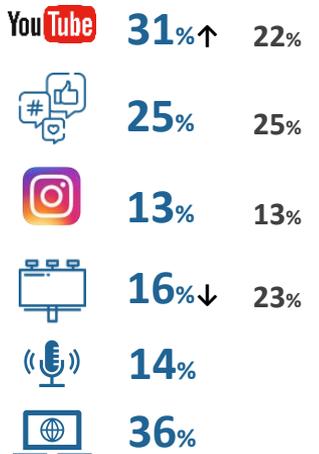
MARS 2020
84%

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA CAMPAGNE

(norme : 45%-55%)



MARS 2020
40%



Ceux qui ont vu la campagne (n=157)

COMPRÉHENSION DU MESSAGE

BONNE :

84%↑



(norme : 45%-50%)

MARS 2020
64%

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

MOYENNE :

8,1



(norme : 7+ sur 10)

MARS 2020
8,3

INTERPELLATION DE LA CAMPAGNE

Cette campagne publicitaire...

	TOTAL ACCORD	MARS 2020
... est humaine	90%	90%
... est claire et facile à comprendre	89%	87%
... est crédible	88%	85%
... m'a fait prendre conscience que le don de sang peut sauver des vies	87%	90%
... m'a donné une impression très favorable de Héma-Québec	85%	87%
... m'incite à prendre un rendez-vous pour faire un don de sang	66%	n.d.

Les répondants connaissant les porte-paroles (n variables)

PORTE-PAROLE DE HÉMA-QUÉBEC

	Fabrice Vil	Joanna Che	Maycie-Ann St-Louis
	n= 160	92	85
Appréciation du porte-parole	7,5/10	7,0/10	6,9/10
Notoriété en tant que porte-parole de Héma-Québec (% Oui)	19%	17%	18%
Le porte-parole présente Héma-Québec comme étant sympathique	79%	78%	76%
Le porte-parole présente Héma-Québec comme étant crédible	79%	77%	78%
Le porte-parole est un bon porte-parole pour Héma-Québec	77%	70%	72%
Le porte-parole vous incite à faire un don de sang	60%	76%	72%

*Bruit publicitaire = Notoriété spontanée de la campagne



FAITS SAILLANTS

FAITS SAILLANTS (1/4)

1. HABITUDES DE DON DE SANG

Au cours de leur vie, le tiers des Québécois issus d'une communauté noire (33%) ont déjà fait un don de sang, une proportion légèrement en baisse, mais statistiquement comparable à la mesure de mars 2020 (39%). Ces répondants ont fait en moyenne 3,7 dons de sang jusqu'à maintenant.

Les raisons principales pour donner du sang sont pour aider les autres (45%), pour faire une bonne action (38%), grâce à une collecte de sang organisée sur le lieu de travail ou d'études (32%) et pour l'importance de l'action (32%).

Après un don de sang, six donateurs sur dix (59%) ont déjà parlé de leur expérience avec leur entourage, et 11% ont fait une publication sur les médias sociaux à ce sujet, une proportion en baisse par rapport à mars 2020 (22%).

De manière générale, 40% des donateurs de sang issus d'une communauté noire planifient leur don une semaine à l'avance ou moins, tandis que 30% s'y prennent plus d'une semaine à l'avance.

Parmi les répondants qui n'ont jamais fait de don de sang, les raisons principales pour ne pas donner sont parce qu'ils n'y ont jamais pensé (28%), parce qu'ils ne sont pas capables de donner pour une raison de santé (20%) et parce qu'ils ont peur des aiguilles (15%).

Pour le tiers des Québécois issus d'une communauté noire (32%), la pandémie est un frein à leur propension à donner du sang au cours des prochains mois. D'ailleurs, 34% des répondants estiment qu'il est probable qu'ils fassent un don de sang au cours de la prochaine année, ce qui est une baisse par rapport à la mesure de mars 2020 (51%). Cette proportion passe à 43% lorsqu'on leur demande leur probabilité de donner du sang au cours des deux prochaines années, et 43% également lors des trois prochaines années.

S'il y avait une collecte de sang dans leur communauté (église, centre communautaire, etc.), 23% des répondants estiment qu'il serait plus probable qu'ils fassent un don de sang, et une proportion similaire (23%) estime qu'il serait moins probable de donner du sang. Cependant, près de quatre répondants sur dix (37%) affirment qu'il y aurait autant de probabilités.

Un donneur de sang sur deux (49%) recommanderait à un ami ou à un membre de sa famille de faire un don de sang, tandis qu'un donneur sur dix (10%) ne le ferait pas, pour un Net Promoter Score de +39 (statistiquement similaire à mars 2020: +35).

FAITS SAILLANTS (2/4)

2. NOTORIÉTÉ DE HÉMA-QUÉBEC

Lorsqu'on demande quelle est l'organisation responsable de la collecte de sang au Québec, la première organisation venant en tête spontanément pour les Québécois est Héma-Québec (76%), un résultat similaire à celui de mars 2020.

Parmi tous les organismes présentés aux répondants qui sont reliés à la collecte de sang et/ou à la santé, les plus connus sont Héma-Québec (88%), la Croix-Rouge canadienne (88%) et la Société canadienne du cancer (64%).

Au total, neuf Québécois issus d'une communauté noire sur dix (90%) connaissent spontanément ou de façon assistée Héma-Québec, une proportion légèrement plus haute, mais statistiquement comparable à mars 2020 (84%).

Selon les répondants, le rôle principal de Héma-Québec est la collecte de sang auprès des volontaires (44%), suivi dans une moindre mesure de fournir du sang à ceux qui en ont besoin (18%). Au total, 81% d'entre eux ont une bonne identification du rôle de Héma-Québec, une proportion comparable à celle de mars 2020 (79%).

3. NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

Au cours des dernières semaines, le tiers des Québécois issus d'une communauté noire (35%) se souviennent avoir vu, lu ou entendu de la publicité de Héma-Québec, une notoriété spontanée de la campagne en baisse par rapport à mars 2020 (53%).

Voici la notoriété de chacune des publicités présentées aux répondants:

- 36% des répondants ont vu les publicités sur le Web
- 31% des répondants ont vu la publicité sur YouTube
- 25% des répondants ont vu les publicités sur les médias sociaux
- 16% des répondants ont vu les publicités sur les affiches publicitaires, panneaux publicitaires ou aribus
- 14% des répondants ont entendu les publicités à la radio
- 13% des répondants ont vu les publicités sur Instagram

Au total, un Québécois issu d'une communauté noire sur deux (50%) a vu au moins l'une des publicités de Héma-Québec (notoriété assistée), une proportion significativement plus grande qu'en mars 2020 (40%).

FAITS SAILLANTS (3/4)

4. ÉVALUATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

Selon les personnes ayant été exposées à la campagne, les principaux messages véhiculés sont de donner du sang (28%), donner du sang pour sauver des vies (26%) et encourager le don de sang (18%). Une majorité de ces répondants (84%) ont eu une bonne compréhension du message de la campagne, une proportion plus grande que lors de la campagne de mars 2020 (64%), et largement supérieure aux normes observées en la matière.

Les émotions les plus ressenties par les personnes ayant vu au moins l'une des publicités de Héma-Québec sont l'empathie (48%), le besoin d'agir (41%), l'interpellation (41%) et l'intérêt (32%). D'un autre côté, peu de répondants ont ressenti la colère (2%), l'angoisse (5%) ou encore l'indifférence (7%).

Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie qu'ils n'ont pas du tout apprécié cette campagne publicitaire et 10 qu'ils ont tout à fait apprécié cette campagne publicitaire, les répondants ayant été exposés à la campagne ont donné une note moyenne d'appréciation de 8,1/10, une note similaire à celle de la campagne de mars 2020 (8,3/10). Encore une fois, il s'agit d'un résultat largement supérieur à la norme (7 ou plus sur 10).

Les principales raisons d'appréciation de la campagne sont le fait que la campagne fait de la sensibilisation sur le don de sang (22%), qu'elle interpelle les répondants (16%) et qu'elle met en valeur la communauté noire (15%).

Au niveau de l'interpellation de la campagne, une très grande majorité des personnes ayant vu au moins l'une des publicités de Héma-Québec sont d'accord que cette campagne publicitaire est humaine (90%), est claire et facile à comprendre (89%), est crédible (88%) et leur a fait prendre conscience que le don de sang peut sauver des vies (87%). Cependant, ces répondants sont moins en accord sur le fait que cette campagne publicitaire les a bouleversés (37%), les a incités à prendre rendez-vous pour faire un don de sang (62%), a fait en sorte qu'ils ont parlé du don de sang avec leur entourage (63%) et les a incités à visiter le site web anemifalciforme.hema-quebec.qc.ca (64%).

Selon 60% des répondants, cette campagne publicitaire de Héma-Québec est juste assez percutante, alors que 21% considèrent qu'elle n'est pas assez percutante et 9% pensent qu'elle est trop percutante.

FAITS SAILLANTS (4/4)

5. NOTORIÉTÉ ET APPRÉCIATION DES PORTE-PAROLES DE HÉMA-QUÉBEC

Parmi les trois personnalités présentées aux répondants qui sont porte-paroles de Héma-Québec, c'est Fabrice Vil qui est le plus apprécié (7,5/10), suivi de Joanna Che (7,0/10) et de Maycie-Ann St-Louis (6,9/10).

Plus du tiers des personnes connaissant Fabrice Vil (35%) le suivent sur les médias sociaux. Pour Joanna Che, il s'agit de 23% des personnes qui la connaissent et pour Maycie-Ann St-Louis, cette proportion est de 19%. Des proportions similaires de répondants connaissant les différentes personnalités étaient au courant que Fabrice Vil (19%), Joanna Che (17%) et Maycie-Ann St-Louis (18%) sont des porte-paroles de Héma-Québec.

Lorsqu'on parle de l'adéquation de Fabrice Vil en tant que porte-parole de Héma-Québec, huit répondants le connaissant sur dix sont d'accord qu'il présente Héma-Québec comme étant sympathique (79%), crédible (79%) et qu'il est un bon porte-parole pour Héma-Québec (77%). Une proportion moindre (60%) considère qu'il incite à donner du sang.

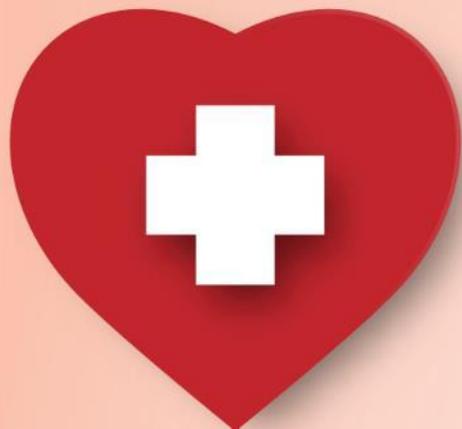
78% des personnes qui connaissent Joanna Che sont d'accord qu'elle présente Héma-Québec comme étant sympathique, 77% trouvent qu'elle présente l'organisme comme étant crédible, 76% sont d'accord qu'elle les incite à faire un don de sang et 70% affirment qu'elle est une bonne porte-parole pour Héma-Québec.

Pour Maycie-Ann St-Louis, c'est également une majorité des répondants la connaissant qui considèrent qu'elle présente Héma-Québec comme étant crédible (78%), qu'elle présente Héma-Québec comme étant sympathique (76%), qu'elle est une bonne porte-parole pour Héma-Québec (72%) et qu'elle les incite à faire un don de sang (72%).

6. CONNAISSANCE ET INTERPELLATION À L'ÉGARD DE L'ANÉMIE FALCIFORME

La moitié des Québécois issus d'une communauté noire (48%) considèrent qu'ils ont une bonne connaissance au sujet de l'anémie falciforme, tandis que l'autre moitié (49%) affirme le contraire. Un peu moins de la moitié des répondants (44%) trouvent que la campagne de Héma-Québec les a fait découvrir de nouvelles informations au sujet de l'anémie falciforme. Finalement, deux personnes sur trois (67%) se sont senties interpellées par le sujet de l'anémie falciforme.

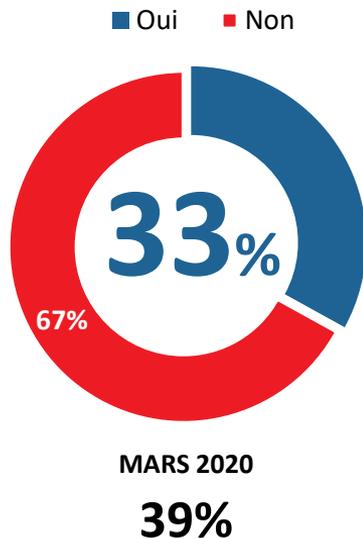
Finalement, trois répondants issus d'une communauté noire sur dix (29%) ont des amis ou membres de leur famille qui souffrent d'anémie falciforme.



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. HABITUDES DE DON DE SANG

NOMBRE DE DONNS DE SANG



PROPORTION SUPÉRIEURE DE OUI :

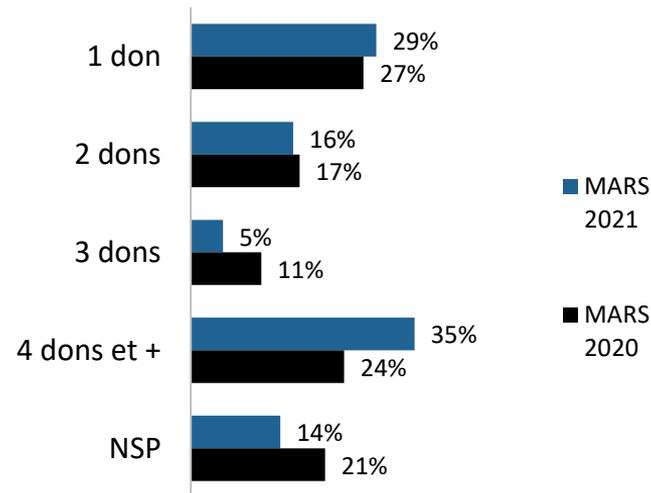
- Les hommes (**41%**)
- Les résidents de régions à l'extérieur du grand Montréal et du grand Québec (**48%**)

PROPORTION INFÉRIEURE DE OUI :

- Les femmes (**26%**)
- Les résidents de la grande région de Montréal (**30%**)

Q10. Au cours de votre vie, avez-vous déjà fait un don de sang ?

Base : Tous les répondants (n=300)



MOYENNE SUPÉRIEURE :

- Les femmes (**4,8**)

MOYENNE INFÉRIEURE :

- Les hommes (**2,9**)
- Les 18-34 ans (**2,7**)

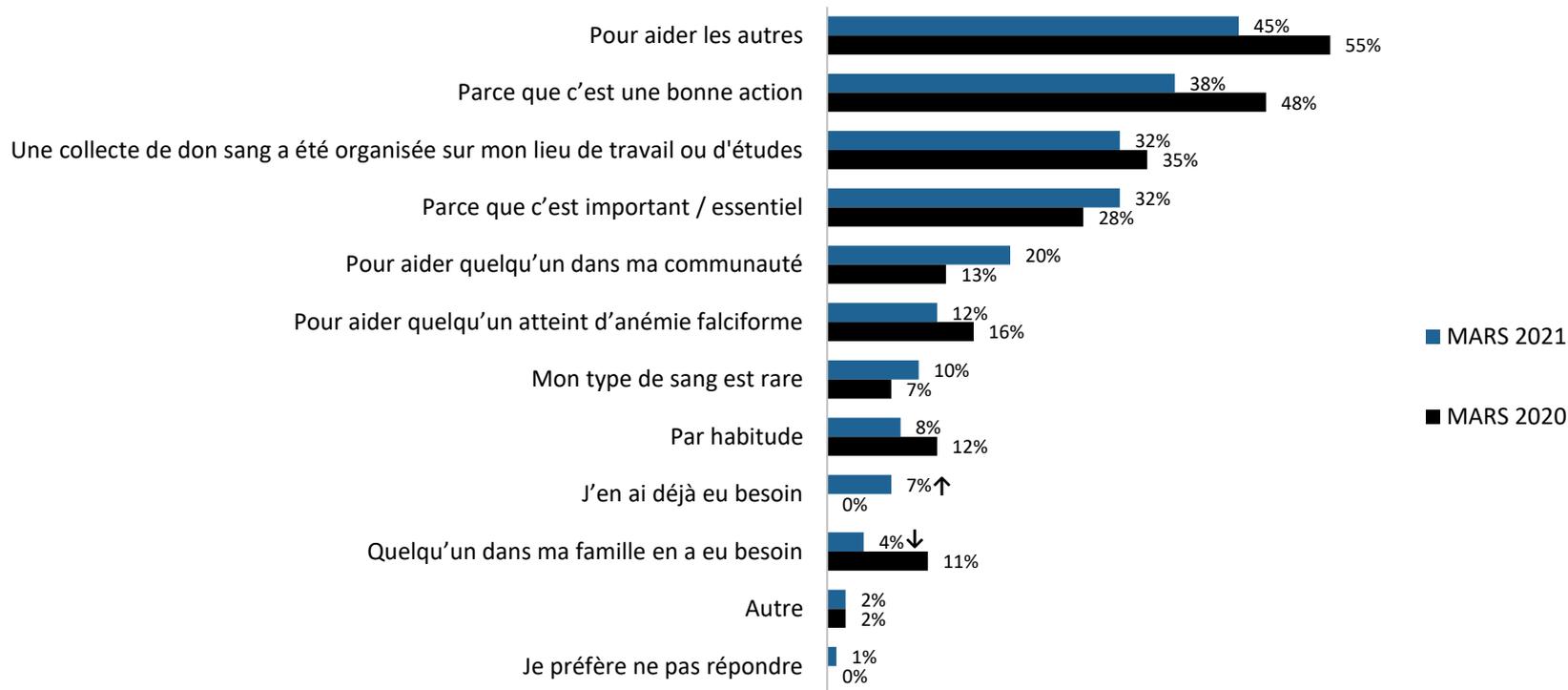
MOYENNE



Q11. Approximativement combien de don(s) de sang avez-vous faits ?

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang (n=95)

RAISONS POUR DONNER DU SANG



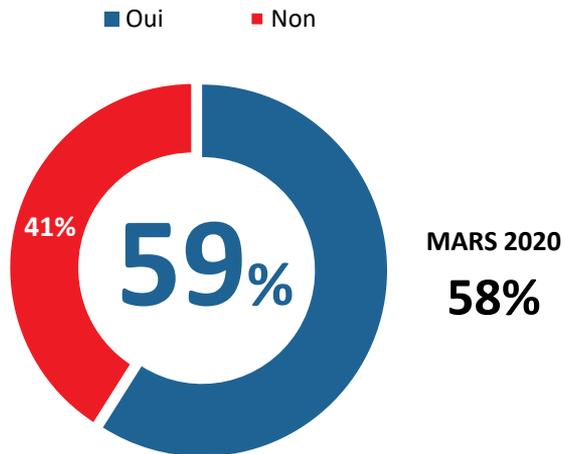
Q12. Pour quelles raisons avez-vous donné du sang ?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

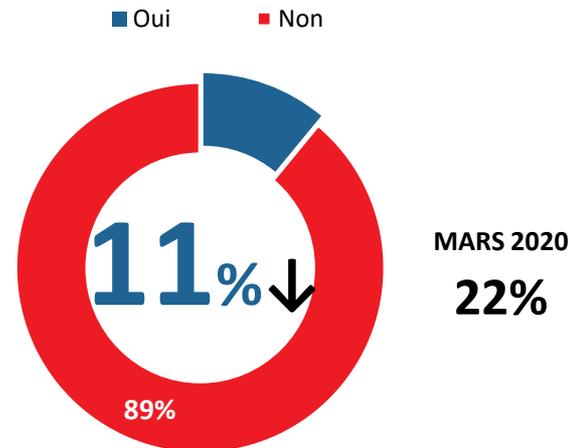
Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang (n=95)

COMPORTEMENTS APRÈS UN DON DE SANG

...parlé de votre expérience avec votre entourage ?



...fait une publication sur les médias sociaux à ce sujet ?



PROPORTION SUPÉRIEURE DE OUI :

- Les femmes (72%)
- Les ménages avec enfant(s) (76%)

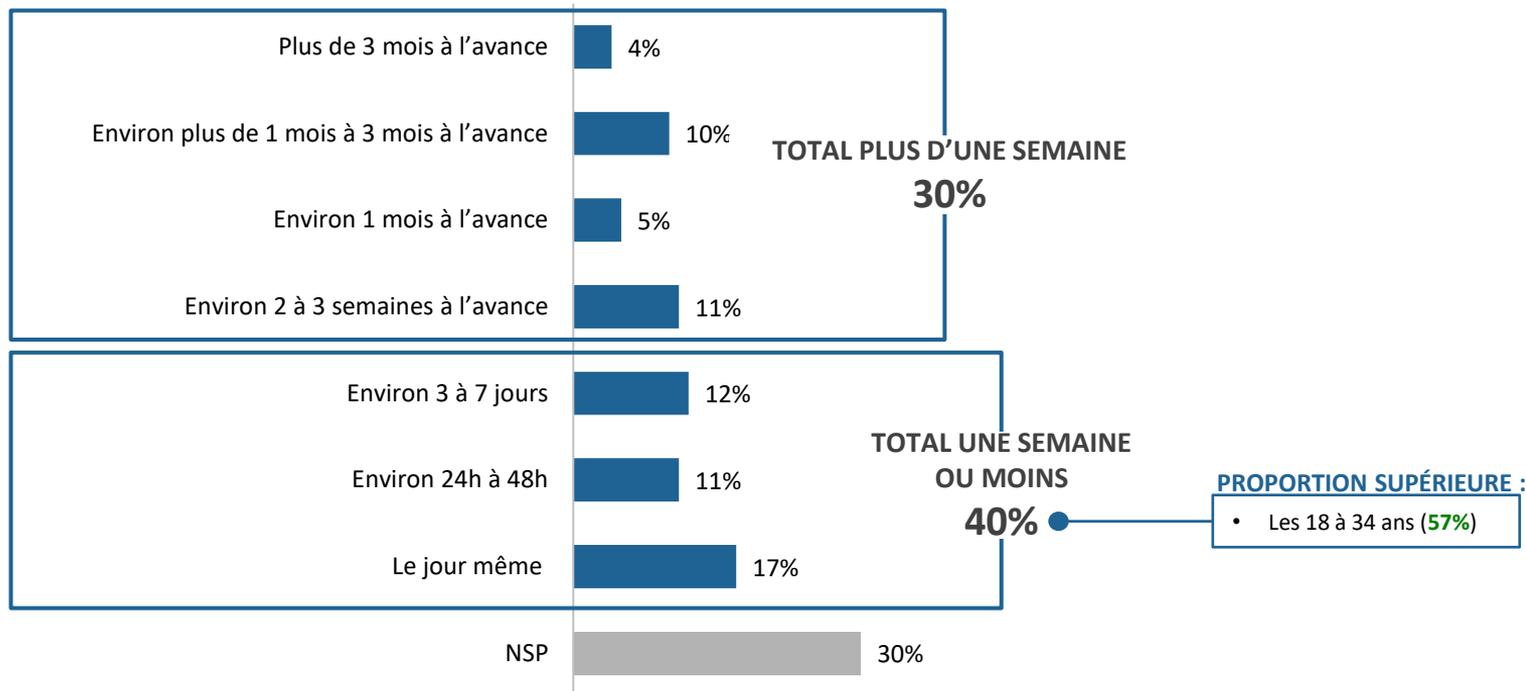
PROPORTION INFÉRIEURE DE OUI :

- Les hommes (51%)
- Les ménages sans enfant (46%)

Q12B. Après avoir donné du sang, avez-vous déjà... ?

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang (n=95)

PLANIFICATION À L'AVANCE D'UN DON DE SANG



Q12C. De manière générale, combien de temps à l'avance planifiez-vous de faire un don de sang?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang (n=95)

RAISONS POUR NE PAS DONNER DU SANG (1/2)



Q13. Pour quelles raisons ne faites-vous pas de dons de sang ?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants n'ayant jamais fait un don de sang (n=201)

RAISONS POUR NE PAS DONNER DU SANG (2/2)

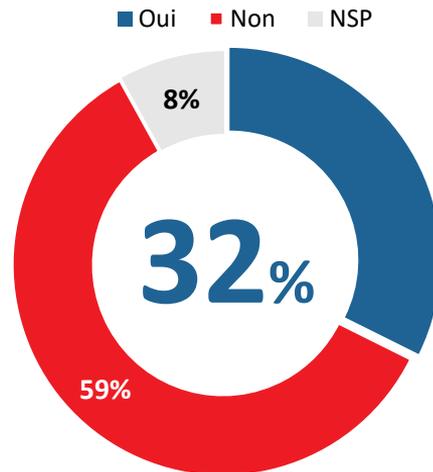
	Total	Mars 2020	Sexe		Âge			Région			Langue maternelle	
			Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	Français	Autre
n=	201	186	60	141	114	70	17	168	12	21	107	94
Je n'y ai jamais pensé	28%	31%	32%	25%	28%	30%	24%	28%	54%	19%	27%	29%
Je ne suis pas capable pour une raison de santé	20%	18%	14%	25%	12%	27%	25%	22%	6%	7%	15%	25%
J'ai peur des aiguilles	15%	13%	11%	18%	23%	9%	13%	16%	0%	15%	19%	12%
Je n'ai pas le droit de donner du sang	12%	8%	11%	13%	11%	16%	7%	13%	14%	5%	13%	11%
Je n'ai pas le temps	11%	8%	18%	6%	21%	3%	7%	10%	13%	25%	8%	13%
Je ne sais pas où aller	10%	8%	14%	6%	13%	6%	10%	8%	0%	30%	4%	15%
Je n'ai personne avec qui y aller	6%	4%	10%	4%	16%	0%	0%	7%	8%	2%	4%	9%
C'est trop compliqué / éloigné	5%	2%	11%	1%	12%	1%	0%	6%	0%	2%	3%	7%
J'ai peur du sang	4%	4%	5%	4%	11%	0%	0%	4%	8%	7%	5%	3%
J'ai peur d'attraper une maladie	4%	6%	2%	6%	1%	8%	0%	4%	0%	0%	4%	4%
J'ai peur que mon sang soit jeté	3%	7%	3%	4%	6%	3%	0%	3%	30%	2%	4%	2%
J'ai peur qu'on me diagnostique une maladie	2%	5%	0%	4%	4%	1%	0%	2%	14%	0%	3%	2%
Autre	2%	5%	4%	0%	1%	3%	0%	2%	0%	0%	0%	3%
Je préfère ne pas répondre	10%	9%	12%	8%	7%	11%	14%	8%	0%	31%	9%	11%

Q13. Pour quelles raisons ne faites-vous pas de dons de sang ?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants n'ayant jamais fait un don de sang (n=201)

FREIN DE LA PANDÉMIE À LA PROPENSION À DONNER DU SANG



	Total	Sexe		Âge			Région			Déjà fait don de sang	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	Oui	Non
n=	300	107	193	163	110	27**	244	19**	37	95	205
Oui	32%	36%	29%	40%	29%	24%	32%	30%	38%	45%	26%
Non	59%	57%	62%	51%	63%	69%	61%	45%	54%	44%	67%
NSP	8%	7%	9%	10%	8%	7%	8%	25%	8%	11%	7%

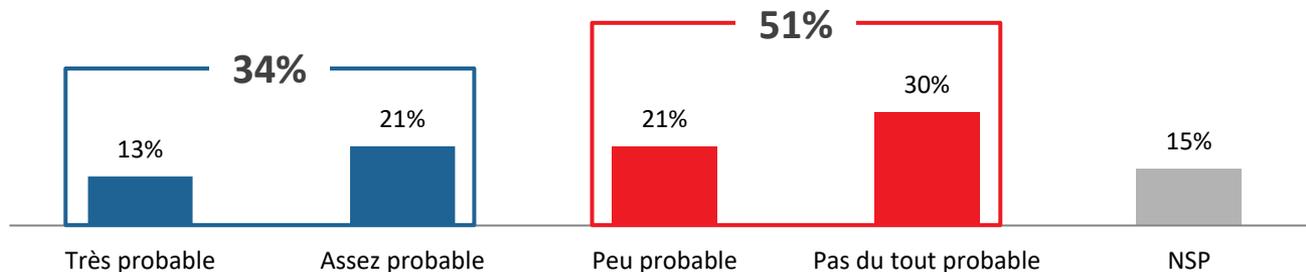
Q14A. La pandémie de COVID-19 est-elle un frein à votre propension à donner du sang au cours des prochain mois?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base : Tous les répondants (n=300)

PROBABILITÉ DE DONNER DU SANG DANS LA PROCHAINE ANNÉE



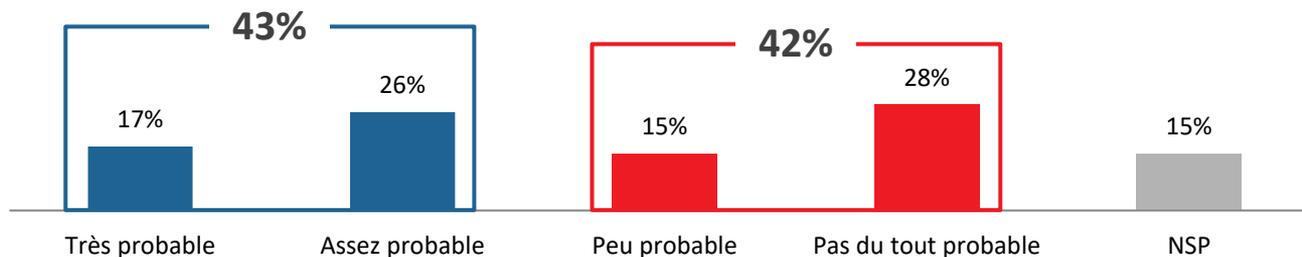
	Total	Mars 2020	Âge			Région			Langue maternelle		Déjà fait don de sang	
			18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	Français	Autre	Oui	Non
	n= 300	300	163	110	27*	244	19*	37	168	132	95	205
TOTAL PROBABLE	34%↓	51%	41%	32%	24%	32%	56%	46%	39%	28%	56%	23%
Très probable	13%↓	20%	14%	14%	8%	12%	15%	18%	15%	11%	24%	8%
Assez probable	21%↓	31%	27%	18%	16%	19%	41%	28%	24%	17%	33%	15%
TOTAL IMPROBABLE	51%↑	37%	44%	56%	57%	53%	40%	34%	48%	54%	32%	60%
Peu probable	21%	21%	23%	24%	12%	22%	22%	13%	22%	20%	14%	25%
Pas du tout probable	30%↑	16%	21%	31%	45%	31%	18%	21%	26%	34%	17%	36%
Je ne sais pas	15%	12%	16%	12%	19%	15%	4%	20%	13%	17%	12%	17%

Q14-1. Dans quelle mesure est-il probable que vous fassiez un don de sang au cours de la prochaine année (12 prochains mois) ?

*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base Tous les répondants (n=300)

PROBABILITÉ DE DONNER DU SANG AU COURS DES DEUX PROCHAINES ANNÉES



	Total	Sexe		Âge			Déjà fait don de sang	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non
n=	300	107	193	163	110	27**	95	205
TOTAL PROBABLE	43%	50%	37%	53%	40%	29%	62%	33%
Très probable	17%	20%	14%	23%	15%	8%	32%	10%
Assez probable	26%	30%	23%	29%	25%	21%	30%	24%
TOTAL IMPROBABLE	42%	35%	49%	31%	47%	56%	25%	51%
Peu probable	15%	14%	16%	15%	19%	7%	9%	18%
Pas du tout probable	28%	21%	34%	16%	28%	49%	16%	33%
Je ne sais pas	15%	15%	14%	16%	13%	15%	13%	16%

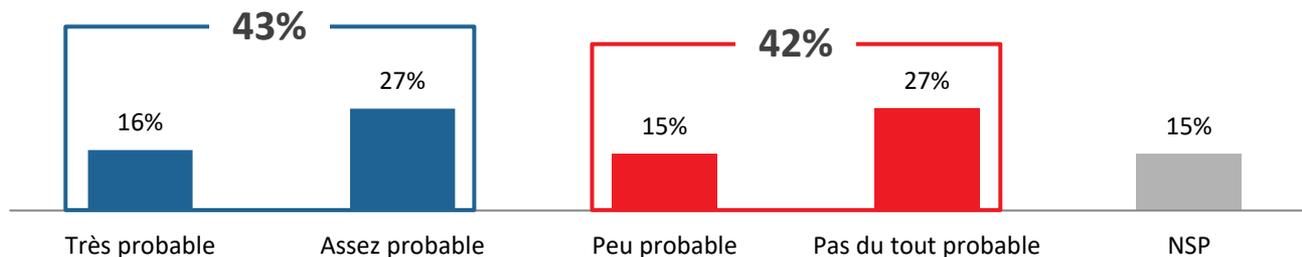
Q14-2. Dans quelle mesure est-il probable que vous fassiez un don de sang au cours des deux (2) prochaines années (24 prochains mois)?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base Tous les répondants (n=300)

PROBABILITÉ DE DONNER DU SANG AU COURS DES TROIS PROCHAINES ANNÉES



	Total	Âge			Déjà fait don de sang	
		18-34	35-54	55+	Oui	Non
n=	300	163	110	27**	95	205
TOTAL PROBABLE	43%	51%	41%	30%	62%	34%
Très probable	16%	19%	15%	12%	30%	9%
Assez probable	27%	33%	25%	18%	32%	24%
TOTAL IMPROBABLE	42%	33%	45%	52%	25%	50%
Peu probable	15%	20%	17%	2%	10%	18%
Pas du tout probable	27%	14%	29%	49%	16%	32%
Je ne sais pas	15%	15%	14%	19%	13%	17%

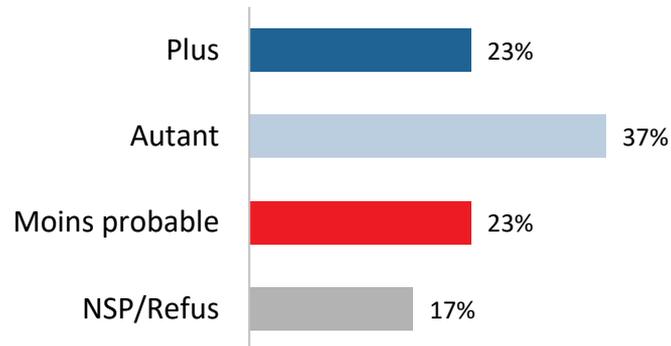
Q14-3. Dans quelle mesure est-il probable que vous fassiez un don de sang au cours des trois (3) prochaines années (36 prochains mois)?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base Tous les répondants (n=300)

PROBABILITÉ DE FAIRE UN DON DE SANG S'IL Y AVAIT UNE COLLECTE DANS LA COMMUNAUTÉ



	Total	Sexe		Âge			Région			Déjà fait don de sang	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	Oui	Non
	n= 300	107	193	163	110	27**	244	19**	37	95	205
Plus	23%	25%	20%	31%	21%	9%	21%	20%	39%	37%	16%
Autant	37%	38%	36%	41%	38%	26%	35%	67%	41%	45%	33%
Moins probable	23%	18%	27%	12%	26%	40%	26%	6%	6%	10%	30%
NSP/Refus	17%	19%	16%	16%	15%	25%	18%	7%	14%	9%	22%

Q14B. S'il y avait une collecte de sang dans votre communauté (église, centre communautaire, etc.), serait-il plus, autant ou moins probable que vous fassiez un don de sang?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base : Tous les répondants (n=300)

RECOMMANDATION DE FAIRE UN DON DE SANG

■ NSP/Refus ■ Détracteurs (total 0-6) ■ Neutre (total 7-8) ■ Promoteurs (total 9-10)



MOYENNE /10

MOYENNE SUPÉRIEURE :

- Les femmes (8,8)
- Les ménages avec un revenu de 100 000\$ et plus (9,2)

MOYENNE INFÉRIEURE :

- Les hommes (8,0)



MARS 2020

8,0

NPS score*



MARS 2020

+35

Q15. Sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure recommanderiez-vous à un ami ou à un membre de votre famille de faire un don de sang ?

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang (n=95)

*Net Promoter Score: Promoteurs % - Détracteurs %

RAISONS POUR NE PAS RECOMMANDER DE DONNER DU SANG (1/2)



Q15B. Pour quelles raisons est-il peu ou pas du tout probable que vous recommandiez à un ami ou à un membre de votre famille de faire un don de sang?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang et qui ont peu de probabilité de recommander à un proche de faire un don de sang (n=8*)

*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement. Les chiffres présentés représentent le nombre de répondants (n) qui ont mentionné la réponse.

RAISONS POUR NE PAS RECOMMANDER DE DONNER DU SANG (2/2)

	Total	Sexe		Âge			Région			Langue maternelle		Revenu				
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	FR	Autre	-40k	40-59k	60-79k	80-99k	100k+
n=	8*	6*	2*	4*	4*	0*	8*	0*	0*	4*	4*	2*	4*	0*	2*	0*
Je ne penserais pas à discuter du sujet avec quelqu'un d'autre	61%	62%	50%	70%	50%	0%	61%	0%	0%	90%	27%	87%	42%	0%	50%	0%
Je crains d'avoir l'air vantard ou de vouloir m'afficher	46%	51%	0%	61%	28%	0%	46%	0%	0%	63%	27%	87%	30%	0%	0%	0%
Je crains qu'on désapprouve du fait que j'ai donné du sang	43%	48%	0%	61%	22%	0%	43%	0%	0%	63%	21%	87%	0%	0%	50%	0%

Q15B. Pour quelles raisons est-il peu ou pas du tout probable que vous recommandiez à un ami ou à un membre de votre famille de faire un don de sang?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang et qui ont peu de probabilité de recommander à un proche de faire un don de sang (n=8*)

*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2. NOTORIÉTÉ DE HÉMA-QUÉBEC

NOTORIÉTÉ DE HÉMA-QUÉBEC

Notoriété spontanée

Q0. Comment s'appelle l'organisation québécoise responsable de la collecte de sang au Québec?

MENTIONS SPONTANÉES

Notoriété assistée

Q1. Parmi les organismes suivants, quels sont ceux que vous connaissez ou dont avez déjà entendu parler ?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Notoriété totale

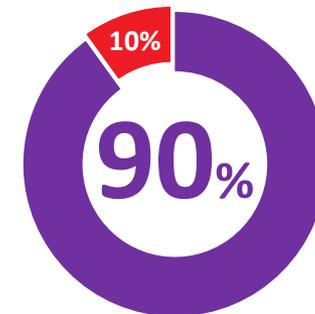
Personnes ayant nommé Héma-Québec à Q0 ou Q1.

Base : Tous les répondants (n=300)

	NOTORIÉTÉ SPONTANÉE	NOTORIÉTÉ ASSISTÉE
n =	300	300
Héma-Québec	76%	88%
Croix-Rouge Canadienne	2%	88%
Société canadienne du cancer	-	64%
Société canadienne du sang	-	23%
Société de leucémie et lymphome du Canada	-	18%
Globule	-	17%
Plasmavie	-	7%
Fédération mondiale de l'hémophilie	-	3%
Autres	2%	-
Aucune	-	1%
Je ne sais pas	21%	0%

Notoriété totale

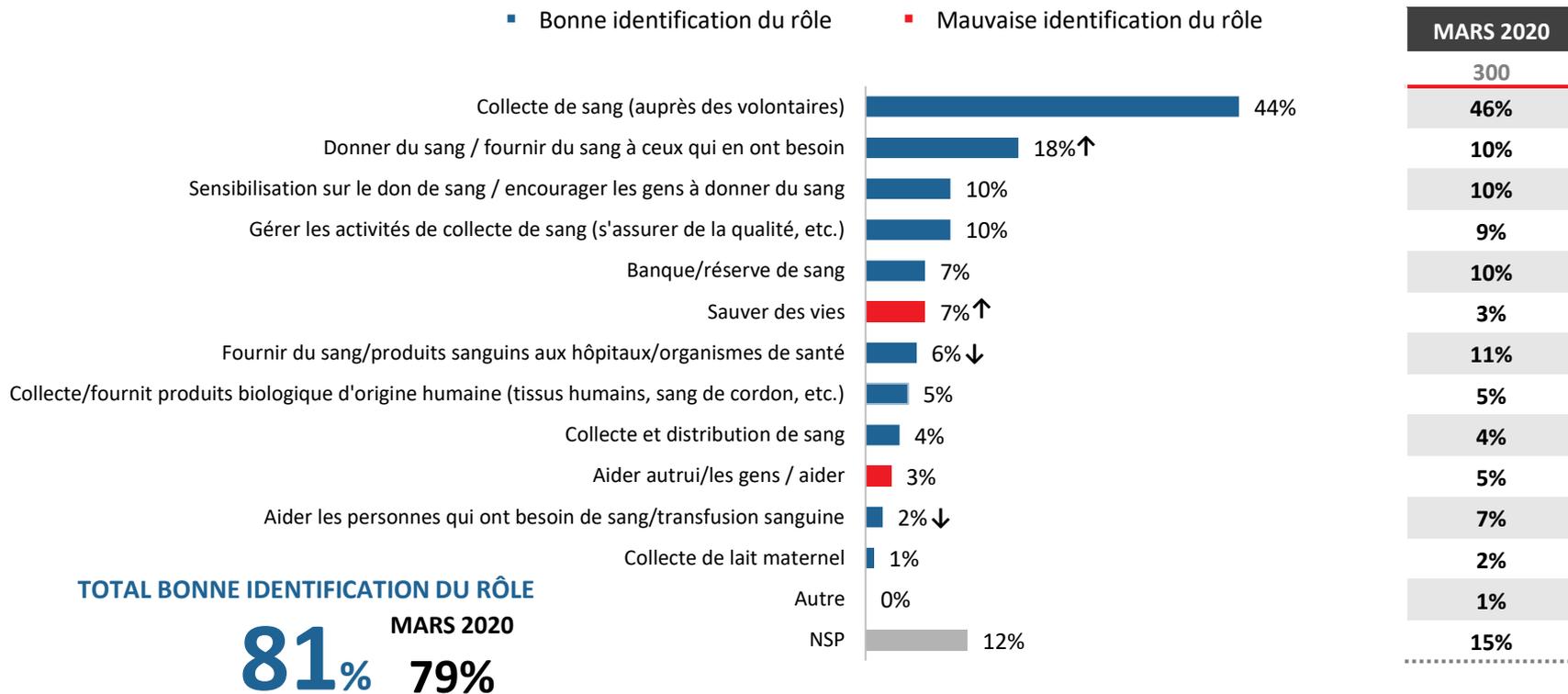
■ Oui ■ Non



Notoriété Héma-Québec	Total OUI	MARS 2020	Sexe		Âge			Revenu					Déjà fait don de sang	
			Homme	Femme	18-34	35-54	55+	-40k	40-59k	60-79k	80-99k	100k+	Oui	Non
n=	300	300	107	193	163	110	27*	82	54	48	34	63	95	205
NOTORIÉTÉ SPONTANÉE	76%	71%	69%	83%	62%	80%	96%	56%	84%	87%	87%	86%	75%	76%
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE	88% ↑	82%	89%	88%	79%	94%	96%	74%	92%	93%	95%	99%	90%	88%
NOTORIÉTÉ TOTALE	90%	84%	90%	90%	80%	94%	100%	77%	94%	93%	97%	99%	90%	90%

*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

NOTORIÉTÉ DU RÔLE DE HÉMA-QUÉBEC



Q7B. Selon vous, quel est le rôle de Héma-Québec ?

MENTIONS SPONTANÉES - PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

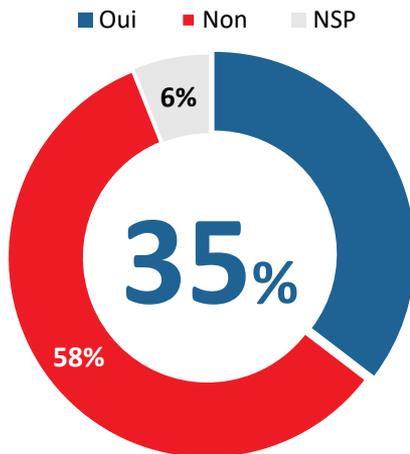
Base : Tous les répondants (n=300)



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3. NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

BRUIT PUBLICITAIRE*



	Total	Mars 2020	Sexe		Âge			Région			Déjà fait don de sang		Connait Héma-Québec	
			Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	Oui	Non	Oui	Non
	n= 300	300	107	193	163	110	27**	244	19**	37	95	205	264	36
Oui	35%↓	53%	40%	31%	39%	36%	26%	36%	62%	20%	44%	31%	38%	13%
Non	58%↑	42%	58%	59%	57%	54%	69%	58%	29%	71%	55%	60%	56%	81%
NSP	6%	5%	2%	10%	4%	10%	4%	6%	9%	9%	1%	9%	6%	6%

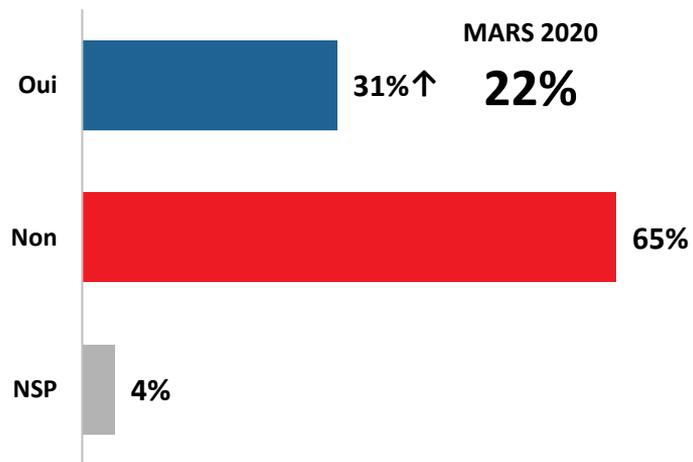
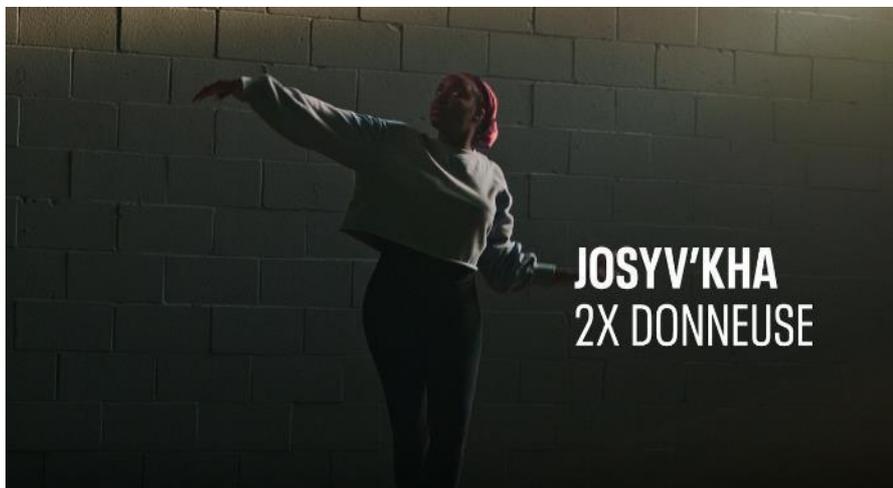
Q2. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu de la publicité de Héma-Québec ?

*Bruit publicitaire = Notoriété spontanée de la campagne

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base : Tous les répondants (n=300)

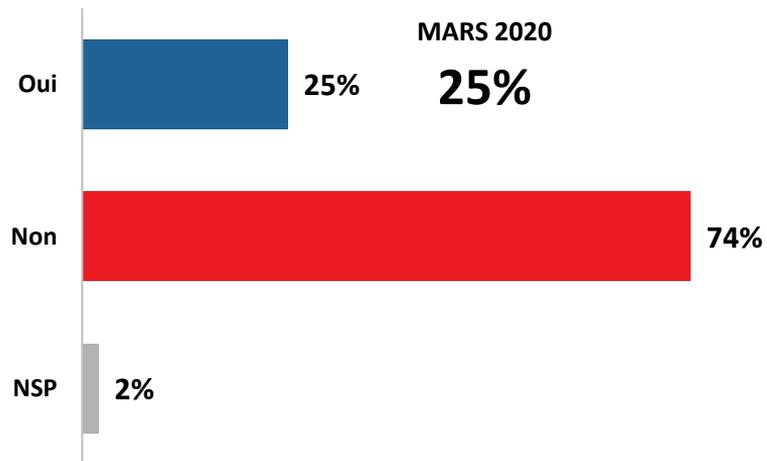
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA PUBLICITÉ DE HÉMA-QUÉBEC SUR YOUTUBE



Q2A. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur YouTube ?

Base : Les répondants utilisant YouTube (n=297)

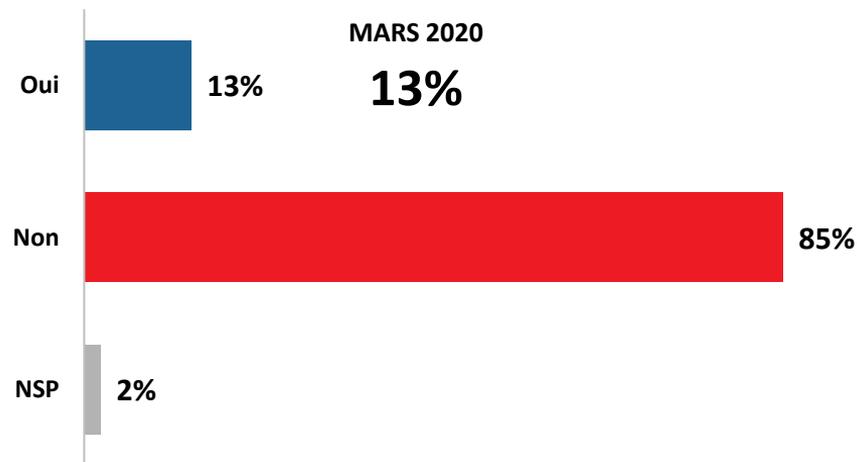
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA PUBLICITÉ DE HÉMA-QUÉBEC SUR LES MÉDIAS SOCIAUX



Q2B. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur les médias sociaux ?

Base : Les répondants utilisant Facebook ou Instagram (n=287)

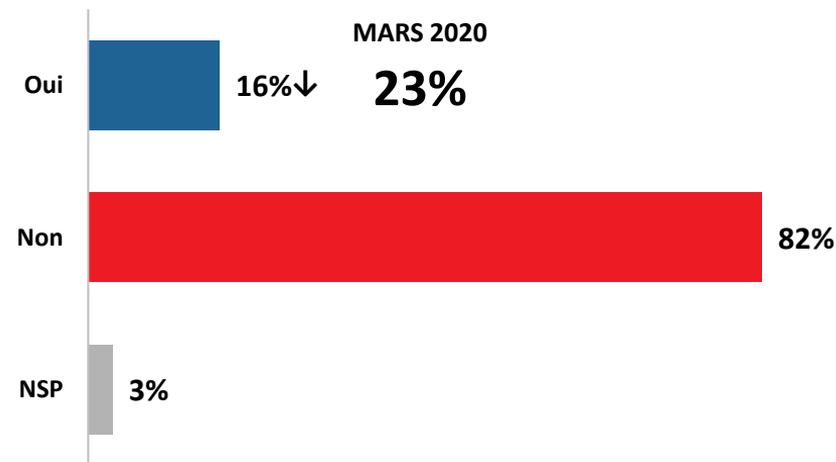
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA PUBLICITÉ DE HÉMA-QUÉBEC SUR INSTAGRAM



Q2C. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publication sur Instagram ?

Base : Les répondants utilisant Facebook ou Instagram (n=287)

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA PUBLICITÉ D'HÉMA-QUÉBEC SUR AFFICHES, PANNEAUX PUBLICITAIRES OU ABRIBUS



Q2D. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur des affiches publicitaires, panneaux publicitaires ou abribus ?*

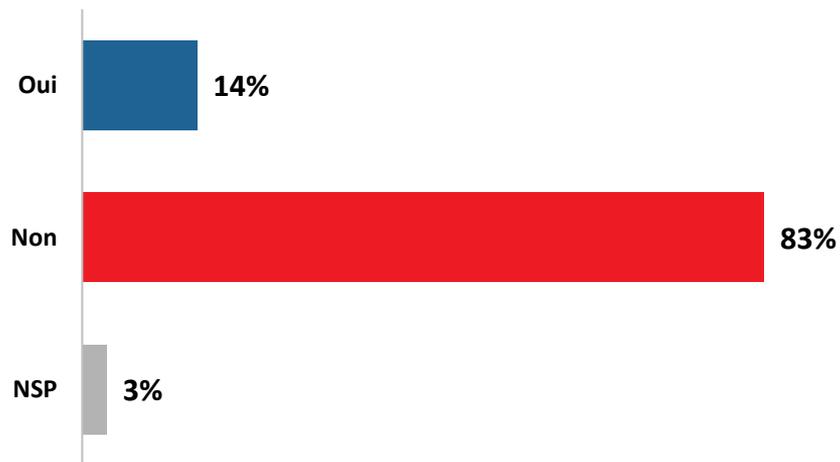
*Modification de la question en mars 2021. Auparavant, la question était: « Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur des affiches ou panneaux publicitaires ? »

Base : Tous les répondants (n=300)

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA PUBLICITÉ D'HÉMA-QUÉBEC À LA RADIO



Les deux publicités audio suivantes ont été présentées aux répondants:
« Pub Héma-Québec communautés noires (final) »
« Héma-Québec_CPAM »

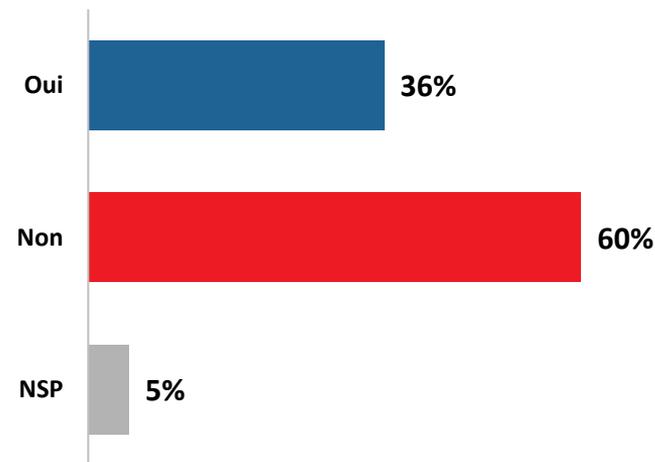


Q2E. Au cours des dernières semaines, avez-vous entendu l'une ou l'autre de ces publicités à la radio?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Tous les répondants (n=300)

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA PUBLICITÉ D'HÉMA-QUÉBEC SUR LE WEB

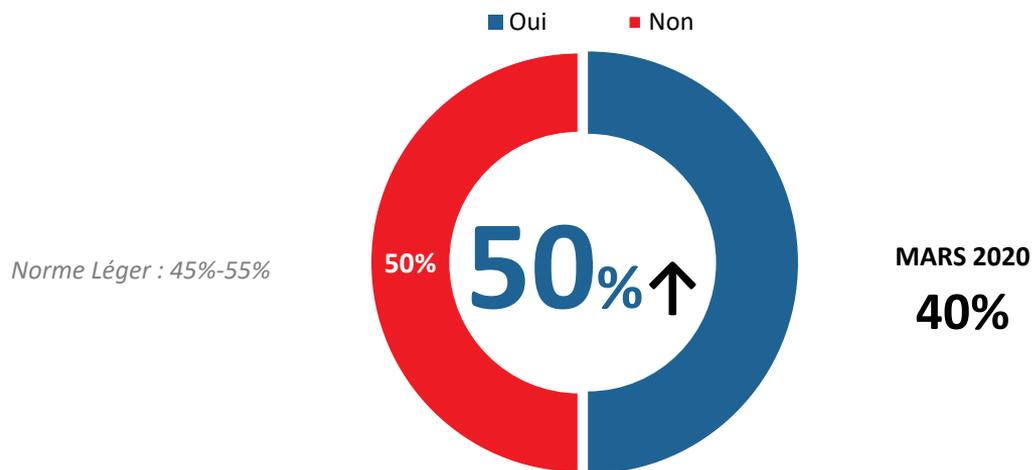


Q2F. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur le Web?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Tous les répondants (n=300)

NOTORIÉTÉ PUBLICITAIRE TOTALE



	Total	Sexe		Âge			Région			Langue maternelle		Déjà fait don de sang		Connaît Héma-Québec	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	FR	Autre	Oui	Non	Oui	Non
	n= 300	107	193	163	110	27*	244	19*	37	168	132	95	205	264	36
Oui (a vu au moins une des publicités présentées)	50%	49%	52%	50%	52%	49%	51%	59%	42%	57%	43%	53%	49%	53%	32%
Non	50%	51%	48%	50%	48%	51%	49%	41%	58%	43%	57%	47%	51%	47%	68%

Notoriété assistée totale des publicités d'Héma-Québec (répondants ayant vu au moins une des publicités présentées à Q2A, Q2B, Q2C, Q2D, Q2E ET Q2F)

*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base : Tous les répondants (n=300)

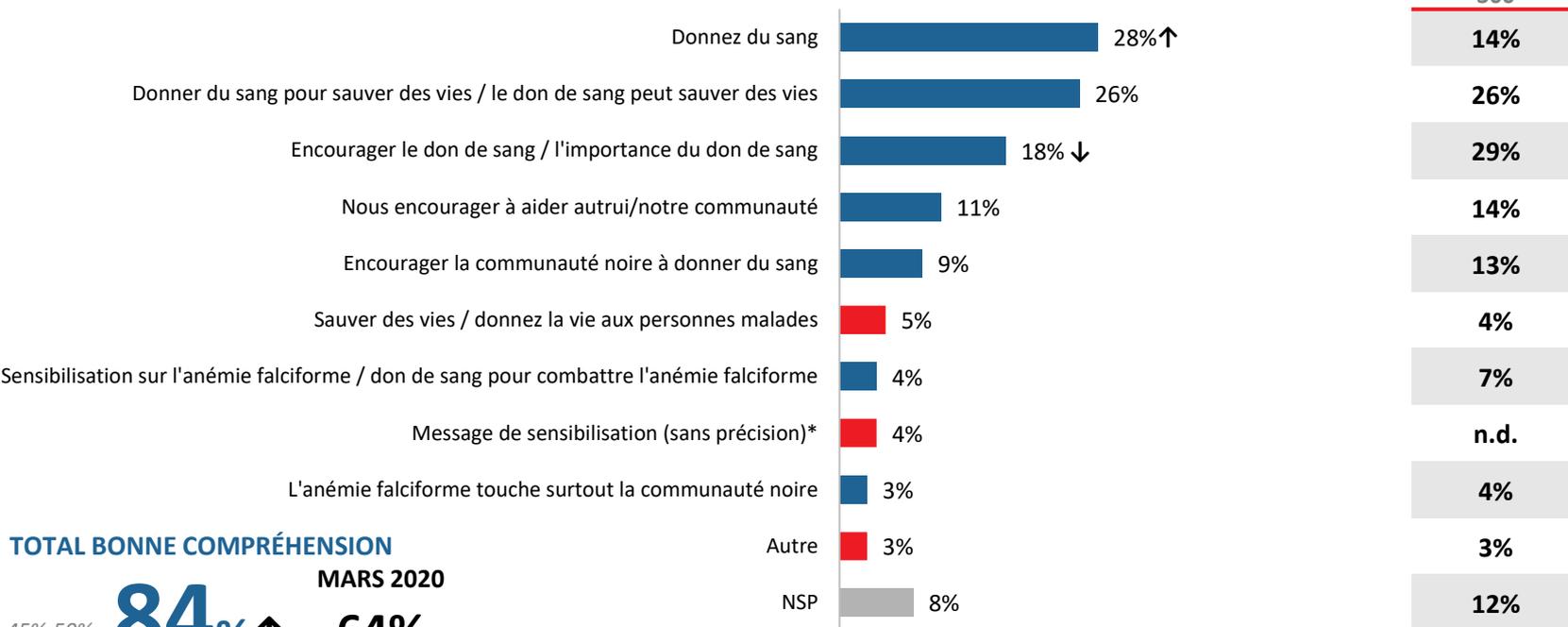


RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4. ÉVALUATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

COMPRÉHENSION DU MESSAGE

- Bonne compréhension du message
- Mauvaise compréhension du message



TOTAL BONNE COMPRÉHENSION

MARS 2020

84% ↑

64%

Norme Léger : 45%-50%

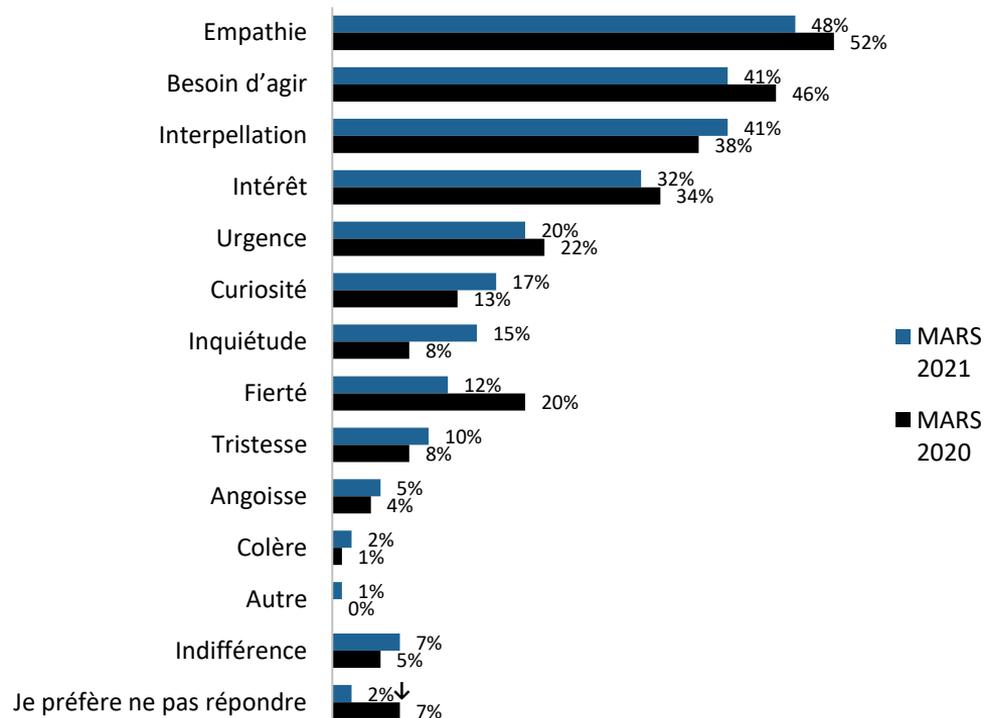
Q3. Selon vous, qu'est-ce qu'on a voulu vous dire dans ces publicités ? En d'autres mots, quel en était le message ?

MENTIONS SPONTANÉES - PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants qui ont vu au moins une publicité de la campagne (n=157)

*Nouvelle mention en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

SENTIMENT FACE AU MESSAGE DES PUBLICITÉS

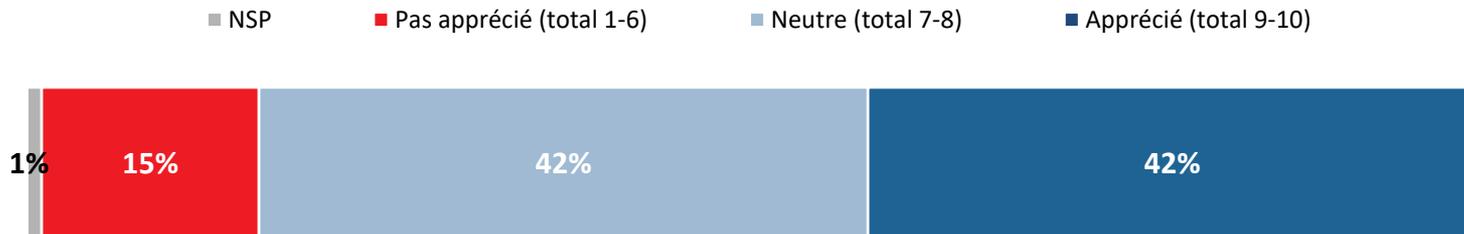


Q4. Qu'avez-vous ressenti en voyant ces publicités ?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants ayant vu au moins une publicité de la campagne (n=157)

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE



MOYENNE /10

8,1

MARS 2020

8,3

Norme Léger : ≥7 sur 10

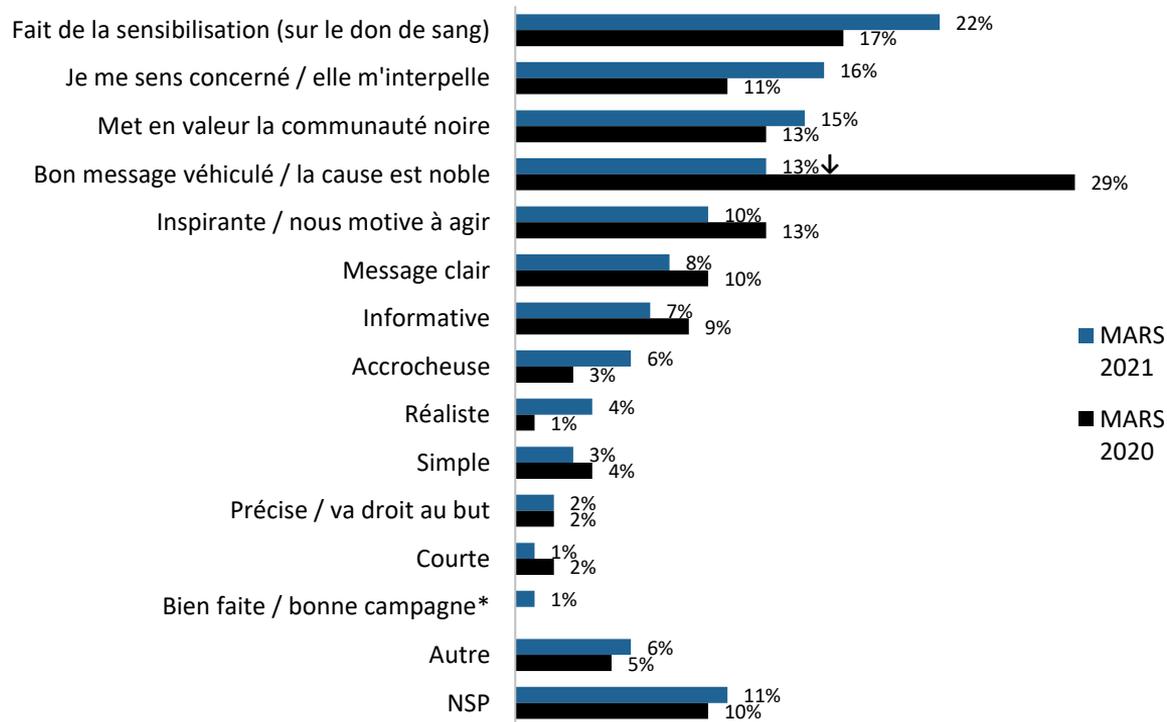
	Total	Sexe		Âge			Région			Revenu					Déjà fait don de sang		Connaît Héma-Québec	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	-40K	40-59K	60-79K	80-99K	100K+	Oui	Non	Oui	Non
n=	157	53	104	88	56	13*	129	12*	16*	45	25*	25*	20*	33	52	105	146	11*
Apprécié (9-10)	42%	42%	43%	43%	43%	39%	42%	61%	39%	49%	30%	47%	53%	36%	53%	37%	43%	29%
Neutre (7-8)	42%	42%	41%	49%	32%	48%	42%	18%	51%	29%	44%	46%	42%	54%	37%	44%	41%	49%
Pas apprécié (1-6)	15%	15%	15%	7%	23%	14%	15%	21%	11%	18%	26%	7%	5%	10%	10%	18%	15%	16%
NSP	1%	1%	1%	1%	2%	0%	1%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%	6%
Moyenne	8,1	8,1	8,2	8,5	7,9	8,0	8,1	8,5	8,3	8,3	7,7	8,5	8,7	7,9	8,4	8,0	8,2	7,9

Q5. Quelle est votre appréciation générale de cette campagne publicitaire ? Sur une échelle de 1 à 10 où 1 signifie que vous n'avez pas du tout apprécié cette campagne publicitaire et 10 que vous avez tout à fait apprécié cette campagne publicitaire, quelle note donneriez-vous ?

*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base : Les répondants qui ont vu au moins une publicité de la campagne (n=157)

RAISONS POUR LESQUELLES LA CAMPAGNE A ÉTÉ APPRÉCIÉE (1/2)



Q5C. Pour quelles raisons avez-vous apprécié cette campagne publicitaire ?

MENTIONS SPONTANÉES - PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants qui ont apprécié la campagne (n=134)

*Nouvelle mention en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

RAISONS POUR LESQUELLES LA CAMPAGNE A ÉTÉ APPRÉCIÉE (2/2)

	Total	Mars 2020	Sexe		Âge			Région			Revenu				
			H	F	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	-40K	40-59K	60-79K	80-99K	100K+
n=	134	105	44	90	80	43	11**	109	10**	15**	35	20**	23**	19**	30
Fait de la sensibilisation (sur le don de sang)	22%	17%	22%	21%	8%	29%	39%	24%	0%	10%	17%	28%	27%	13%	27%
Je me sens concerné / elle m'interpelle	16%	11%	22%	12%	13%	10%	36%	16%	22%	21%	19%	12%	14%	28%	15%
Met en valeur la communauté noire	15%	13%	4%	23%	19%	17%	0%	16%	8%	0%	11%	7%	6%	14%	28%
Bon message véhiculé / la cause est noble	13%↓	29%	8%	16%	17%	9%	11%	12%	39%	6%	16%	12%	20%	11%	5%
Inspirante / nous motive à agir	10%	13%	13%	8%	6%	11%	18%	11%	7%	3%	3%	19%	9%	0%	17%
Message clair	8%	10%	8%	9%	2%	17%	6%	7%	16%	23%	6%	19%	0%	9%	13%
Informative	7%	9%	6%	8%	8%	5%	11%	8%	0%	3%	16%	6%	4%	8%	2%
Accrocheuse	6%	3%	6%	5%	7%	1%	11%	6%	0%	6%	0%	3%	17%	0%	8%
Réaliste	4%	1%	2%	5%	4%	5%	0%	4%	0%	0%	0%	3%	0%	10%	2%
Simple	3%	4%	4%	2%	0%	8%	0%	4%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	8%
Précise / va droit au but	2%	2%	2%	2%	1%	2%	6%	1%	0%	12%	0%	0%	0%	0%	9%
Courte	1%	2%	1%	0%	0%	2%	0%	0%	16%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Bien faite / bonne campagne*	1%	n.d.	0%	2%	2%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
Autre	6%	5%	10%	3%	10%	5%	0%	7%	0%	0%	13%	3%	5%	0%	5%
NSP	11%	10%	10%	11%	19%	7%	0%	9%	8%	32%	10%	15%	12%	24%	2%

Q5C. Pour quelles raisons avez-vous apprécié cette campagne publicitaire ?

MENTIONS SPONTANÉES - PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Les répondants qui ont apprécié la campagne (n=134)

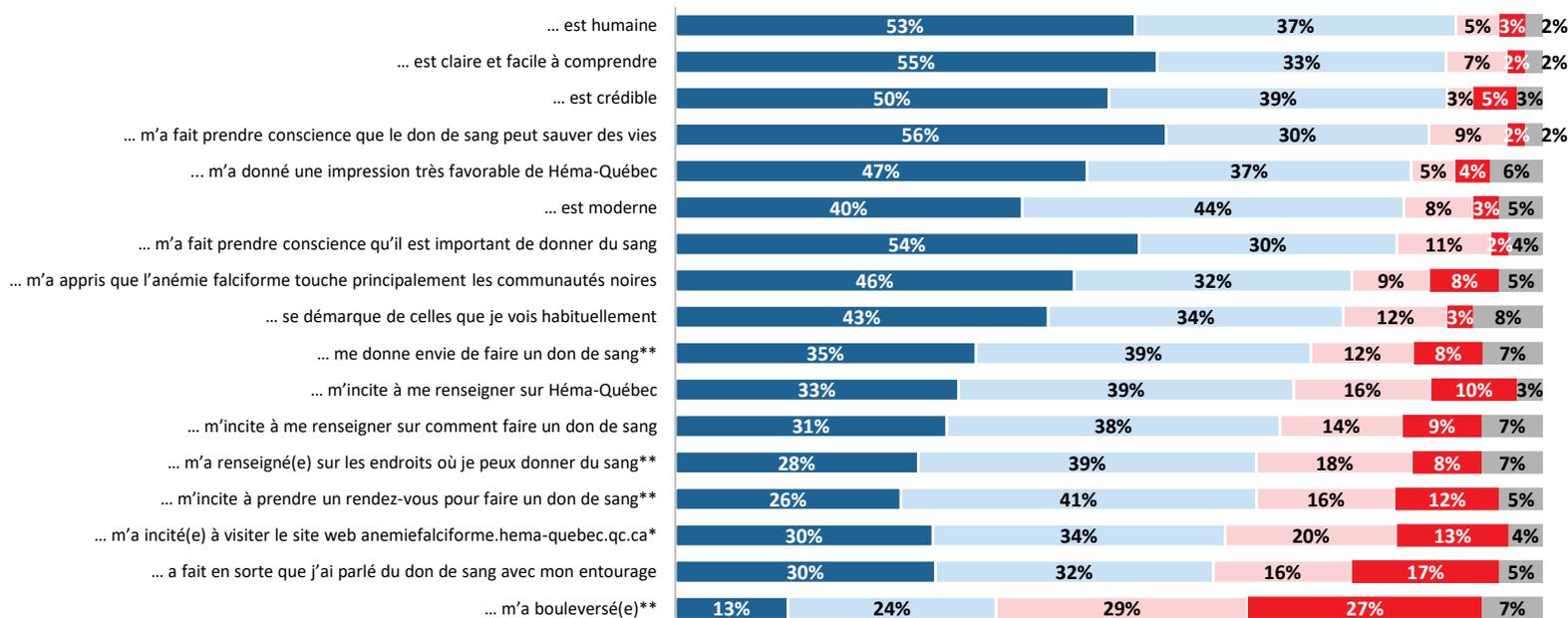
*Nouvelle mention en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

INTERPELLATION DE LA CAMPAGNE (1/2)

CETTE CAMPAGNE PUBLICITAIRE...

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt en accord ■ Plutôt en désaccord ■ Tout à fait en désaccord ■ NSP



TOTAL ACCORD	
MARS 2021	MARS 2020
157	132
90%	90%
89%	87%
88%	85%
87%	90%
85%	87%
84%	88%
84%	81%
77%	75%
77%	81%
73%	n.d.
72%	76%
69%	75%
67%	n.d.
66%	n.d.
64%	64%
63%	66%
37%	n.d.

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants ?

Base : Les répondants qui ont vu au moins une publicité de la campagne (n=157)

*En anglais: sicklecellanemia.hema-quebec.qc.ca

**Nouveaux énoncés en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

INTERPELLATION DE LA CAMPAGNE (2/2)

CETTE CAMPAGNE PUBLICITAIRE...

% TOTAL ACCORD	Total	Sexe		Âge			Région			Langue maternelle		Revenu					Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	FR	Autre	-40K	40-59K	60-79K	80-99K	100K+	Oui	Non	Oui	Non
n=	157	53	104	88	56	13*	129	12*	16*	93	64	45	25*	25*	20*	33	146	11*	52	105
... m'incite à prendre un rendez-vous pour faire un don de sang	66%	70%	63%	79%	63%	48%	66%	74%	72%	68%	65%	64%	60%	83%	83%	60%	66%	77%	78%	60%

% TOTAL ACCORD (parmi ceux qui ont répondu « Je n'y ai jamais pensé » à Q13)	Total	Sexe		Âge			Région			Langue maternelle		Revenu					Connaît Héma-Québec	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	FR	Autre	-40K	40-59K	60-79K	80-99K	100K+	Oui	Non
n=	26*	7*	19*	13*	10*	3*	22*	4*	0*	17*	5*	9*	4*	4*	3*	4*	23*	3*
... m'incite à prendre un rendez-vous pour faire un don de sang	49%	54%	45%	64%	49%	32%	50%	38%	0%	51%	25%	66%	33%	41%	66%	64%	49%	50%

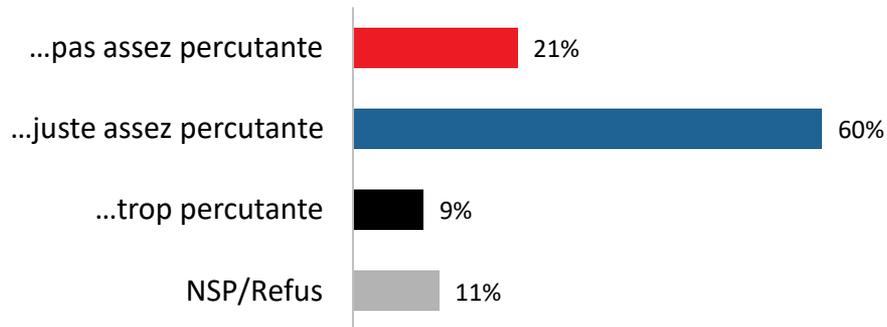
Q6. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants ?

Base : Les répondants qui ont vu au moins une publicité de la campagne (n=157)

*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

IMPACT ÉMOTIONNEL DE LA CAMPAGNE

CETTE CAMPAGNE PUBLICITAIRE EST-ELLE...



	Total	Sexe		Âge			Région			Langue maternelle		Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	FR	Autre	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
n=	300	107	193	163	110	27**	244	19**	37	168	132	264	36	95	205	157	143
... pas assez percutante	21%	18%	23%	17%	27%	15%	21%	15%	15%	17%	25%	20%	29%	28%	17%	11%	30%
... juste assez percutante	60%	58%	61%	66%	57%	52%	60%	66%	58%	66%	53%	60%	53%	53%	63%	72%	47%
... trop percutante	9%	12%	6%	8%	8%	14%	7%	19%	20%	12%	6%	10%	4%	11%	8%	11%	7%
NSP/Refus	11%	12%	10%	10%	8%	19%	12%	0%	7%	6%	16%	10%	14%	8%	12%	5%	16%

Q6B. Selon vous, cette campagne d'Héma-Québec est-elle ... ?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

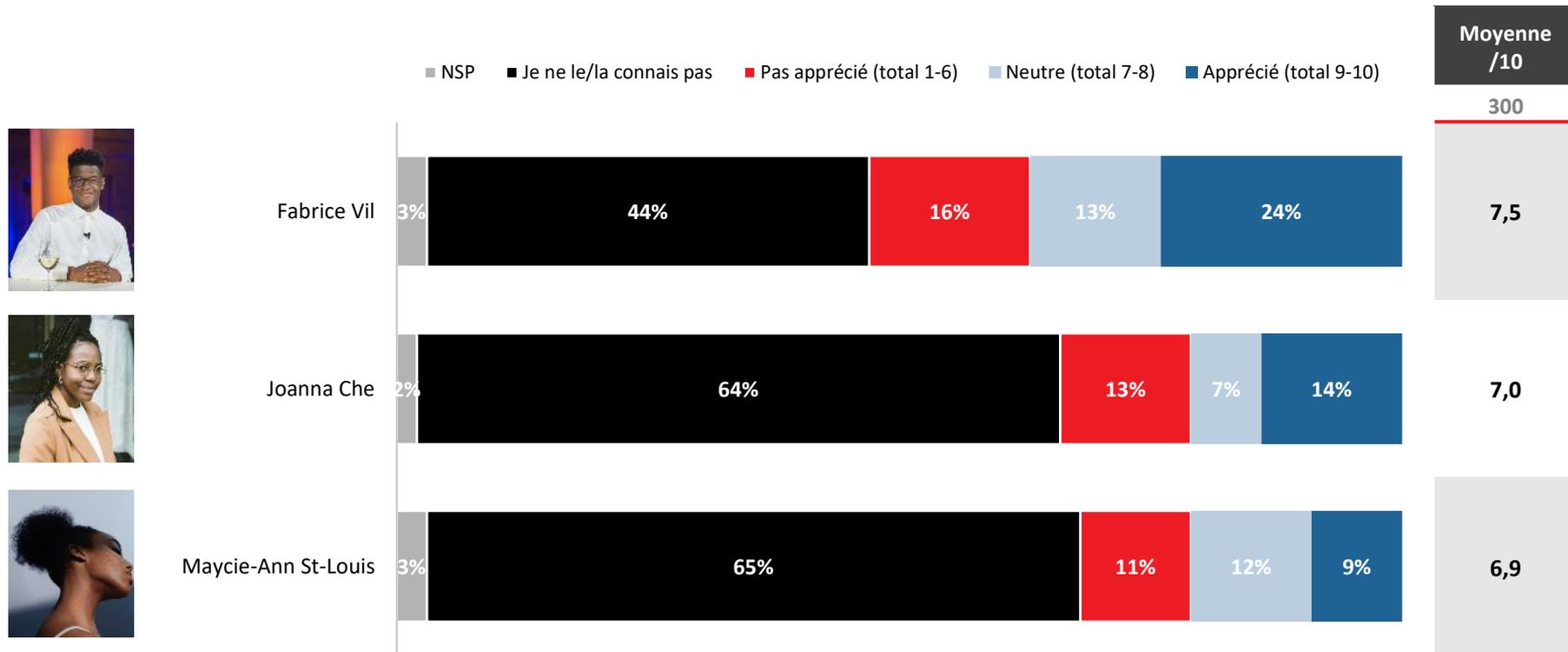
Base : Tous les répondants (n=300)



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

5. NOTORIÉTÉ ET APPRÉCIATION DES PORTE-PAROLLES DE HÉMA-QUÉBEC

APPRÉCIATION DES PORTE-PAROLES DE HÉMA-QUÉBEC

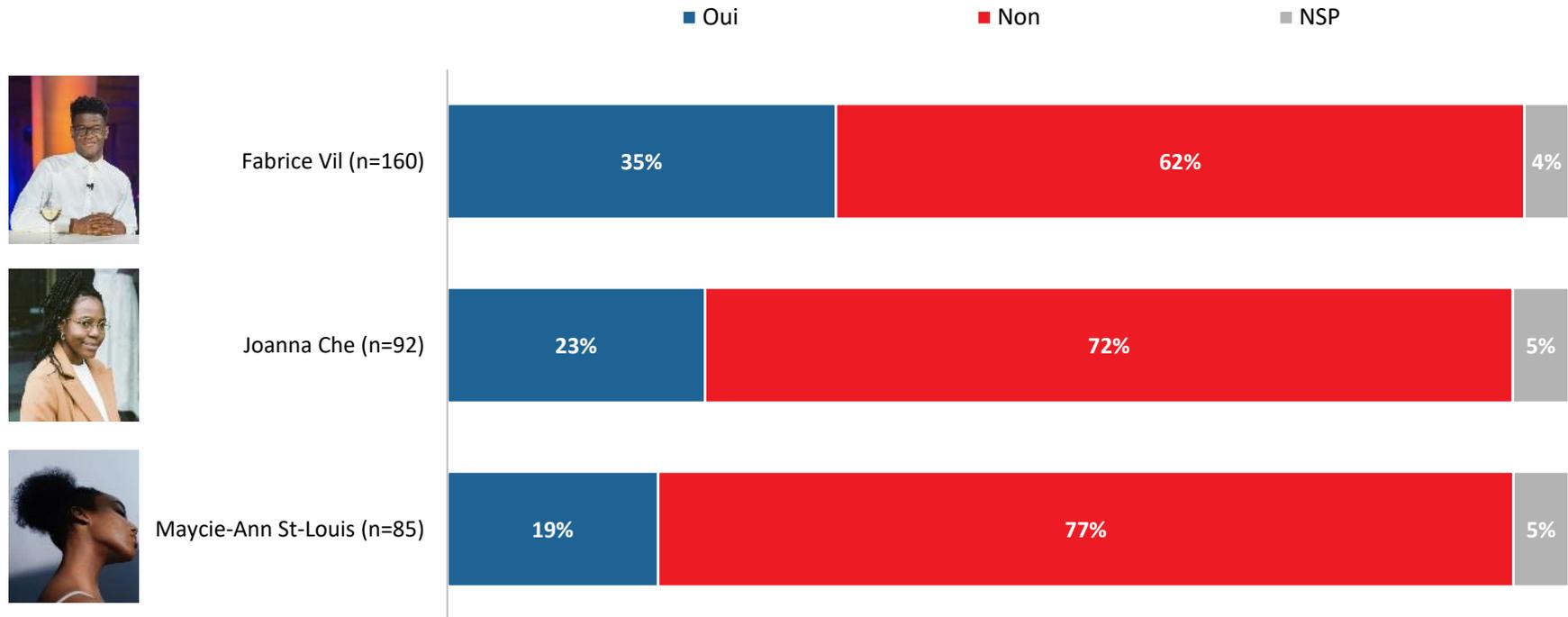


Q8. De manière générale, veuillez indiquer dans quelle mesure vous aimez ou non les personnalités suivantes.*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Tous les répondants (n=300)

ABONNEMENTS AUX PORTE-PAROLLES DE HÉMA-QUÉBEC SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

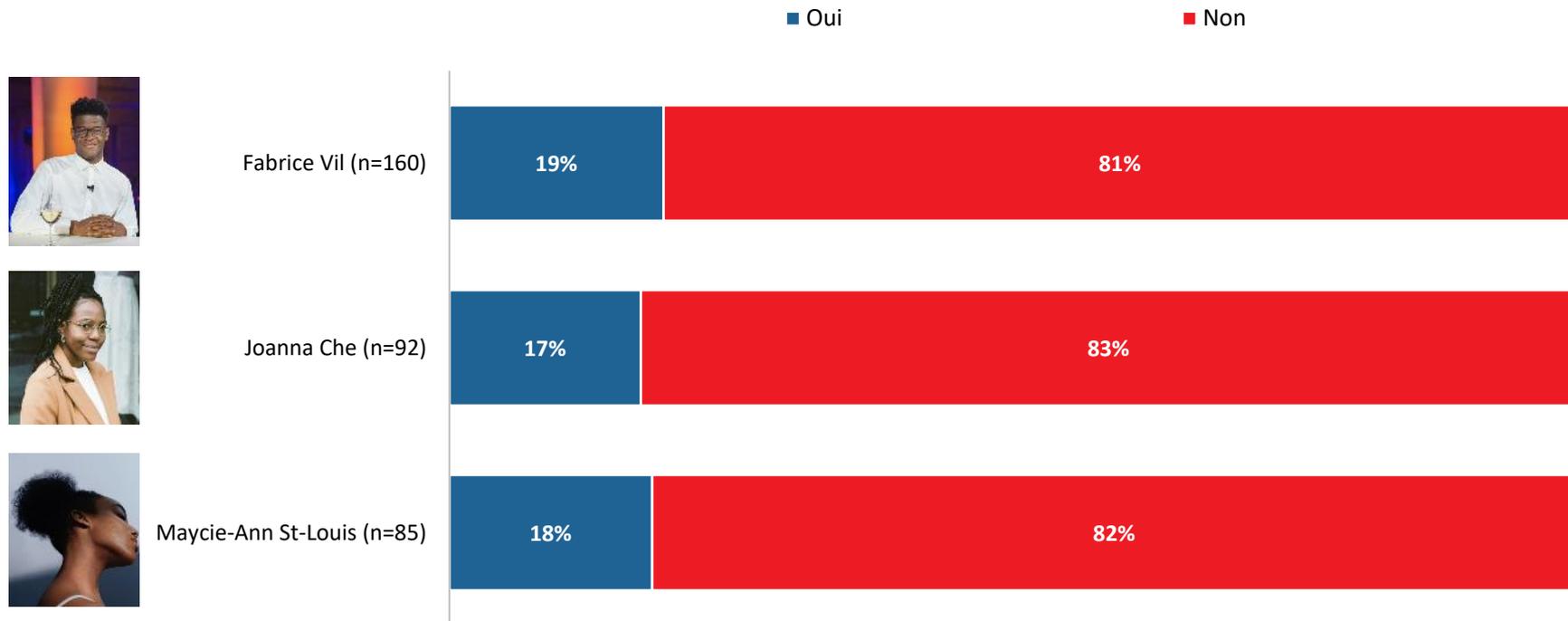


Q8B. Suivez-vous les personnalités suivantes sur les médias sociaux*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Les répondants qui connaissent les porte-paroles de Héma-Québec (n variables).

NOTORIÉTÉ DES PERSONNALITÉS EN TANT QUE PORTE-PAROLLES DE HÉMA-QUÉBEC

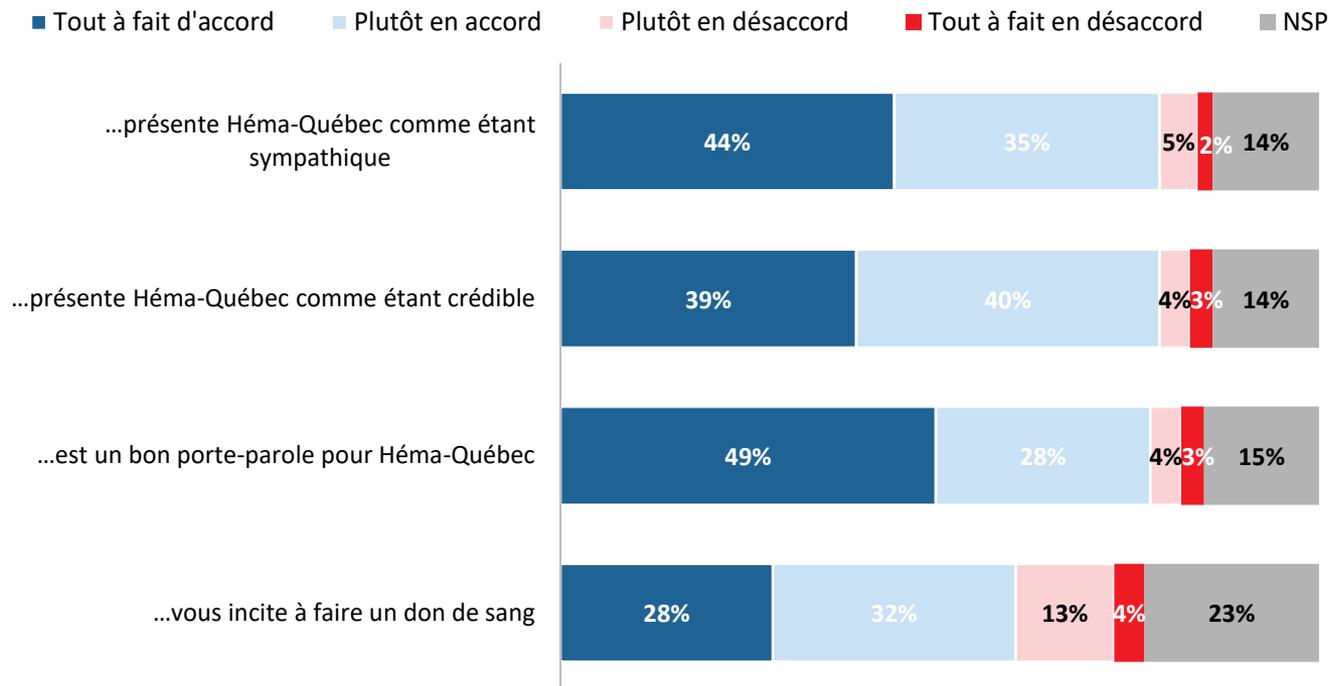


Q8C. Avant aujourd’hui, étiez-vous au courant que les personnalités suivantes étaient les porte-paroles de Héma-Québec ? *

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Les répondants qui connaissent les porte-paroles de Héma-Québec (n variables).

ADÉQUATION DE FABRICE VIL EN TANT QUE PORTE-PAROLE DE HÉMA-QUÉBEC



TOTAL ACCORD
160
79%
79%
77%
60%

Q9A. En tant que porte-parole de Héma-Québec, veuillez indiquer dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord pour dire que Fabrice Vil...*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Les répondants qui connaissent Fabrice Vil (n=160)

ADÉQUATION DE JOANNA CHE EN TANT QUE PORTE-PAROLE DE HÉMA-QUÉBEC

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt en accord ■ Plutôt en désaccord ■ Tout à fait en désaccord ■ NSP

TOTAL ACCORD
92
78%
77%
76%
70%

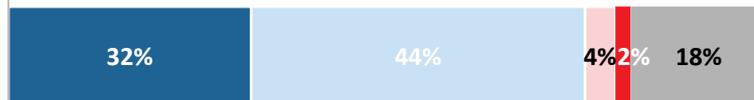
...présente Héma-Québec comme étant sympathique



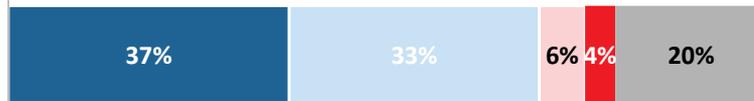
...présente Héma-Québec comme étant crédible



...vous incite à faire un don de sang



...est un bon porte-parole pour Héma-Québec



Q9B. En tant que porte-parole de Héma-Québec, veuillez indiquer dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord pour dire que Joanna Che...*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Les répondants qui connaissent Joanna Che (n=92)

ADÉQUATION DE MAYCIE-ANN ST-LOUIS EN TANT QUE PORTE-PAROLE DE HÉMA-QUÉBEC

■ Tout à fait d'accord
 ■ Plutôt en accord
 ■ Plutôt en désaccord
 ■ Tout à fait en désaccord
 ■ NSP

TOTAL ACCORD
85
78%
72%
72%

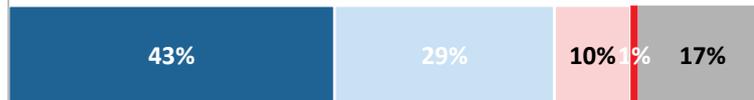
...présente Héma-Québec comme étant crédible



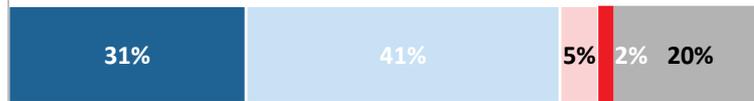
...présente Héma-Québec comme étant sympathique



...est un bon porte-parole pour Héma-Québec



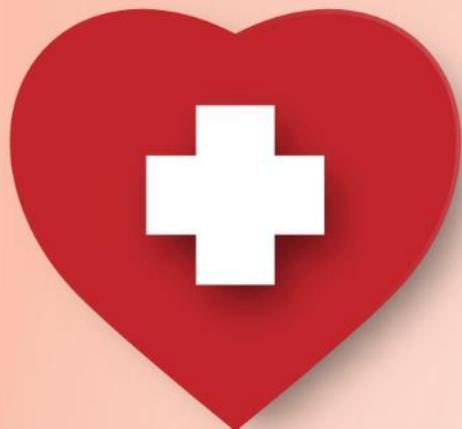
...vous incite à faire un don de sang



Q9C. En tant que porte-parole de Héma-Québec, veuillez indiquer dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord pour dire que Maycie-Ann St-Louis...*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

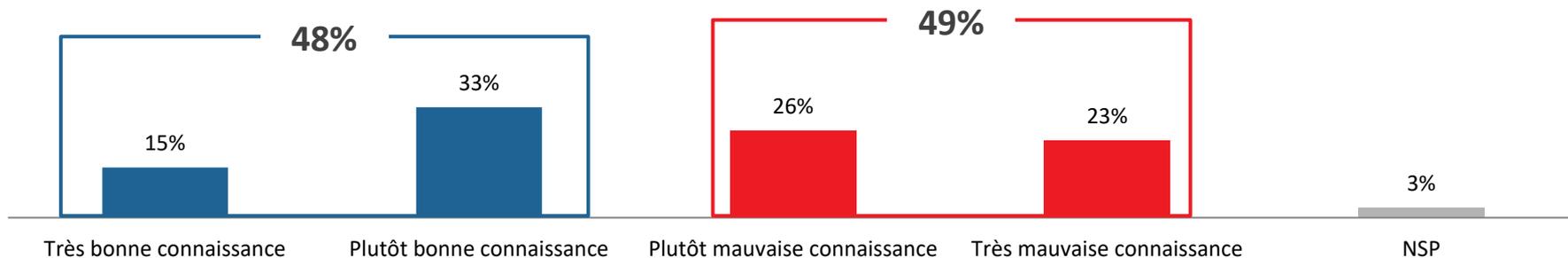
Base : Les répondants qui connaissent Maycie-Ann St-Louis (n=85)



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

6. CONNAISSANCE ET INTERPELLATION À L'ÉGARD DE L'ANÉMIE FALCIFORME

CONNAISSANCE AU SUJET DE L'ANÉMIE FALCIFORME



	Total	Sexe		Âge			Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
n=	300	107	193	163	110	27**	264	36	95	205	157	143
TOTAL BONNE CONNAISSANCE	48%	43%	52%	45%	48%	50%	48%	43%	50%	46%	53%	42%
Très bonne connaissance	15%	13%	16%	16%	14%	15%	15%	15%	13%	16%	16%	14%
Plutôt bonne connaissance	33%	29%	36%	30%	35%	35%	33%	29%	37%	31%	37%	28%
TOTAL MAUVAISE CONNAISSANCE	49%	54%	45%	49%	49%	50%	50%	44%	47%	50%	47%	51%
Plutôt mauvaise connaissance	26%	28%	23%	28%	22%	29%	27%	16%	29%	24%	24%	27%
Très mauvaise connaissance	23%	26%	21%	21%	27%	21%	23%	27%	17%	26%	22%	24%
NSP	3%	4%	3%	6%	3%	0%	2%	13%	3%	4%	0%	7%

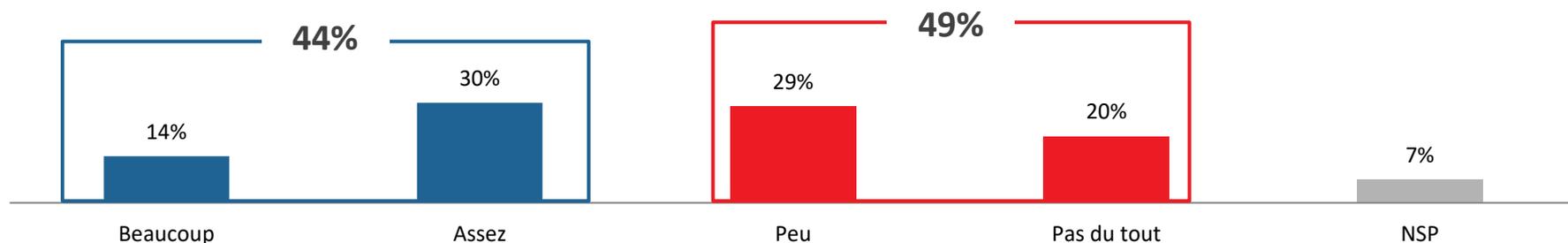
Q16. À quel point estimez-vous avoir une bonne ou mauvaise connaissance au sujet de l'anémie falciforme?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base: Tous les répondants (n=300)

DÉCOUVERTE DE NOUVELLES INFORMATIONS AU SUJET DE L'ANÉMIE FALCIFORME GRÂCE À LA CAMPAGNE



	Total	Connaissance au sujet de l'anémie falciforme		Sexe		Âge			Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
		Bonne	Mauvaise	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
n=	300	142	147	107	193	163	110	27**	264	36	95	205	157	143
TOTAL BEAUCOUP OU ASSEZ	44%	53%	37%	48%	41%	52%	40%	35%	43%	54%	51%	40%	55%	33%
Beaucoup	14%	19%	11%	22%	7%	18%	12%	10%	12%	31%	23%	10%	16%	12%
Assez	30%	35%	26%	26%	34%	34%	28%	25%	31%	23%	28%	31%	39%	20%
TOTAL PEU OU PAS DU TOUT	49%	43%	58%	45%	53%	39%	55%	59%	51%	31%	43%	52%	43%	55%
Peu	29%	17%	43%	33%	26%	26%	32%	30%	31%	16%	26%	31%	30%	28%
Pas du tout	20%	26%	15%	13%	27%	13%	22%	30%	21%	15%	17%	21%	13%	27%
NSP	7%	4%	5%	7%	6%	9%	5%	5%	6%	15%	6%	7%	1%	12%

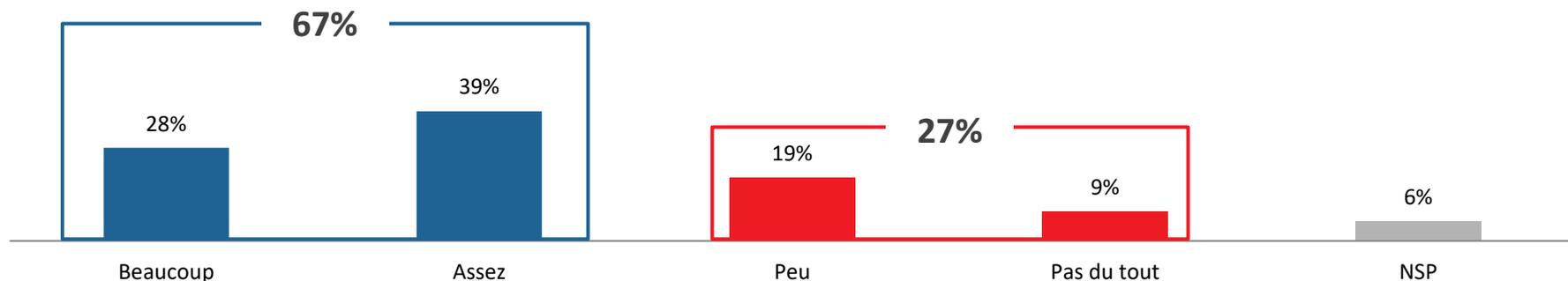
Q17. Dans quelle mesure cette campagne d'Héma-Québec vous a-t-elle fait découvrir de nouvelles informations au sujet de l'anémie falciforme?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base: Tous les répondants (n=300)

INTERPELLATION PAR LE SUJET DE L'ANÉMIE FALCIFORME



	Total	Sexe		Âge			Connait Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
n=	300	107	193	163	110	27**	264	36	95	205	157	143
TOTAL OUI	67%	63%	71%	63%	70%	69%	68%	62%	72%	65%	76%	59%
Beaucoup	28%	22%	33%	27%	26%	33%	27%	35%	31%	27%	35%	20%
Assez	39%	42%	37%	36%	44%	36%	41%	27%	42%	38%	40%	39%
TOTAL NON	27%	33%	22%	30%	25%	26%	28%	21%	26%	28%	20%	34%
Peu	19%	24%	14%	22%	15%	20%	19%	13%	21%	17%	15%	22%
Pas du tout	9%	9%	8%	7%	11%	7%	9%	8%	5%	10%	5%	12%
NSP	6%	4%	7%	7%	5%	4%	4%	17%	2%	7%	4%	7%

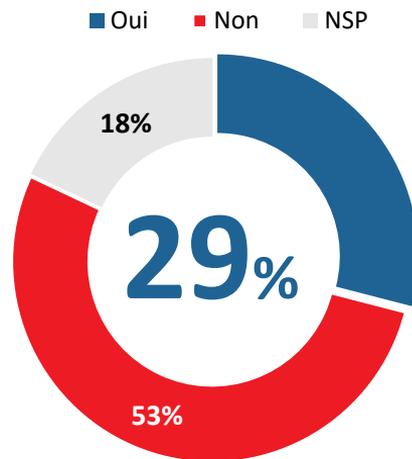
Q18. Dans quelle mesure vous êtes-vous senti(e) interpellé(e) par le sujet de l'anémie falciforme?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base: Tous les répondants (n=300)

PROCHES SOUFFRANT DE L'ANÉMIE FALCIFORME



	Total	Sexe		Âge			Région			Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	Autres	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
	n= 300	107	193	163	110	27**	244	19**	37	264	36	95	205	157	143
Oui	29%	25%	33%	28%	32%	26%	30%	32%	23%	31%	12%	26%	30%	34%	23%
Non	53%	55%	52%	54%	48%	63%	52%	54%	68%	52%	63%	56%	52%	52%	54%
NSP	18%	20%	16%	19%	20%	11%	19%	15%	10%	17%	25%	18%	17%	13%	22%

Q19. Avez-vous des amis ou membres de votre famille qui souffrent d'anémie falciforme?*

*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

**En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base : Tous les répondants (n=300)



PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS

Base : Tous les répondants

	TOTAL	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC
SEXE	n=300	264	36
Homme	47%	47%	48%
Femme	53%	53%	52%
ÂGE			
18 à 34 ans	40%	36%	77%
35 à 54 ans	40%	42%	23%
55 ans et plus	20%	22%	0%
LANGUE MATERNELLE			
Français	53%	54%	49%
Anglais ou autre	47%	46%	51%
SCOLARITÉ			
Primaire / Secondaire	13%	11%	31%
Collégial	27%	27%	29%
Universitaire	57%	60%	34%
RÉGION DE RÉSIDENCE			
Montréal RMR	86%	86%	89%
Québec RMR	3%	4%	1%
Reste du Québec	10%	10%	10%

Base : Tous les répondants

	TOTAL	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC
PRÉSENCE D'ENFANT(S) DANS LE MÉNAGE	n=300	264	36
Oui	49%	48%	51%
Non	50%	51%	45%
REVENU			
39 999 \$ et moins	29%	25%	65%
De 40 000 \$ à 59 999 \$	17%	18%	9%
De 60 000 \$ à 79 999 \$	15%	16%	11%
De 80 000 \$ à 99 999 \$	11%	12%	4%
100 000 \$ et plus	23%	25%	3%
OCCUPATION			
Employé(e) à temps plein	61%	64%	38%
Employé(e) à temps partiel	11%	8%	33%
À votre compte / travailleur autonome	3%	4%	0%
Étudiant(e)	10%	9%	20%
Au foyer	3%	3%	2%
Sans emploi	4%	4%	5%
Retraité(e)	6%	7%	0%

PROFIL DES RÉPONDANTS

Base : Tous les répondants

	TOTAL n=300	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC 264	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC 36
STATUT MARITAL			
Célibataire	42%	39%	69%
Marié(e) ou conjoint(e) de fait	48%	51%	22%
Veuf(ve)	2%	2%	2%
Séparé(e)	1%	1%	0%
Divorcé(e)	6%	6%	0%
NÉ(E) AU CANADA			
Oui	36%	36%	35%
Non	61%	62%	61%
NOMBRE D'ANNÉES AU CANADA			
Moins de 5 ans	7%	6%	17%
5 à 10 ans	28%	27%	36%
11 à 20 ans	21%	21%	14%
Plus de 20 ans	33%	37%	0%

Base : Tous les répondants

	TOTAL n=300	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC 264	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC 36
PAYS/CONTINENT DE NAISSANCE			
Afrique	51%	52%	50%
Haïti	27%	29%	11%
Jamaïque	1%	1%	0%
Autre	15%	14%	31%
IMMIGRÉ AU CANADA (RÉPONDANT ET/OU PARENTS DU RÉPONDANT)			
Oui	84%	84%	83%
Non	13%	13%	12%

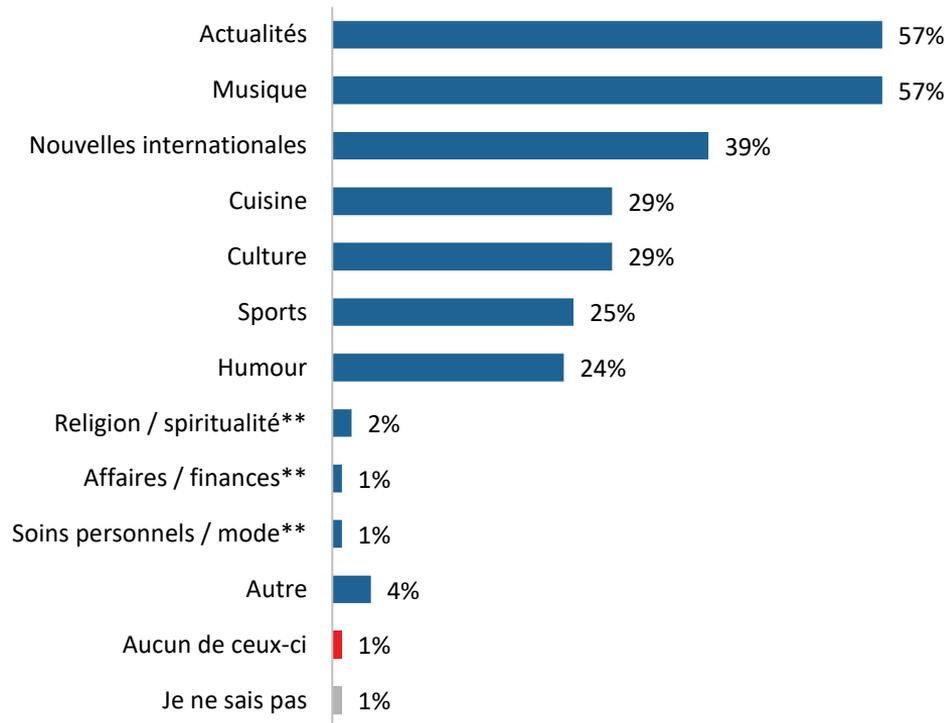
UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

	TOTAL AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE	Tous les jours ou presque	Quelques fois par semaine	Une fois par semaine	TOTAL AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS	Quelques fois par mois	Une fois par mois	Quelques fois par année	Une fois par an	Moins d'une fois par an	Jamais	NSP
YouTube	89%	59%	28%	2%	9%	9%	1%	1%	0%	0%	1%	0%
Facebook	80%	55%	20%	5%	5%	4%	2%	3%	0%	1%	10%	0%
Instagram	58%	42%	12%	4%	8%	4%	4%	5%	1%	1%	26%	1%
LinkedIn	33%	11%	17%	5%	18%	14%	4%	4%	2%	4%	38%	1%
Twitter	31%	15%	11%	5%	8%	7%	1%	9%	1%	2%	47%	2%
Balado (podcast)	21%	6%	11%	4%	7%	3%	4%	6%	1%	3%	58%	3%

QM. À quelle fréquence, généralement, utilisez-vous les médias sociaux suivants?

Base : Tous les répondants (n=300)

TYPES DE CONTENU FAVORIS



QM2. Quels types de contenu consommez-vous le plus souvent sur le Web?

PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Tous les répondants (n=300)

**Autres mentions spontanées



ÉQUIPE

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**
Gestion de panel
- **Léger Communauté**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | PHILADELPHIE

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.

Leger

Comprendre le monde

