

Rapport

**ÉVALUATION  
DE LA CAMPAGNE  
PUBLICITAIRE AUPRÈS DES  
COMMUNAUTÉS NOIRES**  
*HIVER 2022*



DATE 2021-04-12 NUMÉRO DE PROJET 12959-011



# LeGER

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

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE

# Table des matières

<b>CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE</b>	<b>5</b>
<b>FAITS SAILLANTS</b>	<b>7</b>
<b>RÉSULTATS DÉTAILLÉS</b>	<b>10</b>
1. HABITUDES DE DON DE SANG	10
2. NOTORIÉTÉ D'HÉMA-QUÉBEC	23
3. NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE	26
4. ÉVALUATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE	34
5. NOTORIÉTÉ DU FESTIVAL FONDU AU NOIR	43
6. CONNAISSANCE ET INTERPELLATION À L'ÉGARD DE L'ANÉMIE FALCIFORME	45
<b>PROFIL DES RÉPONDANTS</b>	<b>50</b>
<b>ÉQUIPE</b>	<b>55</b>



# CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE



# CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

## 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.

## MÉTHODE ET PROFIL DES RÉPONDANTS

Pour atteindre les objectifs de recherche, un **sondage Web** a été réalisé entre le **7 et le 23 mars 2022**, auprès de 303 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.

## NOTES AUX LECTEURS

### 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 2021** (sondage Web réalisée entre 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). De plus, les résultats de la vague de **mars 2020** (sondage Web réalisée entre 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) sont présentés lorsque que possible.

Ainsi, une flèche pointant vers le haut ↑ indique une proportion **significativement supérieure** à mars 2021. À l'inverse, une flèche pointant vers le bas ↓ indique une proportion **significativement inférieure** à mars 2021.

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

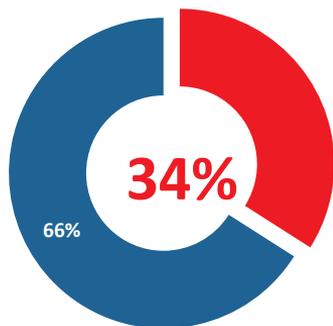


FAITS SAILLANTS

# FAITS SAILLANTS (1/2)

## A DÉJÀ FAIT UN DON DE SANG

■ Oui ■ Non



2021:(33%)

Moyenne de dons de sang

4,1  
2021: (3,7)

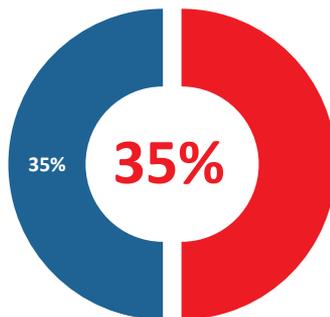
Plus du tiers des répondants a déjà fait un don de sang (**34%**) et quatre sur dix ont l'intention de donner du sang au courant de la prochaine année (**39%**), dont **11%** disent qu'il est très probable.

## PROBABILITÉ DE DONNER DU SANG

Prochaine année	<b>39%</b> 2021:(34%)
Deux prochaines années	<b>44%</b> 2021:(43%)
Trois prochaines années	<b>48%</b> 2021:(43%)

## PLANIFICATION D'UN DON DE SANG

■ Plus d'une semaine 2021:(30%)  
■ Une semaine ou moins 2021:(40%)



Plus du tiers des répondants planifient un don de sang au moins une semaine à l'avance, alors qu'une proportion identique de répondants le planifient moins longtemps d'avance, soit **35%** chacun.

## COMPORTEMENTS APRÈS UN DON DE SANG

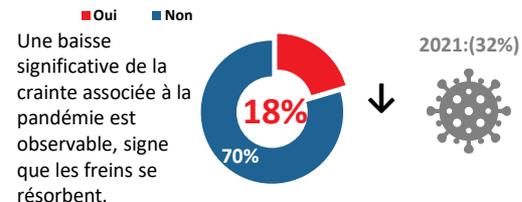
Parler de l'expérience avec votre entourage	<b>55%</b> 2021:(59%)
Faire une publication sur les médias sociaux	<b>15%</b> 2021:(11%)

## DONNER

## PAS DONNER

Parce que c'est une bonne action	<b>54%</b> 2021:(38%)	Je n'y ai jamais pensé	<b>31%</b> 2021:(28%)
Pour aider les autres	<b>48%</b> 2021:(45%)	Je ne suis pas capable pour une raison de santé	<b>19%</b> 2021:(20%)
Parce que c'est important / essentiel	<b>41%</b> 2021:(32%)	J'ai peur des aiguilles	<b>18%</b> 2021:(15%)
Une collecte de don de sang a été organisée sur mon lieu de travail ou d'études	<b>34%</b> 2021:(32%)	J'ai peur d'attraper une maladie	<b>11%</b> 2021:(4%)
Pour aider quelqu'un dans ma communauté	<b>13%</b> 2021:(20%)	Je n'ai pas le droit de donner du sang	<b>8%</b> 2021:(12%)

## FREIN DE LA PANDÉMIE

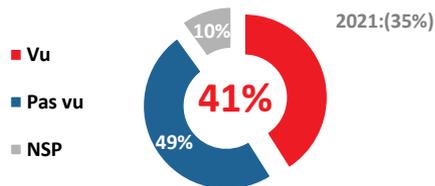


# FAITS SAILLANTS (2/2)

## NOTORIÉTÉ D'HÉMA-QUÉBEC

SPONTANÉE	<b>77%</b> 2021:(76%)
ASSISTÉE	<b>89%</b> 2021:(88%)
TOTALE	<b>91%</b> 2021:(90%)

### BRUIT PUBLICITAIRE



## EXPOSITION À LA CAMPAGNE

**52%**

Norme Léger : 45%-55% 2021:(50%)

	Norme Léger : 10%-16%	<b>27%</b> 2021:(31%)
	Norme Léger : 10%-16%	<b>35% ↑</b> 2021:(25%)
	Norme Léger : 14%-20%	<b>25% ↑</b> 2021:(16%)
	Norme Léger : 20%-30%	<b>15%</b> 2021:(14%)
	Norme Léger : 14%-20%	<b>27% ↓</b> 2021:(36%)

## APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

Norme Léger : ≥7 sur 10 **8,3/10**  
est la moyenne **d'appréciation de la campagne**  
2021:(8,1/10)



### RAISONS D'APPRÉCIATION

Bon message véhiculé / la cause est noble	<b>19%</b> 2021:(13%)
Fait de la sensibilisation (sur le don de sang)	<b>13%</b> 2021:(22%)
Met en valeur la communauté noire	<b>13%</b> 2021:(15%)
Message clair	<b>10%</b> 2021:(8%)
Informative	<b>10%</b> 2021:(7%)
Je me sens concerné / elle m'interpelle	<b>10%</b> 2021:(16%)

### OPINION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

Est claire et facile à comprendre	<b>94%</b> 2021:(89%)
Est humaine	<b>92%</b> 2021:(88%)
Est crédible	<b>88%</b> 2021:(88%)
Fait prendre conscience de l'importance de donner du sang	<b>88%</b> 2021:(84%)
A incité à prendre rendez-vous pour faire un don de sang	<b>58%</b> 2021:(66%)

## COMPRÉHENSION DU MESSAGE

**86%** ont une **bonne compréhension** du message  
2021:(84%)

Norme léger : 45% À 50%



### NOTORIÉTÉ DU FESTIVAL FONDU AU NOIR

Festival Fondu au noir tenu du 23 au 27 février 2022	<b>10%</b>
Dre Yvette Bonny	<b>12%</b>

### L'ANÉMIE FALCIFORME

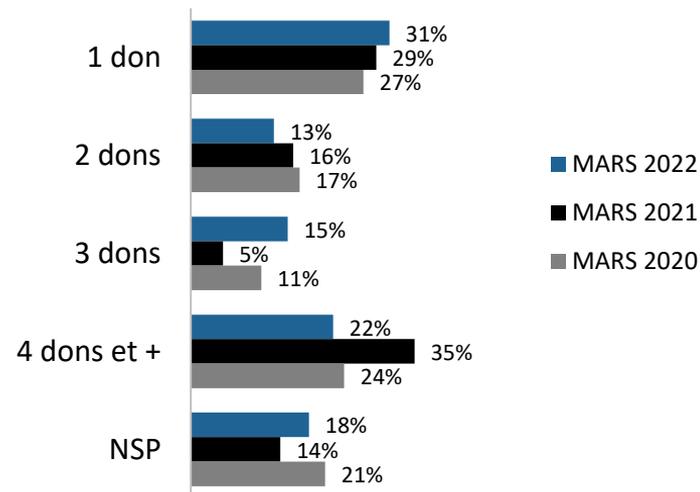
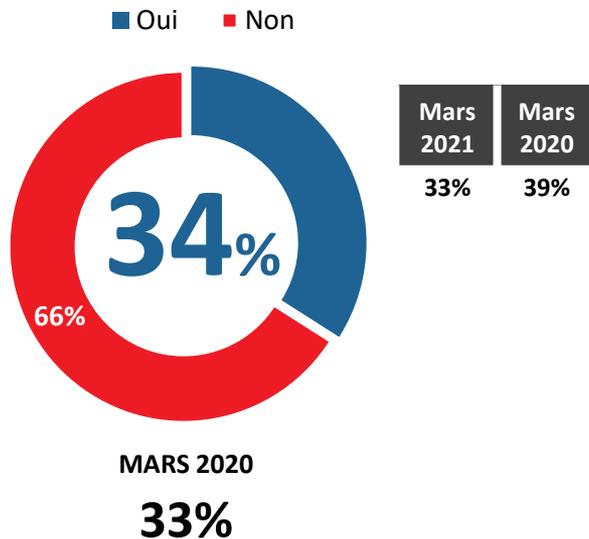
Bonne connaissance	<b>42%</b> 2021:(48%)
Découverte d'informations grâce à la campagne	<b>43%</b> 2021:(44%)
Interpellation par le sujet	<b>62%</b> 2021:(67%)
Proche souffrant de la maladie	<b>27%</b> 2021:(29%)



# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## 1. HABITUDES DE DON DE SANG

# NOMBRE DE DON(S) DE SANG



## PROPORTION SUPÉRIEURE DE OUI :

- Les hommes (**46%**)
- Ceux sans enfants dans le ménage (**41%**)
- Ceux avec un revenu de 100k et + (**47%**)

## PROPORTION INFÉRIEURE DE OUI :

- Les femmes (**24%**)
- Ceux avec enfants dans le ménage (**27%**)

## MOYENNE INFÉRIEURE :

- Les célibataire (**2,0**)
- Les 18-34 ans (**2,0**)

## MOYENNE



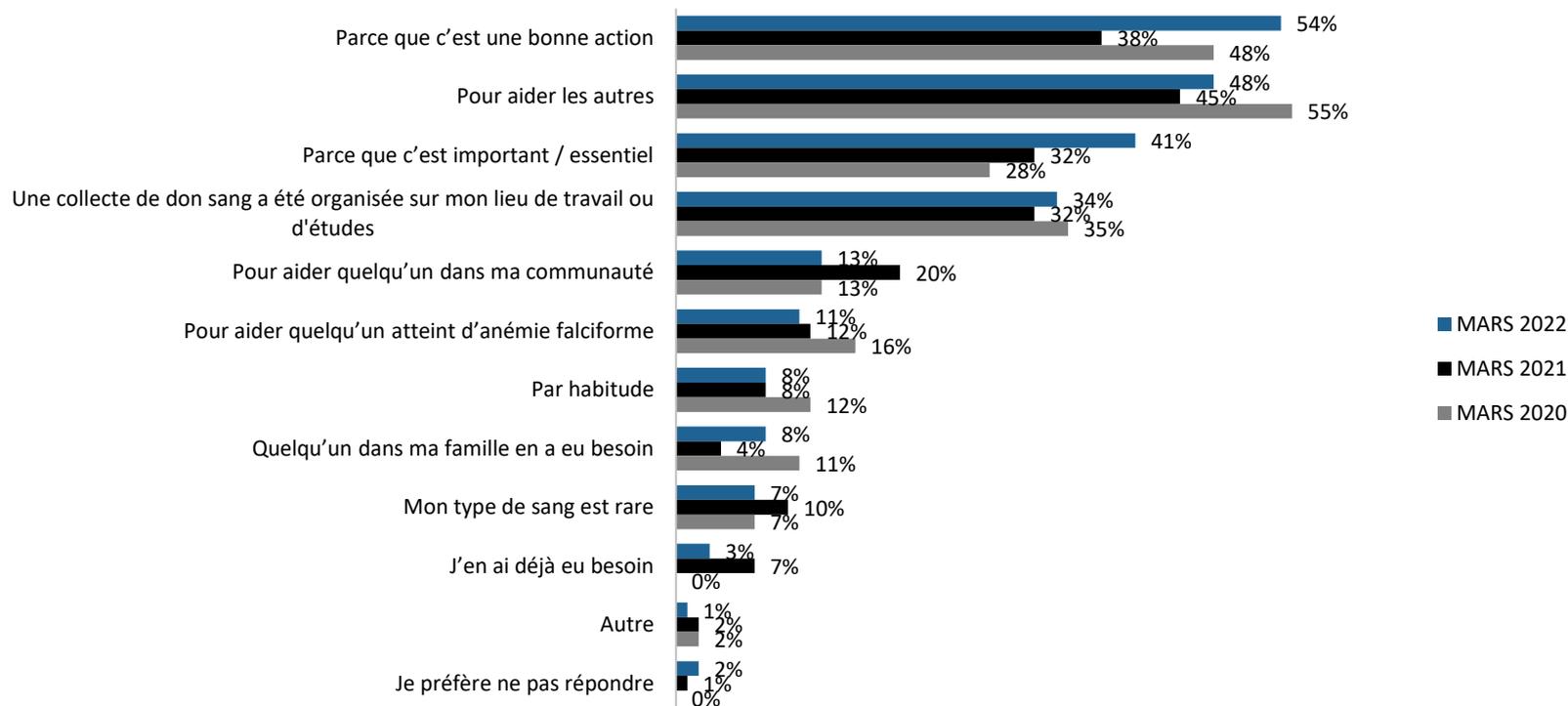
Q10. Au cours de votre vie, avez-vous déjà fait un don de sang ?

Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

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

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang en 2022: (n=93)/ en 2021: (n=95)

# RAISONS POUR DONNER DU SANG



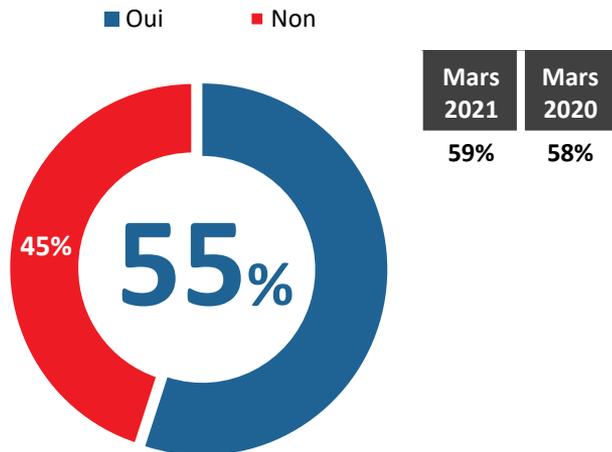
## Q12. Pour quelles raisons avez-vous donné du sang ?

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

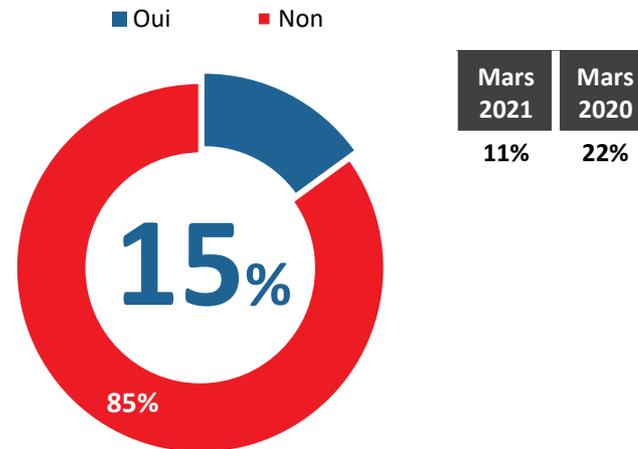
Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang en 2022: (n=93)/ en 2021: (n=95)

# 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%**)
- A vu au moins une publicité (**64%**)

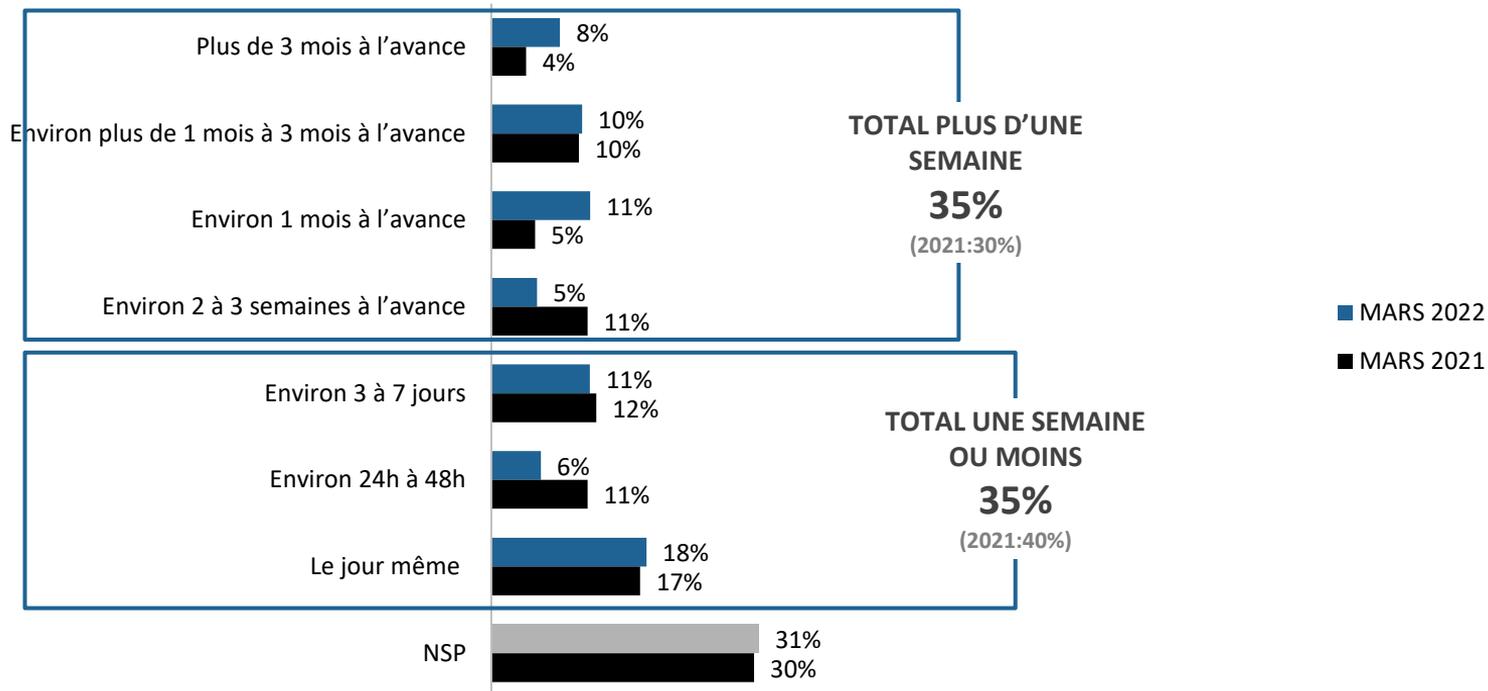
## PROPORTION INFÉRIEURE DE OUI :

- Les hommes (**45%**)
- N'a pas vu de publicité (**38%**)

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

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang en 2022: (n=93)/ en 2021: (n=95)

# PLANIFICATION À L'AVANCE D'UN DON DE SANG

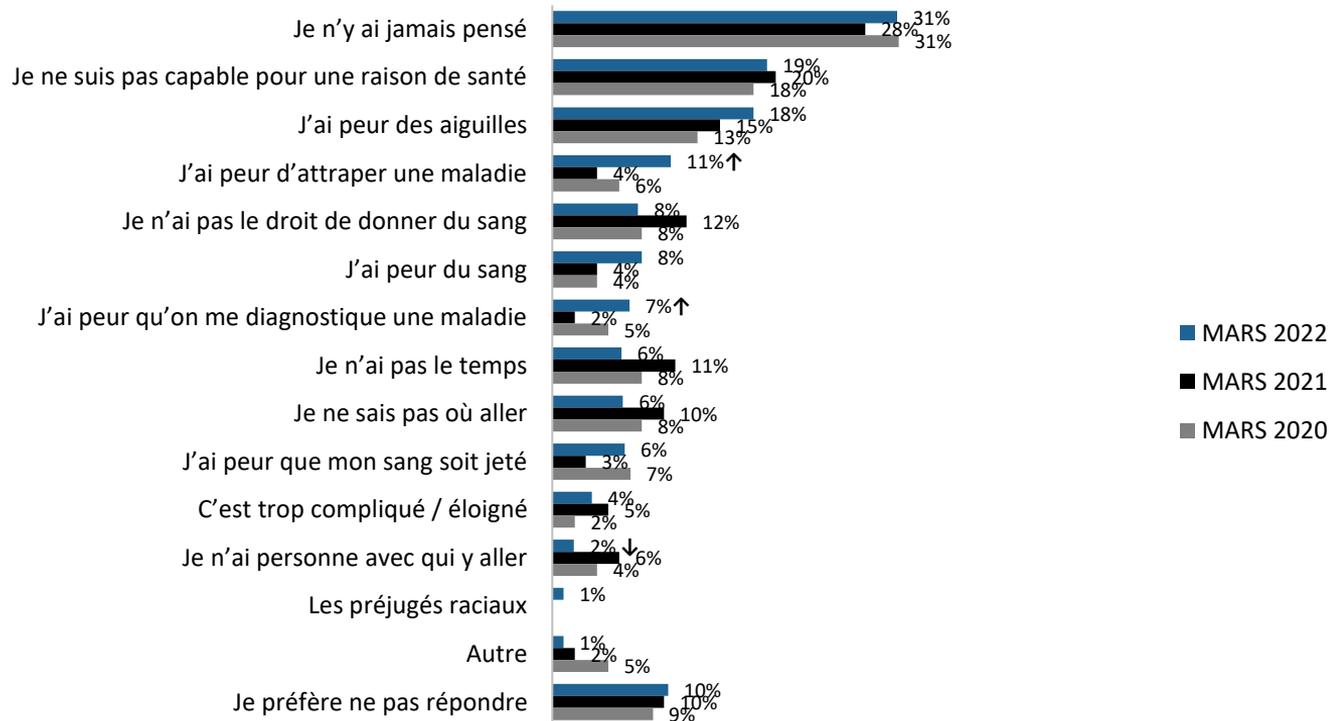


Q12C. De manière générale, combien de temps à l'avance planifiez-vous de faire un don de sang?\*

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

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang en 2022: (n=93)/ en 2021: (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 en 2022: (n=210)/ en 2021: (n=201)

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

			Sexe		Âge			Statut matrimonial			Langue maternelle													
	n=	Mars 2022	Mars 2021	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Célibataire	Marié/Conjoint	Autres	Français	Autre											
Je n'y ai jamais pensé	210	31%	201	28%	54	37%	156	27%	92	29%	94	25%	24*	51%	95	30%	92	32%	20*	31%	105	34%	104	28%
Je ne suis pas capable pour une raison de santé		19%		20%		6%		28%		12%		27%		16%		15%		18%		41%		18%		21%
J'ai peur des aiguilles		18%		15%		17%		19%		27%		12%		12%		27%		12%		6%		20%		16%
J'ai peur d'attraper une maladie		11% ↑		4%		15%		8%		12%		13%		0%		12%		9%		10%		15%		6%
J'ai peur du sang		8%		4%		7%		9%		9%		6%		12%		7%		8%		11%		11%		6%
Je n'ai pas le droit de donner du sang		8%		12%		4%		10%		8%		11%		0%		10%		7%		2%		4%		11%
J'ai peur qu'on me diagnostique une maladie		7% ↑		2%		9%		6%		6%		7%		8%		7%		6%		11%		8%		5%
J'ai peur que mon sang soit jeté		6%		3%		1%		10%		7%		6%		8%		4%		9%		8%		8%		5%
Je ne sais pas où aller		6%		10%		4%		8%		10%		1%		11%		8%		5%		6%		4%		9%
Je n'ai pas le temps		6%		11%		8%		5%		10%		4%		4%		7%		6%		6%		9%		3%
C'est trop compliqué / éloigné		4%		5%		4%		3%		2%		6%		0%		2%		4%		5%		5%		3%
Je n'ai personne avec qui y aller		2% ↓		6%		0%		3%		5%		0%		0%		4%		0%		0%		2%		2%
Les préjugés raciaux**		1%		-		0%		2%		0%		2%		5%		0%		2%		6%		1%		1%
Autre		1%		2%		3%		1%		0%		3%		0%		1%		2%		0%		2%		1%
Je préfère ne pas répondre		10%		10%		14%		8%		9%		14%		4%		11%		12%		0%		9%		12%

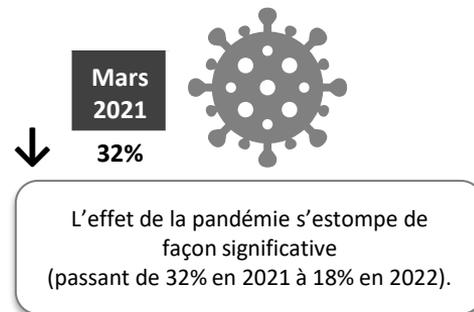
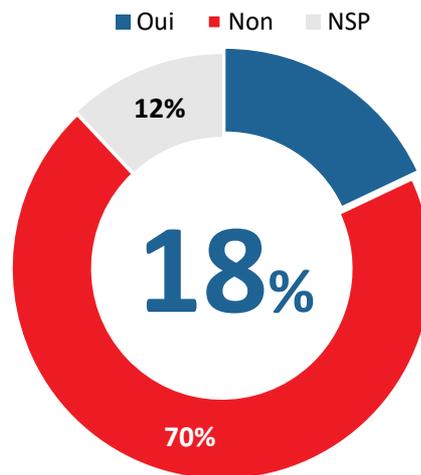
### Q13. Pour quelles raisons ne faites-vous pas de dons de sang ?

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

\*Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement et doivent être analysées avec précaution. / \*\* Énoncé créé à partir des réponses ouvertes des répondants en mars 2022. Aucune comparaison possible avec mars 2021.

Base : Les répondants n'ayant jamais fait un don de sang en 2022: (n=210)/ en 2021: (n=201)

# FREIN DE LA PANDÉMIE À LA PROPENSION À DONNER DU SANG



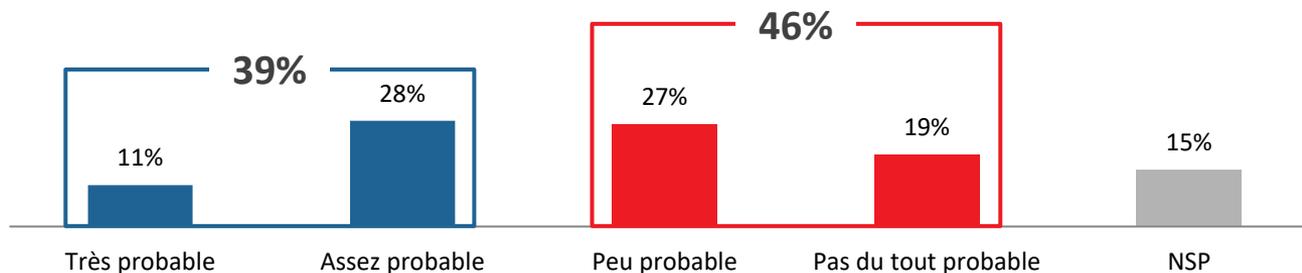
	n=	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			Scolarité			Statut matrimonial		
				Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	Célibataire	Marié/Conjoint	Autres
				98	205	130	132	41	44	87	171	127	142	29*
<b>Oui</b>		<b>18% ↓</b>	<b>32%</b>	22%	14%	21%	16%	17%	22%	18%	17%	14%	24%	11%
<b>Non</b>		<b>70% ↑</b>	<b>59%</b>	67%	72%	70%	71%	66%	57%	67%	75%	69%	69%	75%
<b>NSP</b>		<b>12%</b>	<b>8%</b>	11%	14%	9%	13%	17%	20%	15%	8%	17%	7%	14%

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

\*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement. / \*\*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020.

Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# PROBABILITÉ DE DONNER DU SANG DANS LA PROCHAINE ANNÉE



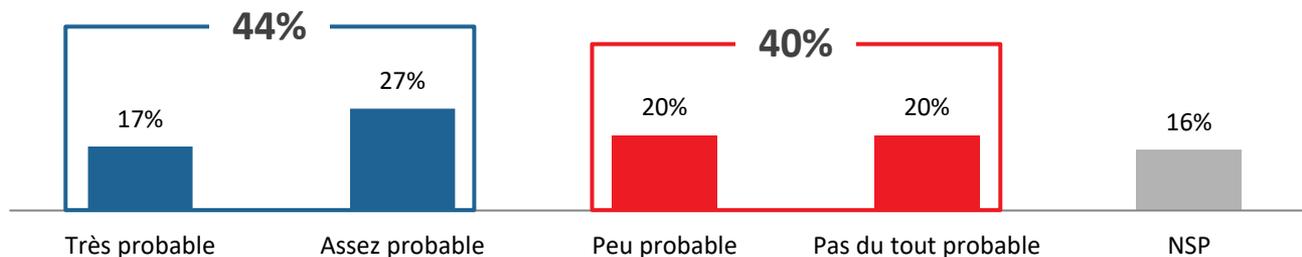
	n=	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			Scolarité			Langue maternelle		Déjà fait don de sang	
				Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	Français	Autre	Oui	Non
		303	300	98	205	130	132	41	44	87	171	150	152	93	210
<b>TOTAL PROBABLE</b>		<b>39%</b>	<b>34%</b>	42%	37%	43%	43%	23%	30%	51%	36%	40%	38%	59%	29%
Très probable		11%	13%	12%	10%	15%	10%	6%	6%	7%	15%	11%	12%	25%	4%
Assez probable		28%	21%	30%	27%	29%	33%	17%	24%	44%	22%	29%	26%	33%	25%
<b>TOTAL IMPROBABLE</b>		<b>46%</b>	<b>51%</b>	39%	51%	41%	39%	69%	59%	36%	47%	46%	46%	31%	53%
Peu probable		27%	21%	30%	24%	29%	17%	42%	38%	21%	27%	33%	21%	20%	30%
Pas du tout probable		19%↓	30%	9%	28%	12%	23%	27%	21%	15%	20%	13%	25%	11%	23%
<b>Je ne sais pas</b>		<b>15%</b>	<b>15%</b>	19%	11%	16%	18%	9%	11%	13%	17%	13%	17%	10%	18%

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

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

Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# PROBABILITÉ DE DONNER DU SANG AU COURS DES DEUX PROCHAINES ANNÉES



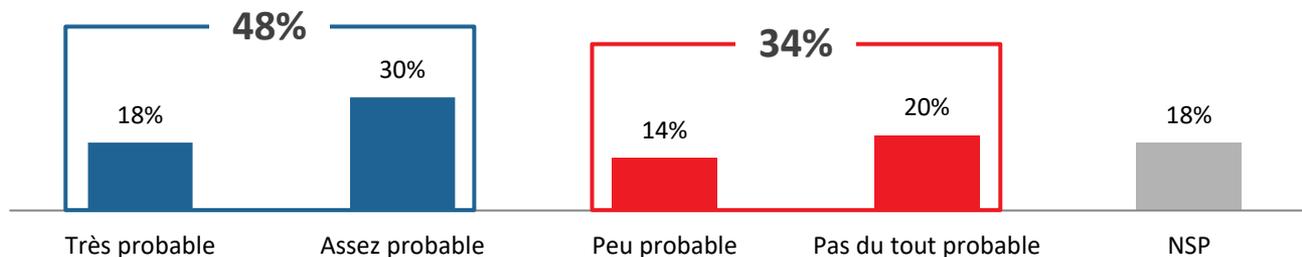
	n=	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			Scolarité			Langue maternelle		Déjà fait don de sang	
				Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	Français	Autre	Oui	Non
<b>TOTAL PROBABLE</b>	303	44%	43%	48%	41%	48%	43%	38%	29%	52%	45%	46%	42%	67%	32%
Très probable		17%	17%	17%	16%	23%	13%	10%	4%	20%	19%	18%	15%	35%	7%
Assez probable		27%	26%	30%	25%	25%	29%	27%	25%	32%	26%	28%	27%	32%	25%
<b>TOTAL IMPROBABLE</b>		40%	42%	34%	45%	36%	39%	49%	55%	33%	39%	42%	39%	22%	49%
Peu probable		20%	15%	21%	18%	25%	15%	18%	32%	12%	20%	25%	15%	9%	25%
Pas du tout probable		20%	28%	13%	27%	11%	24%	31%	22%	21%	19%	17%	24%	13%	24%
<b>Je ne sais pas</b>		16%	15%	18%	14%	15%	18%	13%	16%	15%	16%	13%	20%	11%	18%

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.

Base Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# PROBABILITÉ DE DONNER DU SANG AU COURS DES TROIS PROCHAINES ANNÉES



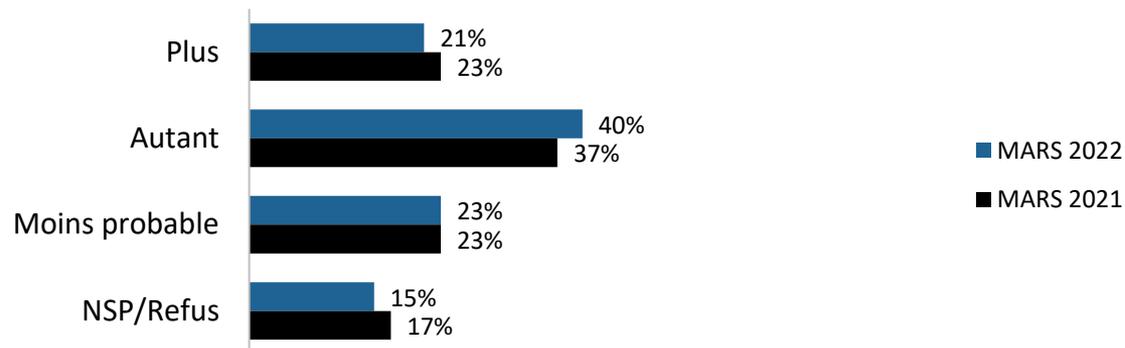
	n=	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			Scolarité			Langue maternelle		Déjà fait don de sang	
				Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	Français	Autre	Oui	Non
<b>TOTAL PROBABLE</b>		<b>48%</b>	<b>43%</b>	53%	44%	53%	47%	43%	38%	57%	47%	50%	46%	71%	36%
Très probable		18%	16%	17%	18%	25%	14%	12%	7%	21%	20%	19%	17%	34%	9%
Assez probable		30%	27%	36%	26%	28%	33%	30%	32%	36%	27%	31%	29%	37%	27%
<b>TOTAL IMPROBABLE</b>		<b>34%</b>	<b>42%</b>	26%	41%	31%	34%	40%	43%	25%	36%	34%	34%	17%	42%
Peu probable		14%	15%	13%	15%	19%	10%	13%	16%	10%	15%	19%	9%	3%	20%
Pas du tout probable		20%	27%	13%	26%	12%	24%	27%	27%	15%	20%	16%	24%	14%	23%
<b>Je ne sais pas</b>		<b>18%</b>	<b>15%</b>	21%	15%	16%	20%	17%	19%	18%	17%	15%	20%	11%	21%

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.

Base Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

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



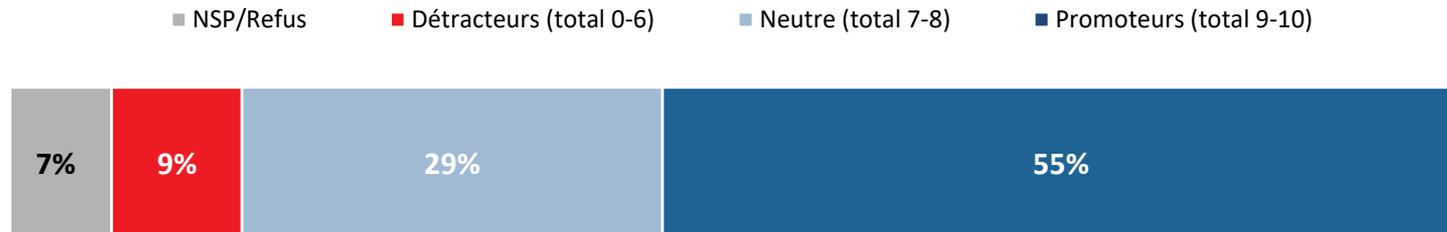
	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			A vu au moins une publicité		Déjà fait don de sang	
			Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non
	n= 303	300	98	205	130	132	41	158	145	93	210
<b>Plus</b>	<b>21%</b>	<b>23%</b>	23%	20%	25%	22%	15%	30%	12%	34%	15%
<b>Autant</b>	<b>40%</b>	<b>37%</b>	42%	39%	42%	39%	40%	34%	47%	42%	39%
<b>Moins probable</b>	<b>23%</b>	<b>23%</b>	18%	28%	17%	22%	39%	23%	23%	14%	28%
<b>NSP/Refus</b>	<b>15%</b>	<b>17%</b>	18%	13%	17%	17%	7%	13%	18%	10%	18%

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.

Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# RECOMMANDATION DE FAIRE UN DON DE SANG



MOYENNE /10



Mars 2021	Mars 2020
-----------	-----------

8,3   8,0

NPS score\*



Mars 2021	Mars 2020
-----------	-----------

+39   +35

**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?**

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\*\*)

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 ?

\*Net Promoter Score: Promoteurs % - Détracteurs % / \*\*En raison du nombre de répondants (n<10), les résultats ne sont pas présentés.

Base : Les répondants ayant déjà fait un don de sang en 2022: (n=93)/ en 2021: (n=95)



# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2. NOTORIÉTÉ D'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 en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

	NOTORIÉTÉ SPONTANÉE	NOTORIÉTÉ ASSISTÉE
--	---------------------	--------------------

	n =	303	303
<b>Héma-Québec</b>		<b>77%</b>	<b>89%</b>
Croix-Rouge Canadienne		5%	86%
Société canadienne du cancer		-	66%
Association d'anémie falciforme du Québec			26%
Société canadienne du sang		-	25%
Société de leucémie et lymphome du Canada		-	22%
Globule		-	20%
Plasmavie		-	9%
Fédération mondiale de l'hémophilie		-	7%
Autres		4%	-
Aucune		-	1%
Je ne sais pas		15%	1%

Notoriété totale

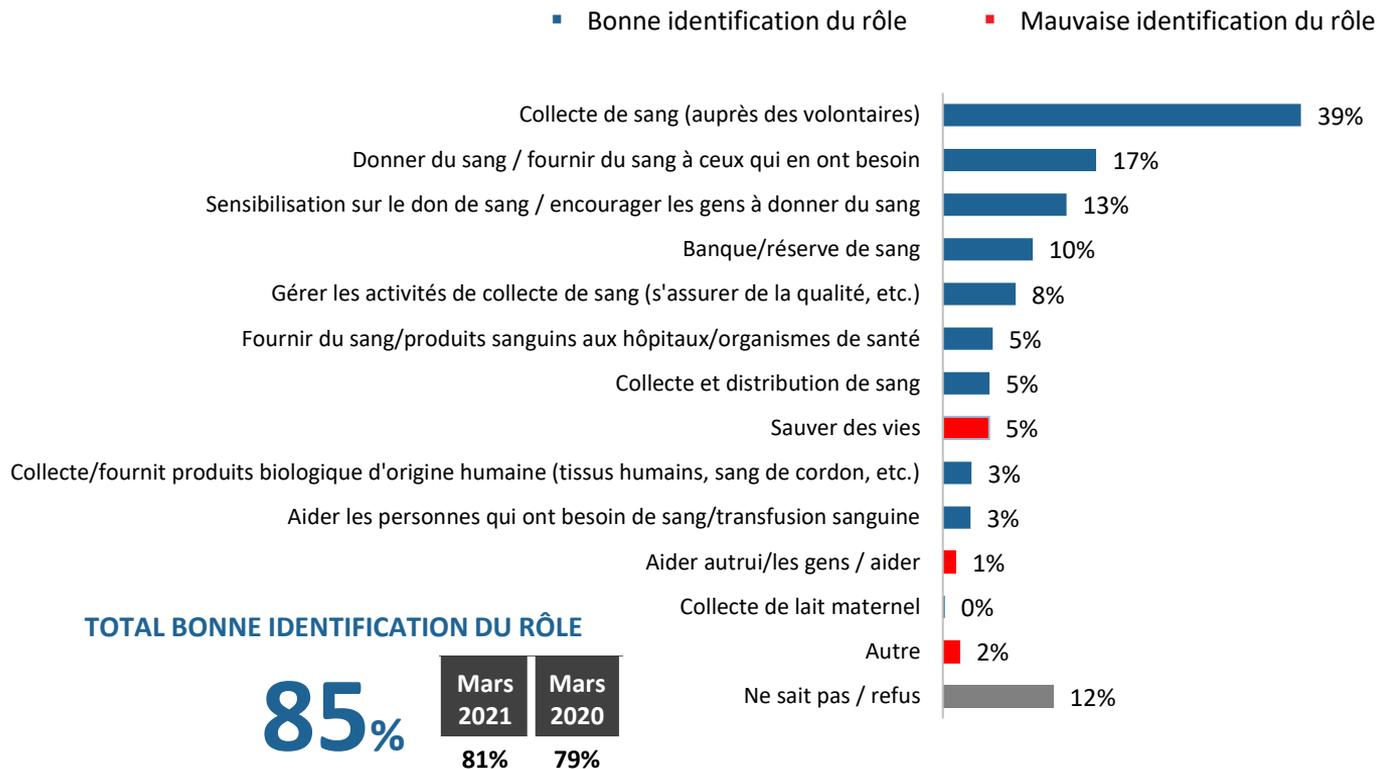
■ Oui ■ Non



Notoriété Héma-Québec	Total OUI	MARS 2021	Sexe		Statut matrimonial			Âge			Revenu				Déjà fait don de sang		
			Homme	Femme	Célibataire	Marié/Conjoint	Autres	18-34	35-54	55+	-40k	40-59k	60-79k	80-99k	100k+	Oui	Non
n=	303	300	98	205	127	142	29*	130	132	41	68	54	48	32	80	93	210
NOTORIÉTÉ SPONTANÉE	77%	76%	71%	82%	65%	86%	76%	74%	77%	82%	69%	61%	80%	81%	89%	71%	80%
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE	89%	88%	87%	91%	78%	97%	93%	85%	90%	98%	81%	87%	86%	98%	95%	91%	88%
NOTORIÉTÉ TOTALE	91%	90%	89%	93%	80%	98%	94%	85%	93%	98%	85%	87%	88%	98%	95%	94%	89%

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

# NOTORIÉTÉ DU RÔLE DE HÉMA-QUÉBEC



	MARS 2021	MARS 2020
n=	300	300
Collecte de sang (auprès des volontaires)	44%	46%
Donner du sang / fournir du sang à ceux qui en ont besoin	18%	10%
Sensibilisation sur le don de sang / encourager les gens à donner du sang	10%	10%
Banque/réserve de sang	7%	10%
Gérer les activités de collecte de sang (s'assurer de la qualité, etc.)	10%	9%
Fournir du sang/produits sanguins aux hôpitaux/organismes de santé	6%	11%
Collecte et distribution de sang	4%	4%
Sauver des vies	7%	3%
Collecte/fournit produits biologique d'origine humaine (tissus humains, sang de cordon, etc.)	5%	5%
Aider les personnes qui ont besoin de sang/transfusion sanguine	2%	7%
Aider autrui/les gens / aider	3%	5%
Collecte de lait maternel	1%	2%
Autre	0%	1%
Ne sait pas / refus	12%	15%

**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%.

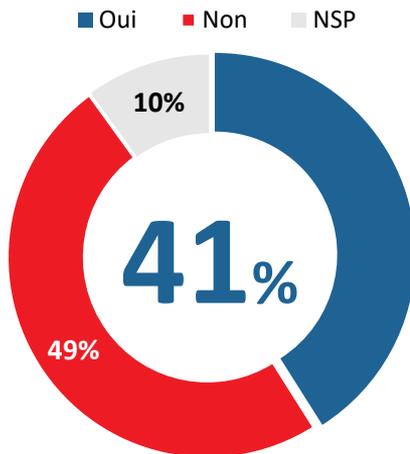
Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)



# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3. NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

# BRUIT PUBLICITAIRE\*



	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			Déjà fait don de sang		Connait Héma-Québec	
			Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non
	n= 303	300	98	205	130	132	41	93	210	276	27**
<b>Oui</b>	<b>41%</b>	<b>35%</b>	37%	44%	43%	38%	40%	53%	34%	44%	2%
<b>Non</b>	<b>49%↓</b>	<b>58%</b>	52%	46%	49%	48%	52%	39%	54%	47%	73%
<b>NSP</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>	11%	10%	8%	14%	8%	8%	11%	9%	25%

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

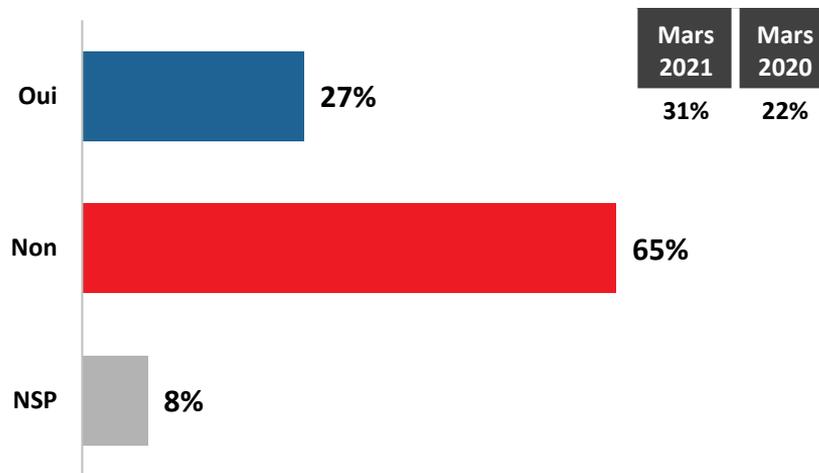
\*\*En raison du nombre de répondants (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE LA PUBLICITÉ DE HÉMA-QUÉBEC SUR YOUTUBE



Norme Léger : 10%-16%



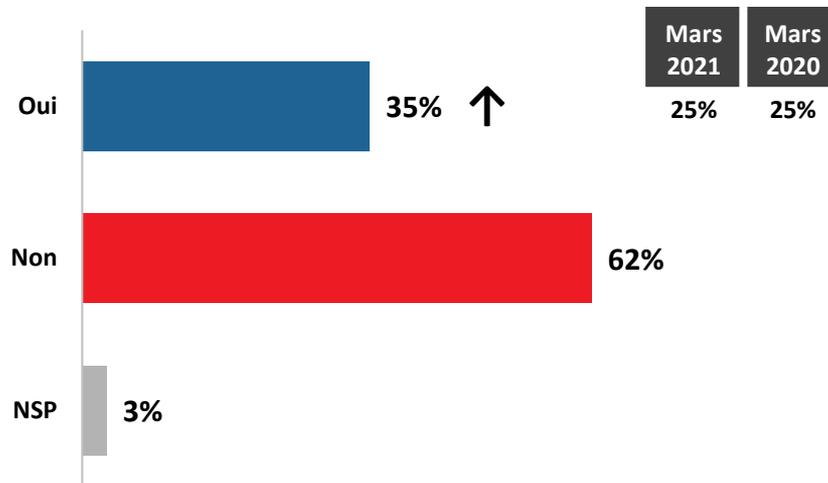
Q2A. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur YouTube ?

Base : Les répondants utilisant YouTube en 2022: (n=294)/ en 2021: (n=297)

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



Norme Léger : 10%-16%



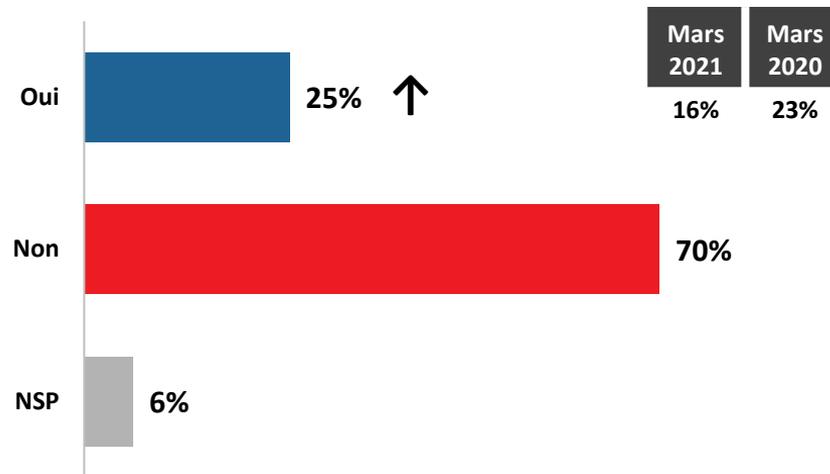
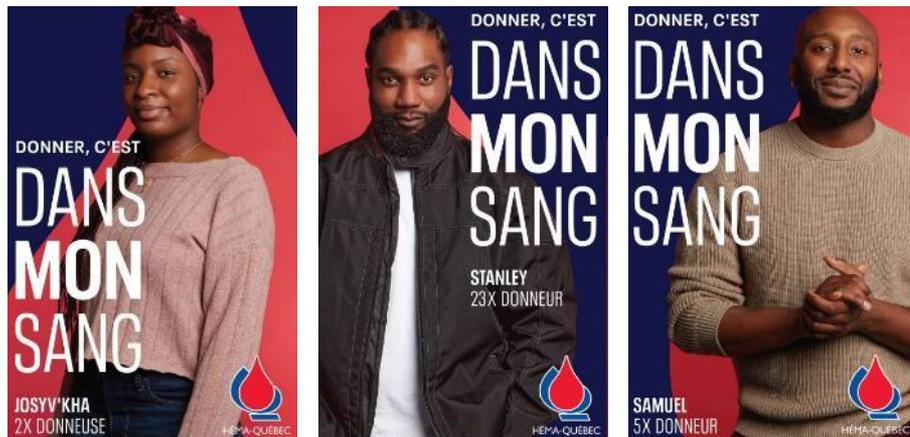
Q2B. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur les médias sociaux ?

Base : Les répondants utilisant Facebook ou Instagram en 2022: (n=264)/ en 2021: (n=287)

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



Norme Léger : 14%-20%



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 ? »

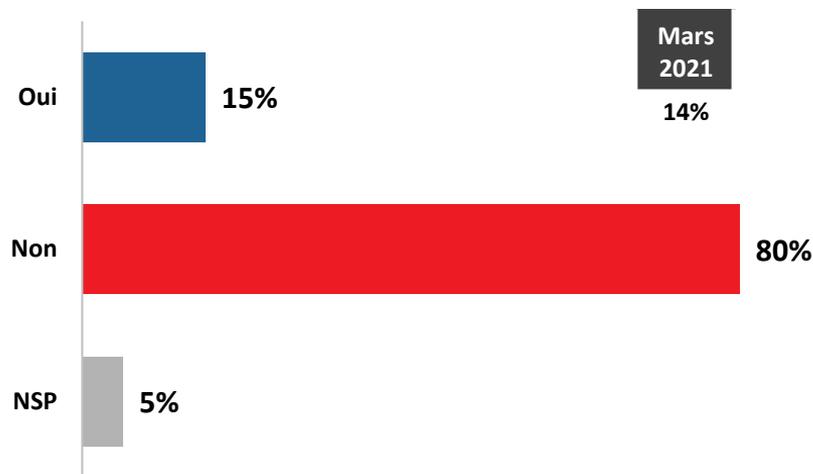
Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

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



La publicité audio suivantes ont été présentées aux répondants:  
**« 314 Hema Quebec Communaute Noire »**

Norme Léger : 20%-30%



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

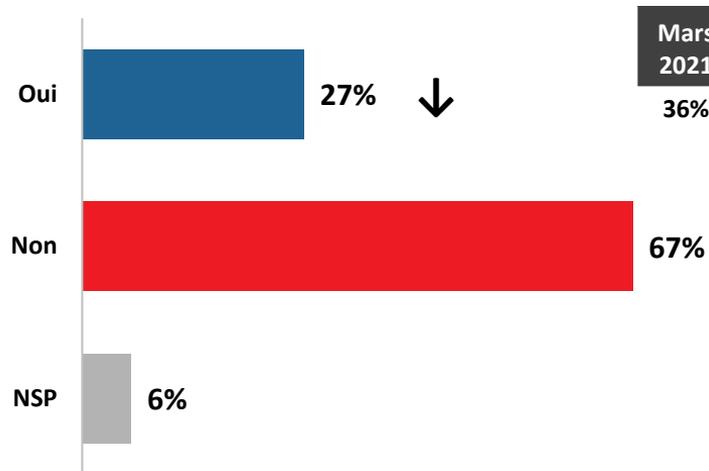
*Différentes versions de cette publicité ont été créées pour cette campagne, il se pourrait que vous ayez entendu une autre version de la publicité que celles présentées ici.*

\*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020. / Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

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



Norme Léger : 14%-20%

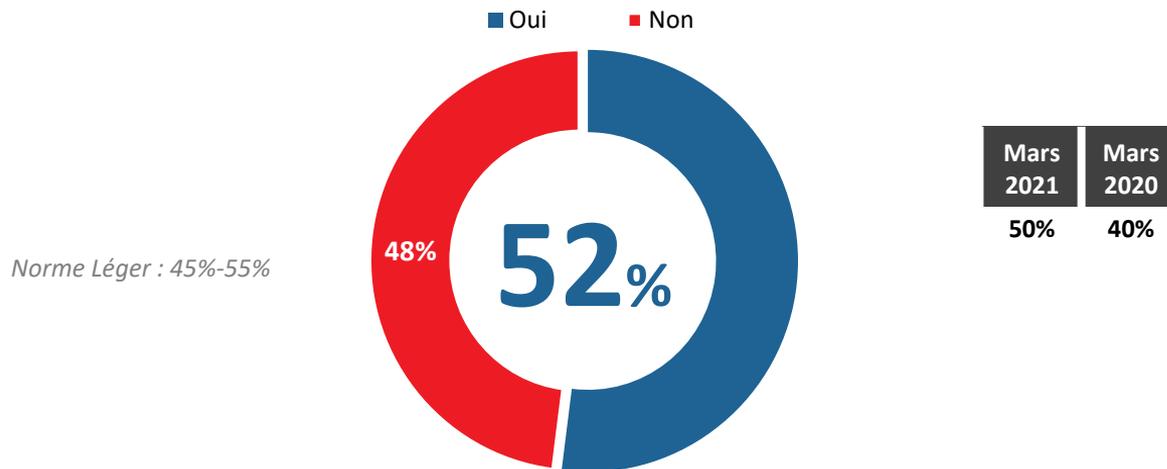


Q2F. Au cours des dernières semaines, avez-vous vu cette publicité sur le Web?\*

Différentes versions de cette publicité ont été créées pour cette campagne, il se pourrait que vous ayez vu une autre version de la publicité que celles présentées ici.

\*Nouvelle question en mars 2021. Aucune comparaison possible avec mars 2020. / Base : Tous les répondants en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# NOTORIÉTÉ PUBLICITAIRE TOTALE

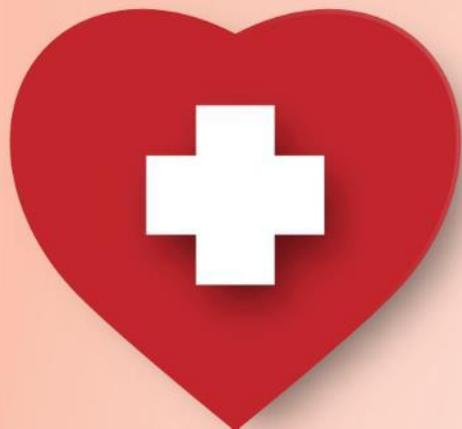


	n=	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			Scolarité			Langue maternelle		Déjà fait don de sang		Connait Héma-Québec	
				Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	FR	Autre	Oui	Non	Oui	Non
<b>Oui (a vu au moins une des publicités présentées)</b>	303	52%	50%	54%	51%	67%	43%	41%	50%	52%	53%	57%	47%	64%	46%	53%	41%
<b>Non</b>	300	48%	50%	46%	49%	33%	57%	59%	50%	48%	47%	43%	53%	36%	54%	47%	59%

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 en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

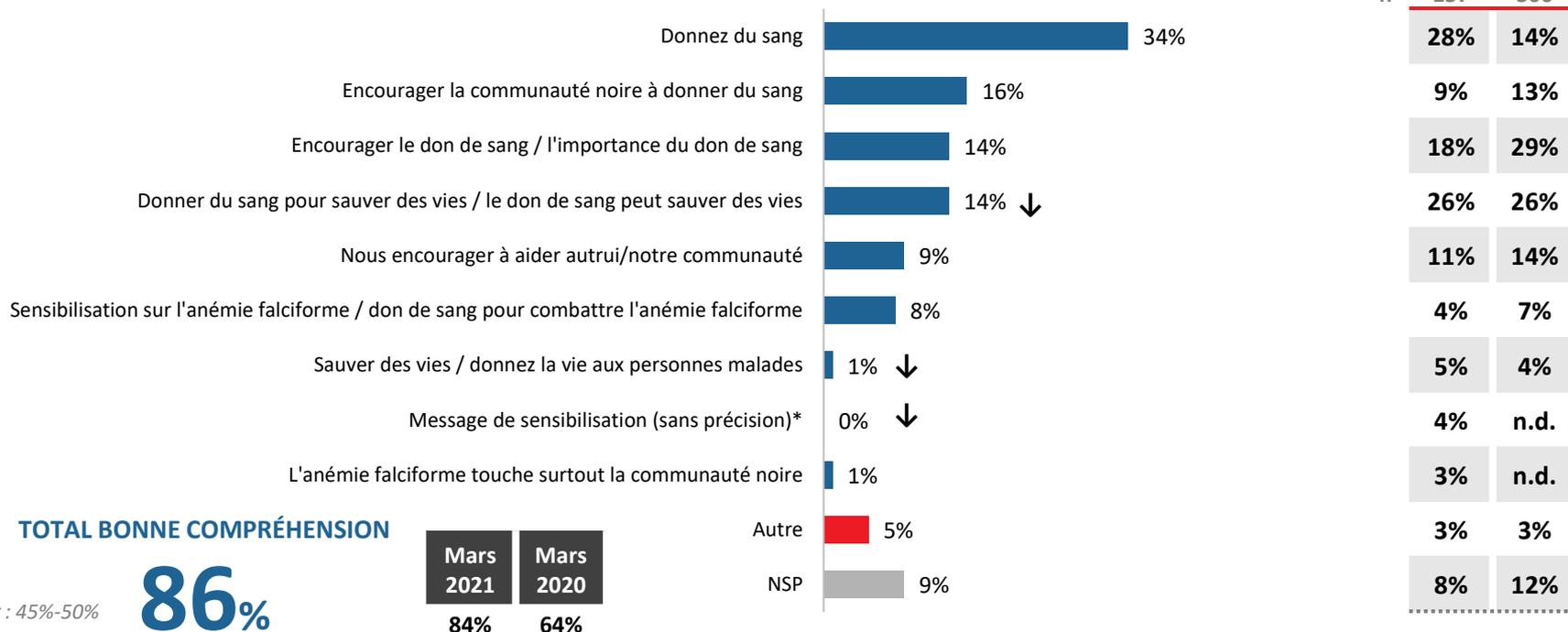


# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4. ÉVALUATION ET IMPACT DE LA CAMPAGNE

# COMPRÉHENSION DU MESSAGE

- Bonne compréhension du message
- Mauvaise compréhension du message



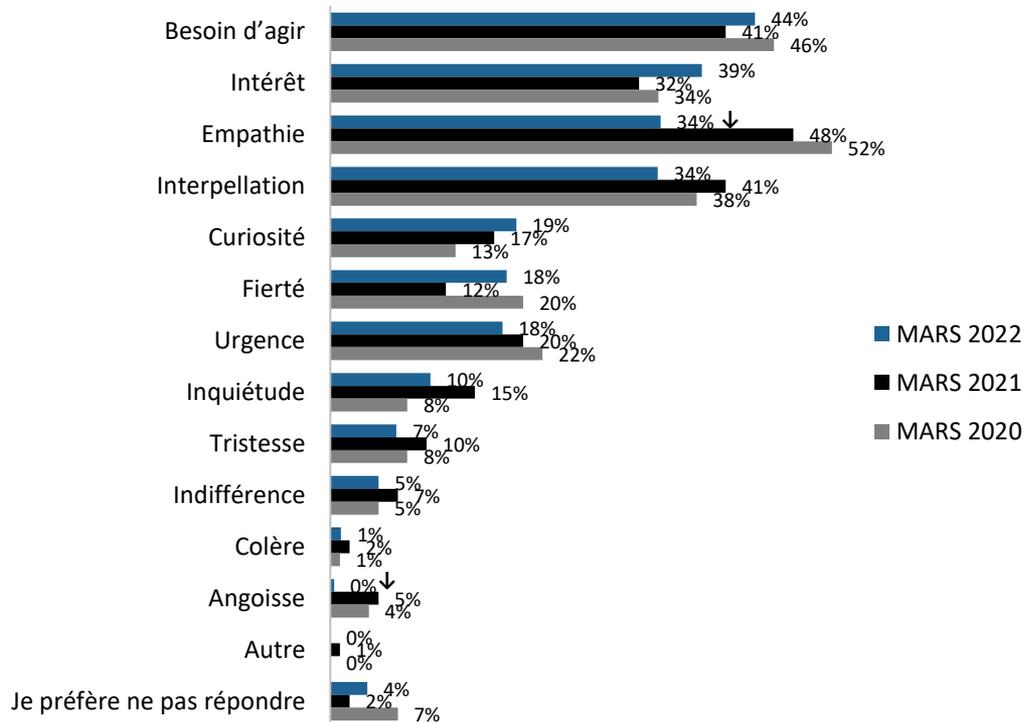
Q3. Selon vous, qu'est-ce qu'on a voulu vous dire dans ces publicités ? En d'autres mots, quel en était le message ?

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

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

Base : Les répondants qui ont vu au moins une publicité de la campagne en 2022: (n=158)/ en 2021: (n=157)

# 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 en 2022: (n=158)/ en 2021: (n=157)

# APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

■ NSP   ■ Pas apprécié (total 1-6)   ■ Neutre (total 7-8)   ■ Apprécié (total 9-10)



MOYENNE /10

8,3

Mars 2021   Mars 2020

8,1   8,3

Norme Léger : ≥7 sur 10

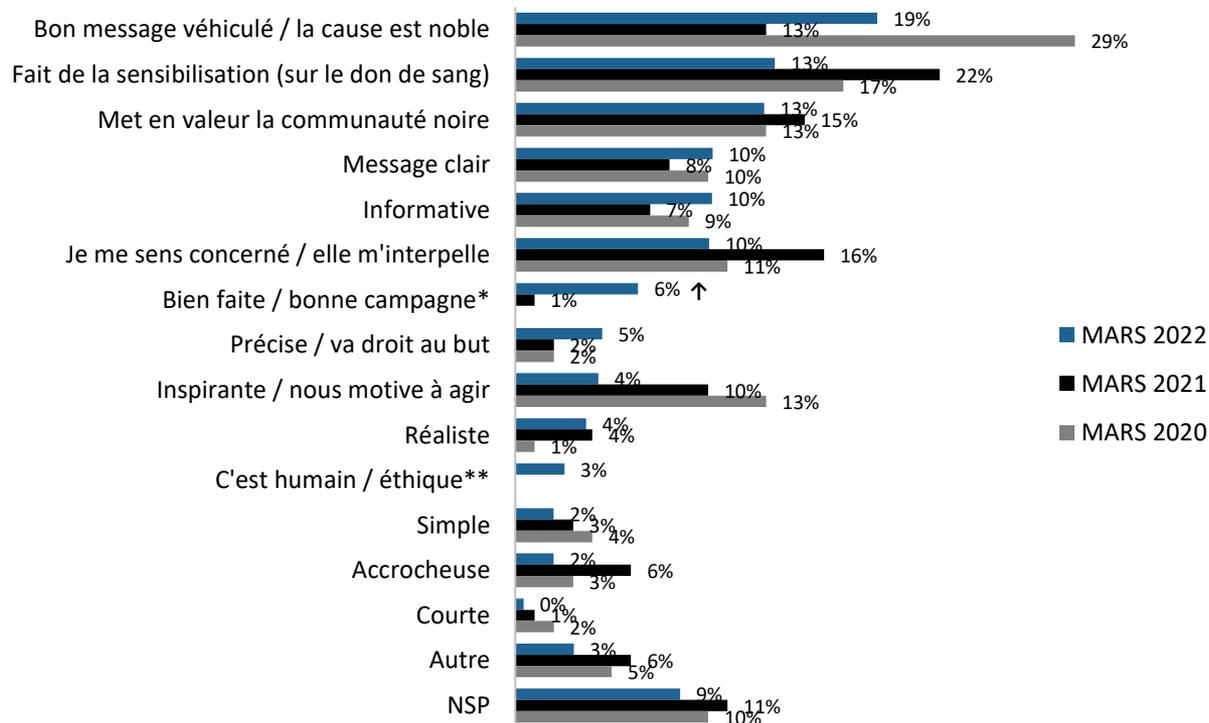
	Mars		Sexe		Âge			Scolarité			Revenu					Déjà fait don de sang		Connaît Héma-Québec		
	2022	2021	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	-40K	40-59K	60-79K	80-99K	100K+	Oui	Non	Oui	Non	
	n=	158	157	48	110	85	57	16*	21*	49	87	38	25*	23*	17*	43	58	100	148	10*
<b>Apprécié (9-10)</b>	<b>45%</b>	<b>42%</b>	43%	46%	38%	43%	68%	47%	62%	34%	64%	37%	27%	23%	47%	5%	11%	5%	54%	
<b>Neutre (7-8)</b>	<b>41%</b>	<b>42%</b>	43%	40%	41%	52%	21%	27%	33%	50%	27%	57%	52%	69%	33%	40%	43%	42%	34%	
<b>Pas apprécié (1-6)</b>	<b>9%</b>	<b>15%</b>	8%	9%	12%	4%	11%	11%	3%	11%	3%	3%	20%	4%	10%	51%	40%	48%	6%	
<b>NSP</b>	<b>5%</b>	<b>1%</b>	6%	5%	9%	1%	0%	15%	2%	4%	7%	3%	0%	4%	10%	4%	6%	5%	6%	
<b>Moyenne</b>	<b>8,3</b>	<b>8,1</b>	8,3	8,4	8,2	8,4	8,6	8,3	8,8	8,1	8,9	8,1	7,8	7,9	8,4	8,6	8,2	8,5	6,6	

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 en 2022: (n=158)/ en 2021: (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%.

\*Nouvelle mention en mars 2022. Aucune comparaison possible avec mars 2021 et 2020. /

Base : Les répondants qui ont apprécié la campagne en 2022: (n=137)/ en 2021: (n=134)

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

	Mars 2022	Mars 2021	Sexe		Âge			Présence d'enfants		Statut matrimonial			Déjà fait don de sang		
			H	F	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Célibataire	Marié/Conjoint	Autres	Oui	Non	
	n=	137	134	43	94	70	53	14**	71	64	56	69	11**	52	85
Bon message véhiculé / la cause est noble	19%	13%	24%	14%	25%	17%	6%	19%	19%	20%	21%	0%	27%	12%	
Fait de la sensibilisation (sur le don de sang)	13%	22%	11%	16%	12%	21%	0%	21%	7%	11%	16%	14%	9%	17%	
Met en valeur la communauté noire	13%	15%	8%	17%	15%	11%	11%	11%	13%	15%	12%	9%	11%	14%	
Message clair	10%	8%	13%	8%	15%	2%	13%	7%	13%	18%	2%	23%	4%	15%	
Informative	10%	7%	16%	5%	6%	9%	24%	4%	14%	8%	14%	0%	12%	9%	
Je me sens concerné / elle m'interpelle	10%	16%	4%	16%	8%	14%	7%	16%	6%	13%	9%	0%	10%	10%	
Bien faite / bonne campagne	6%	1%	5%	8%	8%	2%	11%	0%	12%	10%	3%	0%	10%	4%	
Précise / va droit au but	5%	2%	5%	4%	2%	5%	12%	4%	5%	2%	4%	20%	8%	2%	
Inspirante / nous motive à agir	4%	10%	5%	4%	6%	1%	6%	4%	4%	1%	6%	9%	7%	2%	
Réaliste	4%	4%	4%	4%	2%	0%	17%	1%	6%	3%	5%	0%	4%	3%	
C'est humain / éthique*	3%	n.d.	1%	4%	1%	6%	0%	3%	3%	0%	3%	10%	2%	3%	
Simple	2%	3%	0%	4%	2%	0%	7%	2%	2%	1%	1%	12%	0%	4%	
Accrocheuse	2%	6%	1%	2%	1%	2%	5%	3%	1%	1%	3%	0%	2%	2%	
Courte	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	
Autre	3%	6%	2%	4%	3%	5%	0%	6%	1%	1%	4%	5%	3%	3%	
Je ne sais pas / refus	9%	11%	7%	10%	5%	14%	6%	11%	7%	4%	12%	10%	6%	10%	

## 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 en 2022: (n=137)/ en 2021: (n=134)

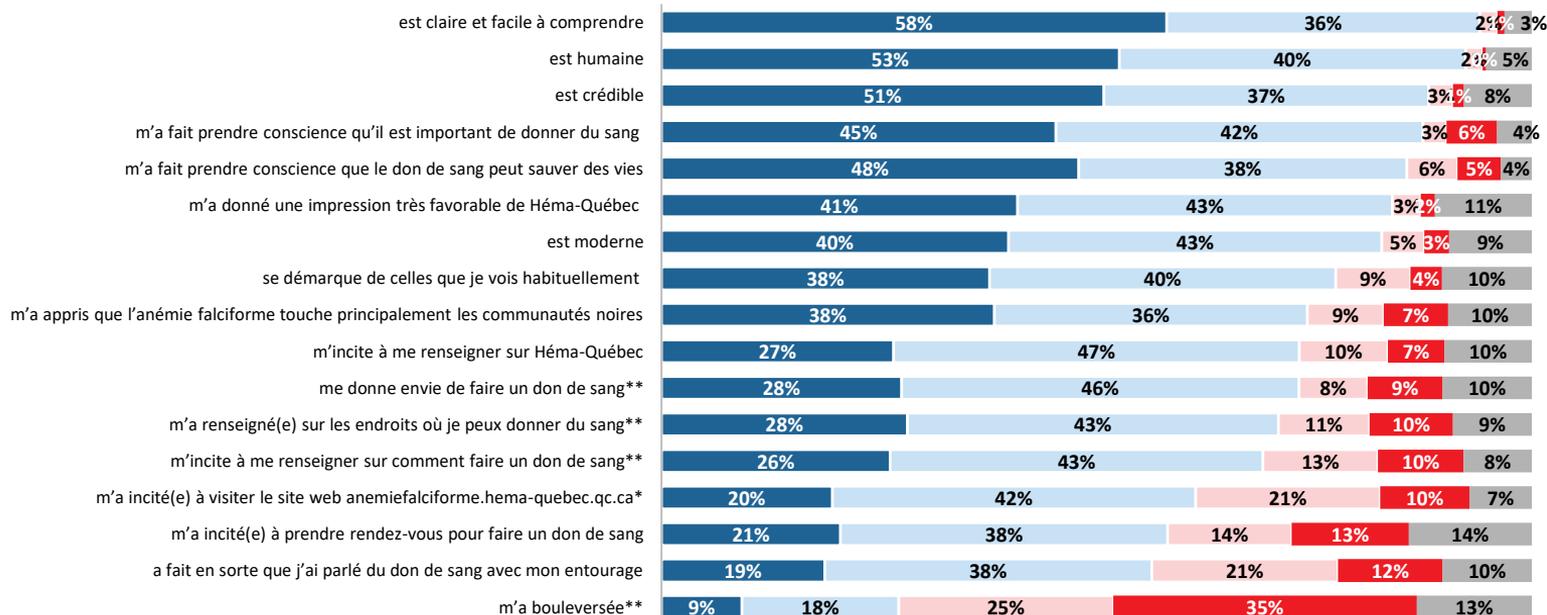
\*Nouvelle mention en mars 2022. Aucune comparaison possible avec mars 2021.

\*\*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 2022	MARS 2021	MARS 2020
n= 158	157	132
<b>94%</b>	89%	87%
<b>92%</b>	90%	90%
<b>88%</b>	88%	85%
<b>88%</b>	84%	81%
<b>86%</b>	87%	90%
<b>84%</b>	85%	87%
<b>83%</b>	84%	88%
<b>77%</b>	77%	81%
<b>74%</b>	77%	75%
<b>73%</b>	72%	76%
<b>73%</b>	73%	n.d.
<b>71%</b>	67%	n.d.
<b>69%</b>	69%	75%
<b>61%</b>	64%	64%
<b>58%</b>	66%	n.d.
<b>56%</b>	63%	66%
<b>27%</b>	37%	n.d.

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

\*En anglais: [sicklecellanemia.hema-quebec.qc.ca](http://sicklecellanemia.hema-quebec.qc.ca)

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

Base : Les répondants qui ont vu au moins une publicité de la campagne en 2022: (n=158)/ en 2021: (n=157)

# INTERPELLATION DE LA CAMPAGNE (2/2)

## CETTE CAMPAGNE PUBLICITAIRE...

% TOTAL ACCORD		Sexe		Âge			Scolarité			Langue maternelle		Revenu					Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang	
	Mars 2022	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	FR	Autre	-40K	40-59K	60-79K	80-99K	100K+	Oui	Non	Oui	Non
n=	158	48	110	85	57	16*	21*	49	87	87	71	38	25*	23*	17*	43	148	10*	58	100
... m'incite à prendre un rendez-vous pour faire un don de sang	<b>58%</b>	57%	59%	<b>49%</b>	<b>75%</b>	54%	<b>33%</b>	65%	62%	63%	52%	55%	54%	50%	<b>85%</b>	55%	<b>61%</b>	<b>27%</b>	67%	52%

### % TOTAL ACCORD (parmi ceux qui ont répondu « Je n'y ai jamais pensé » à Q13)

	Mars 2022
n=	29*
... m'incite à prendre un rendez-vous pour faire un don de sang	<b>65%</b>

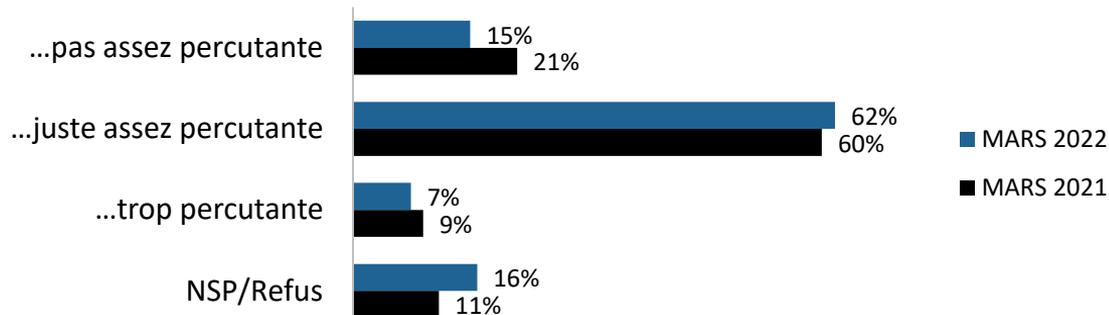
Q6. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants ?

\*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 en 2022: (n=158)

# IMPACT ÉMOTIONNEL DE LA CAMPAGNE

## CETTE CAMPAGNE PUBLICITAIRE EST-ELLE...



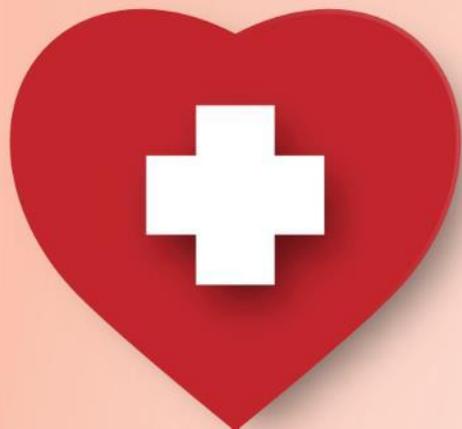
	Mars		Sexe			Âge			Scolarité			Langue maternelle		Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire		
	n=	Mars 2022	Mars 2021	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	FR	Autre	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	
... pas assez percutante	303	15%	300	21%	14%	16%	16%	9%	12%	13%	17%	12%	18%	15%	13%	21%	12%	12%	18%	
... juste assez percutante		62%		60%	57%	66%	59%	61%	68%	62%	64%	60%	62%	61%	65%	33%	62%	62%	68%	54%
... trop percutante		7%		9%	9%	6%	7%	10%	2%	3%	9%	8%	11%	4%	7%	9%	8%	7%	10%	4%
NSP/Refus		16%		11%	20%	12%	17%	12%	20%	23%	14%	15%	16%	16%	13%	46%	10%	19%	9%	23%

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 en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)



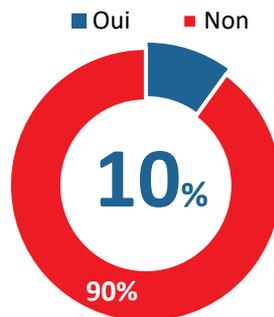
# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

5. NOTORIÉTÉ DU FESTIVAL FONDU AU NOIR

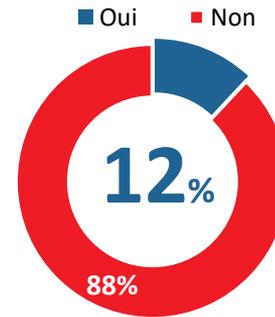
# NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DU FESTIVAL FONDU AU NOIR



Festival Fondu au noir  
tenu du 23 au 27 février 2022



Dre Yvette Bonny



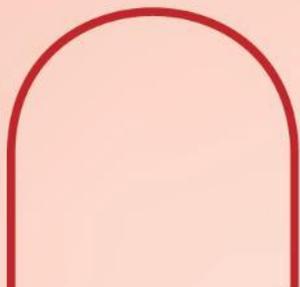
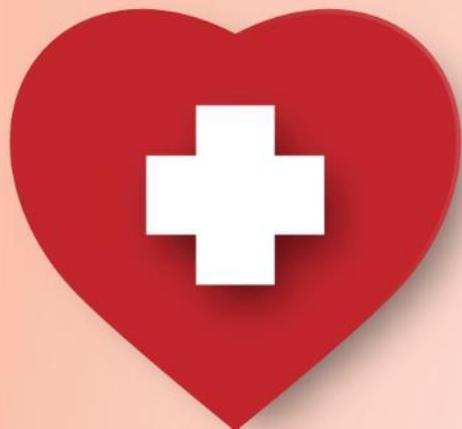
	Mars 2022	Sexe		Âge			Scolarité			Connait Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Primaire/Secondaire	Collégial	Universitaire	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
	n= 303	98	205	130	132	41	44	87	171	276	27**	93	210	158	145
<b>Festival Fondu au noir tenu du 23 au 27 février 2022</b>	<b>10%</b>	11%	10%	8%	11%	12%	22%	11%	6%	11%	5%	13%	9%	16%	4%
<b>Dre Yvette Bonny</b>	<b>12%</b>	12%	13%	9%	12%	20%	14%	14%	11%	13%	8%	18%	9%	13%	12%

Q20. Avez-vous déjà entendu parler de :\*

\*Nouvelle question en mars 2022. Aucune comparaison possible avec les vagues précédentes.

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

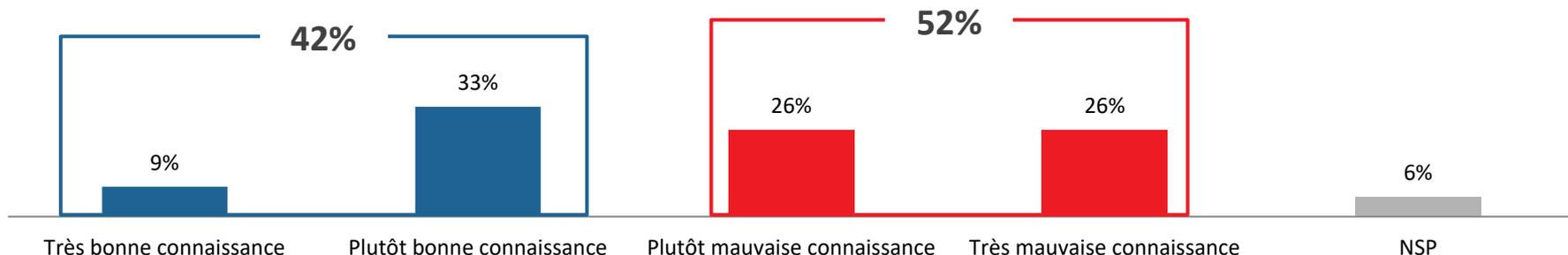
Base : Tous les répondants (n=303)



# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

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

# CONNAISSANCE AU SUJET DE L'ANÉMIE FALCIFORME



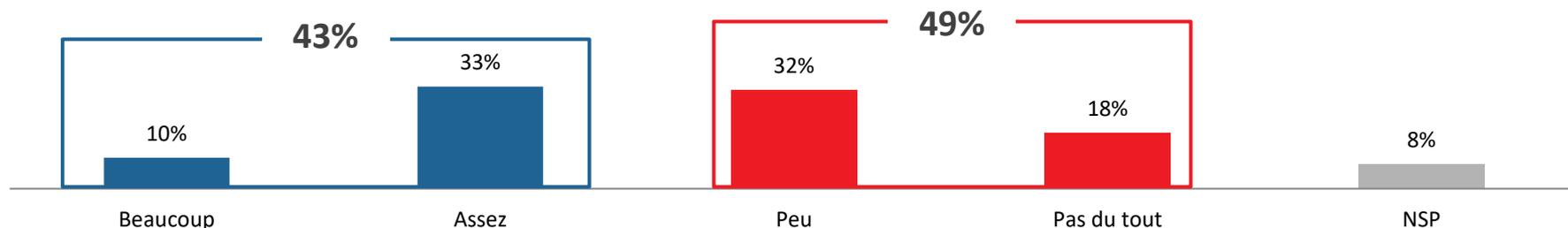
			Sexe		Âge			Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
	Mars 2022	Mars 2021	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
	n= 303	300	98	205	130	132	41	276	27**	93	210	158	145
<b>TOTAL BONNE CONNAISSANCE</b>	<b>42%</b>	<b>48%</b>	36%	47%	40%	42%	46%	44%	18%	55%	35%	51%	32%
Très bonne connaissance	9%	15%	9%	9%	6%	12%	11%	10%	0%	12%	7%	11%	7%
Plutôt bonne connaissance	33%	33%	27%	38%	34%	30%	35%	34%	18%	42%	28%	40%	25%
<b>TOTAL MAUVAISE CONNAISSANCE</b>	<b>52%</b>	<b>49%</b>	55%	49%	54%	50%	52%	51%	67%	42%	57%	44%	61%
Plutôt mauvaise connaissance	26%	26%	25%	28%	22%	33%	23%	26%	29%	24%	27%	22%	31%
Très mauvaise connaissance	26%	23%	31%	22%	33%	18%	29%	25%	38%	18%	30%	22%	30%
<b>NSP</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>	8%	3%	5%	7%	2%	5%	15%	3%	7%	5%	6%

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 en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

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



	Mars 2022		Mars 2021		Connaissance au sujet de l'anémie falciforme		Sexe		Âge			Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
	n=	303	300	Bonne	Mauvaise	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	
<b>TOTAL BEAUCOUP OU ASSEZ</b>	<b>43%</b>	<b>44%</b>	46%	51%	47%	40%	49%	41%	34%	42%	48%	43%	43%	50%	35%		
Beaucoup	10%	14%	47%	53%	12%	8%	11%	9%	8%	10%	10%	16%	7%	14%	5%		
Assez	33%	30%	46%	50%	35%	32%	37%	33%	26%	33%	38%	27%	36%	36%	30%		
<b>TOTAL PEU OU PAS DU TOUT</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>	40%	54%	46%	52%	44%	51%	57%	51%	39%	53%	48%	45%	55%		
Peu	32%	29%	43%	52%	31%	32%	33%	30%	33%	32%	28%	31%	32%	36%	27%		
Pas du tout	18%	20%	36%	58%	15%	20%	11%	21%	24%	18%	11%	22%	16%	9%	28%		
<b>NSP</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	30%	48%	7%	8%	7%	8%	9%	7%	13%	4%	9%	5%	10%		

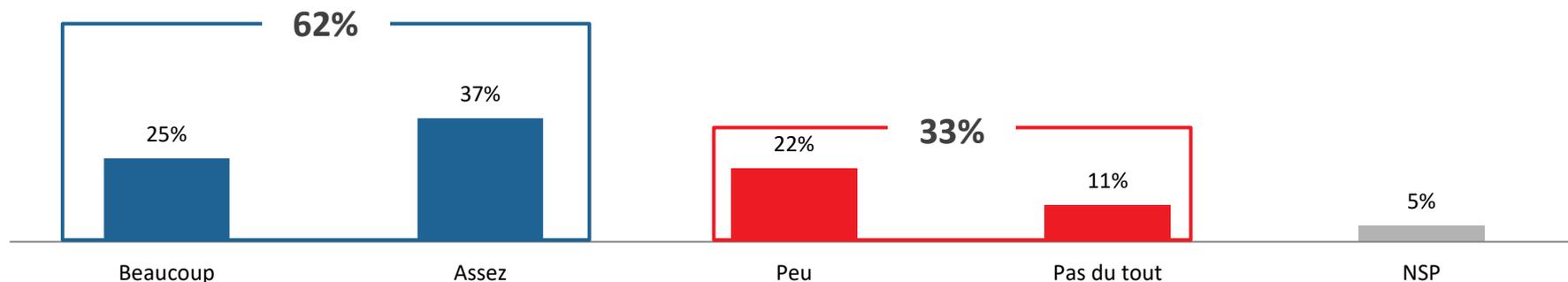
Q17. Dans quelle mesure cette campagne d'Héma-Québec vous a-t-elle fait découvrir de nouvelles informations au sujet de l'anémie falciforme?\*

\*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 en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# INTERPELLATION PAR LE SUJET DE L'ANÉMIE FALCIFORME



			Sexe		Âge			Connait Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
	Mars 2022	Mars 2021	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
	n=												
	303	300	98	205	130	132	41	276	27**	93	210	158	145
<b>TOTAL OUI</b>	<b>62%</b>	<b>67%</b>	57%	66%	54%	65%	70%	65%	25%	63%	61%	68%	55%
Beaucoup	25%	28%	23%	27%	16%	32%	30%	27%	2%	28%	24%	27%	23%
Assez	37%	39%	34%	39%	38%	34%	40%	38%	23%	35%	38%	41%	32%
<b>TOTAL NON</b>	<b>33%</b>	<b>27%</b>	37%	29%	41%	28%	25%	29%	69%	33%	33%	29%	37%
Peu	22%	19%	28%	16%	33%	14%	13%	19%	54%	20%	23%	23%	20%
Pas du tout	11%	9%	9%	13%	8%	14%	12%	11%	15%	13%	10%	6%	17%
<b>NSP</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	6%	5%	5%	6%	5%	5%	6%	5%	6%	3%	8%

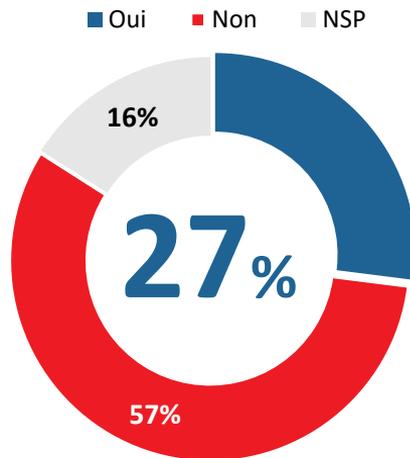
Q18. Dans quelle mesure vous êtes-vous senti(e) interpellé(e) par le sujet de l'anémie falciforme?\*

\*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 en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)

# PROCHES SOUFFRANT DE L'ANÉMIE FALCIFORME



	Mars 2022		Mars 2021		Sexe		Âge			Scolarité			Connaît Héma-Québec		Déjà fait don de sang		Exposition à la campagne publicitaire	
	n=	303	300	98	205	18-34	35-54	55+	44	87	171	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	
<b>Oui</b>		<b>27%</b>	<b>29%</b>	<b>18%</b>	<b>34%</b>	24%	30%	23%	19%	25%	30%	28%	16%	25%	28%	29%	24%	
<b>Non</b>		<b>57%</b>	<b>53%</b>	60%	54%	55%	56%	64%	54%	59%	56%	57%	57%	60%	56%	52%	63%	
<b>NSP</b>		<b>16%</b>	<b>18%</b>	21%	12%	21%	14%	13%	27%	16%	14%	15%	27%	15%	17%	19%	14%	

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 en 2022: (n=303)/ en 2021: (n=300)



# PROFIL DES RÉPONDANTS

# PROFIL DES RÉPONDANTS

Base : Tous les répondants

	TOTAL	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC
<b>SEXE</b>	n=303	276	27*
Homme	<b>47%</b>	46%	57%
Femme	<b>53%</b>	54%	43%
<b>ÂGE</b>			
18 à 34 ans	<b>40%</b>	<b>38%</b>	<b>64%</b>
35 à 54 ans	<b>40%</b>	41%	31%
55 ans et plus	<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>5%</b>
<b>LANGUE MATERNELLE</b>			
Français	<b>50%</b>	50%	48%
Anglais ou autre	<b>50%</b>	50%	52%
<b>SCOLARITÉ</b>			
Primaire / Secondaire	<b>16%</b>	<b>14%</b>	<b>45%</b>
Collégial	<b>27%</b>	28%	20%
Universitaire	<b>56%</b>	<b>58%</b>	<b>35%</b>
<b>RÉGION DE RÉSIDENCE</b>			
Montréal RMR	<b>86%</b>	87%	84%
Québec RMR	<b>4%</b>	5%	3%
Outaouais	<b>7%</b>	6%	13%
Estrie	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>

Base : Tous les répondants

	TOTAL	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC
<b>PRÉSENCE D'ENFANT(S) DANS LE MÉNAGE</b>	n=303	276	27*
Oui	<b>46%</b>	<b>48%</b>	<b>28%</b>
Non	<b>53%</b>	51%	69%
<b>REVENU</b>			
39 999 \$ et moins	<b>23%</b>	22%	38%
De 40 000 \$ à 59 999 \$	<b>17%</b>	16%	23%
De 60 000 \$ à 79 999 \$	<b>16%</b>	15%	20%
De 80 000 \$ à 99 999 \$	<b>11%</b>	<b>12%</b>	<b>2%</b>
100 000 \$ et plus	<b>27%</b>	28%	14%
<b>OCCUPATION</b>			
Employé(e) à temps plein	<b>59%</b>	60%	47%
Employé(e) à temps partiel	<b>10%</b>	9%	20%
À votre compte / travailleur autonome	<b>5%</b>	4%	10%
Étudiant(e)	<b>10%</b>	10%	12%
Au foyer	<b>1%</b>	1%	0%
Sans emploi	<b>4%</b>	3%	12%
Retraité(e)	<b>11%</b>	<b>12%</b>	<b>0%</b>

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

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

# PROFIL DES RÉPONDANTS

Base : Tous les répondants

	TOTAL	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC
<b>STATUT MARITAL</b>	n=303	276	27*
Célibataire	<b>39%</b>	<b>34%</b>	<b>83%</b>
Marié(e) ou conjoint(e) de fait	<b>48%</b>	<b>51%</b>	<b>10%</b>
Veuf(ve)	<b>2%</b>	2%	2%
Séparé(e)	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>0%</b>
Divorcé(e)	<b>8%</b>	8%	5%
<b>NÉ(E) AU CANADA</b>			
Oui	<b>35%</b>	33%	55%
Non	<b>64%</b>	66%	45%
<b>IMMIGRÉ AU CANADA (RÉPONDANT ET/OU PARENTS DU RÉPONDANT)</b>			
Oui	<b>90%</b>	91%	81%
Non	<b>9%</b>	8%	19%

Base : Tous les répondants

	TOTAL	CONNAIT HÉMA-QUÉBEC	NE CONNAIT PAS HÉMA- QUÉBEC
<b>PAYS/CONTINENT DE NAISSANCE</b>	n=189	176	13*
Afrique	<b>45%</b>	<b>43%</b>	<b>75%</b>
Haïti	<b>37%</b>	<b>39%</b>	<b>9%</b>
Jamaïque	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>
Autre	<b>13%</b>	12%	16%
<b>NOMBRE D'ANNÉES AU CANADA</b>			
Moins de 10 ans	<b>24%</b>	<b>21%</b>	<b>76%</b>
10 à 14 ans	<b>22%</b>	22%	10%
15 à 29 ans	<b>22%</b>	22%	14%
30 ans et plus	<b>28%</b>	<b>29%</b>	0%

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

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

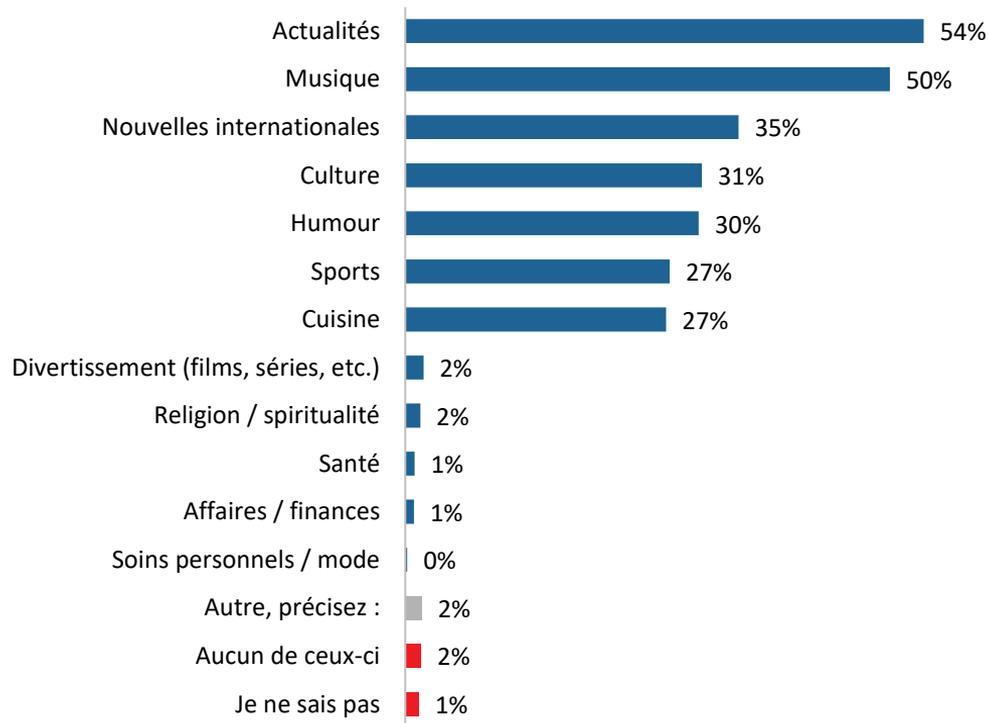
# UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

	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	<b>84%</b>	57%	24%	3%	<b>11%</b>	9%	2%	1%	0%	0%	<b>3%</b>	0%
Facebook	<b>75%</b>	51%	17%	7%	<b>7%</b>	5%	3%	2%	2%	2%	<b>12%</b>	1%
Instagram	<b>61%</b>	42%	17%	3%	<b>7%</b>	5%	2%	3%	1%	2%	<b>26%</b>	1%
TikTok	<b>34%</b>	17%	13%	4%	<b>8%</b>	7%	2%	4%	1%	3%	<b>49%</b>	1%
LinkedIn	<b>26%</b>	10%	9%	6%	<b>20%</b>	14%	5%	10%	1%	3%	<b>38%</b>	2%
Twitter	<b>28%</b>	13%	11%	4%	<b>12%</b>	9%	3%	7%	1%	3%	<b>48%</b>	1%
Balado (podcast)	<b>19%</b>	7%	9%	3%	<b>11%</b>	7%	4%	9%	1%	5%	<b>52%</b>	3%

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

Base : Tous les répondants (n=303)

# 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=303)



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*

