

Rapport

PROPENSION À ACCEPTER UNE AUGMENTATION DE LA FACTURE D'ÉLECTRICITÉ SI LE PROJET GNL QUÉBEC/GAZODUQ DEVAIT SE RÉALISER

Sondage auprès des Québécoises et Québécois

Rapport préparé pour :



DATE 2021-04-19 NUMÉRO DE PROJET 16239-003





APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

Léger a été mandaté par Nature Québec, Greenpeace, Équiterre, la Fondation David Suzuki, La Coalition Fjord, le Regroupement vigilance hydrocarbure Québec et la Coalition anti-pipeline Rouyn Noranda afin de mesurer la propension à accepter une augmentation de la facture d'électricité si le projet GNL Québec/Gazoduc devait se réaliser.

MÉTHODE	Un sondage Web a été réalisé auprès de 1 003 Québécois(es) pouvant s'exprimer en français ou en anglais.
QUAND ?	Les données ont été collectées du 16 au 18 avril 2021 .
MARGE D'ERREUR	Il n'est pas possible de calculer une marge d'erreur sur un échantillon tiré d'un panel, mais à titre comparatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 003 répondants est de $\pm 3,1\%$, et ce 19 fois sur 20.
PONDÉRATION	Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la langue maternelle, de la région, du niveau de scolarité, de la présence d'enfants dans le ménage afin d'assurer un échantillon représentatif de la population québécoise.
DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES	Les nombres en caractères gras et rouges indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères gras et verts indiquent une différence significative statistiquement supérieure par rapport au complément.

NOTES AUX LECTEURS

NSP

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

ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.



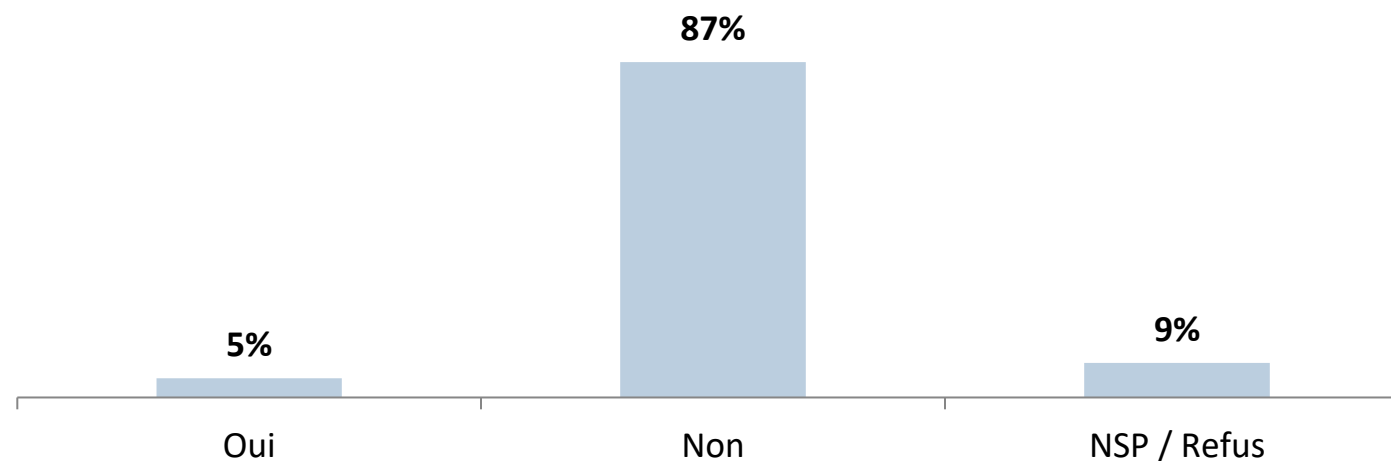
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

NOTORIÉTÉ DU PROJET GNL QUÉBEC/GAZODUQ

Q. Si le projet GNL Québec/Gazoduq devait se réaliser, seriez-vous prêt à accepter une augmentation de votre facture d'électricité qui pourrait en résulter ? *

Base : Tous les répondants

■ Avril 2021 (n=1 003)



	Avril 2021	SEXE		ÂGE			LANGUE		RÉGION		
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco	Non-franco	Mtl RMR	Qc RMR	Autre
	n= 1 003	453	550	315	337	351	787	215	401	301	301
Oui	5%	7%	2%	6%	4%	4%	5%	4%	6%	5%	3%
Non	87%	85%	88%	85%	85%	89%	88%	82%	84%	86%	89%
NSP / Refus	9%	8%	9%	9%	11%	7%	7%	14%	10%	9%	8%



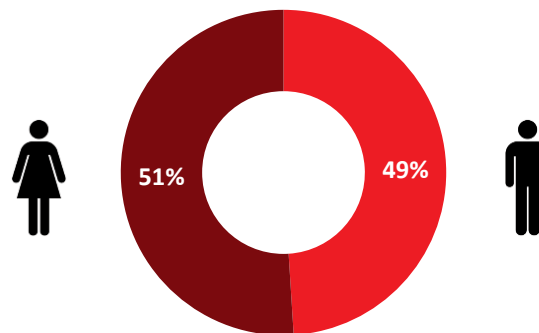
PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS (1/2)

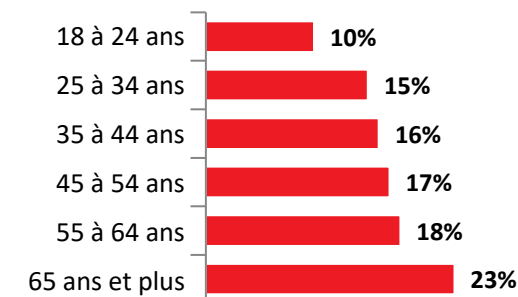


Québec	
Montréal RMR	50%
Québec RMR	10%
Autre	40%
Est	8%
Centre	15%
Ouest	17%

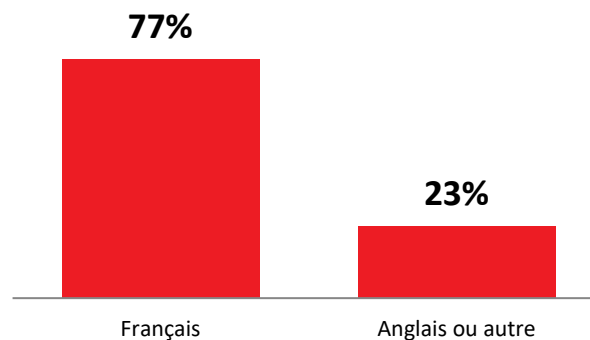
RÉGION



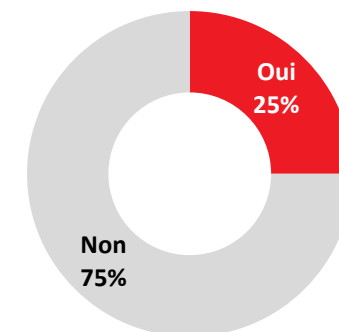
GENRE



ÂGE

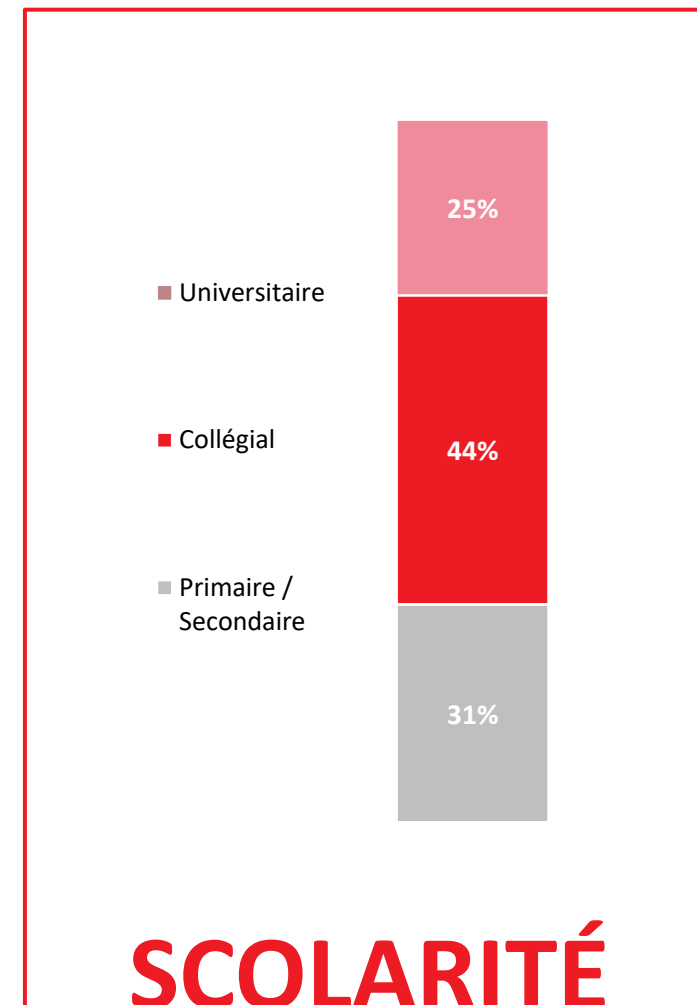
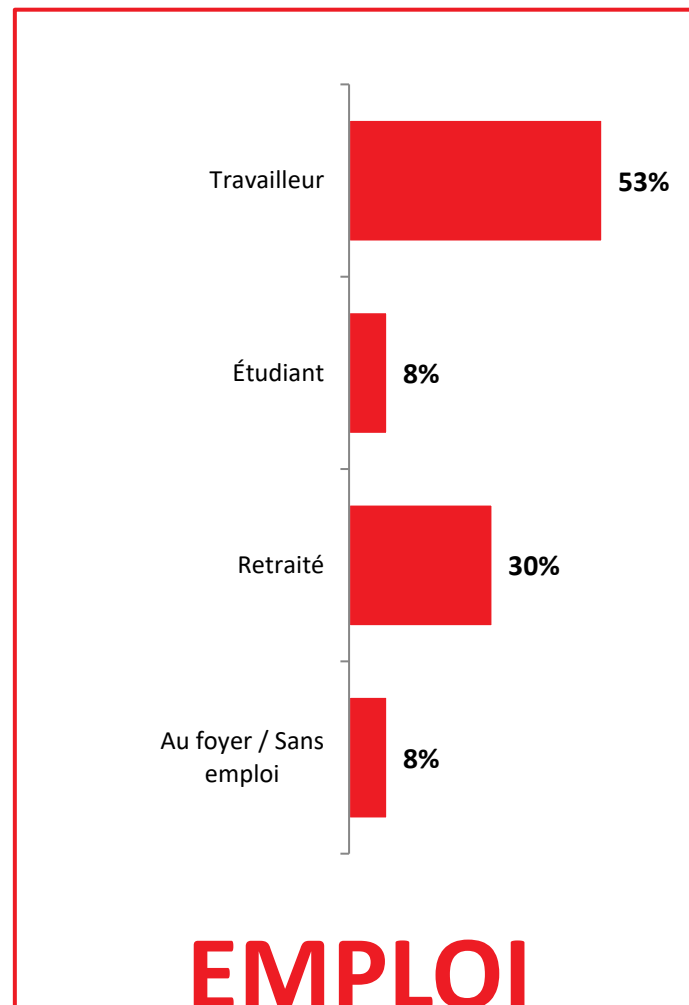
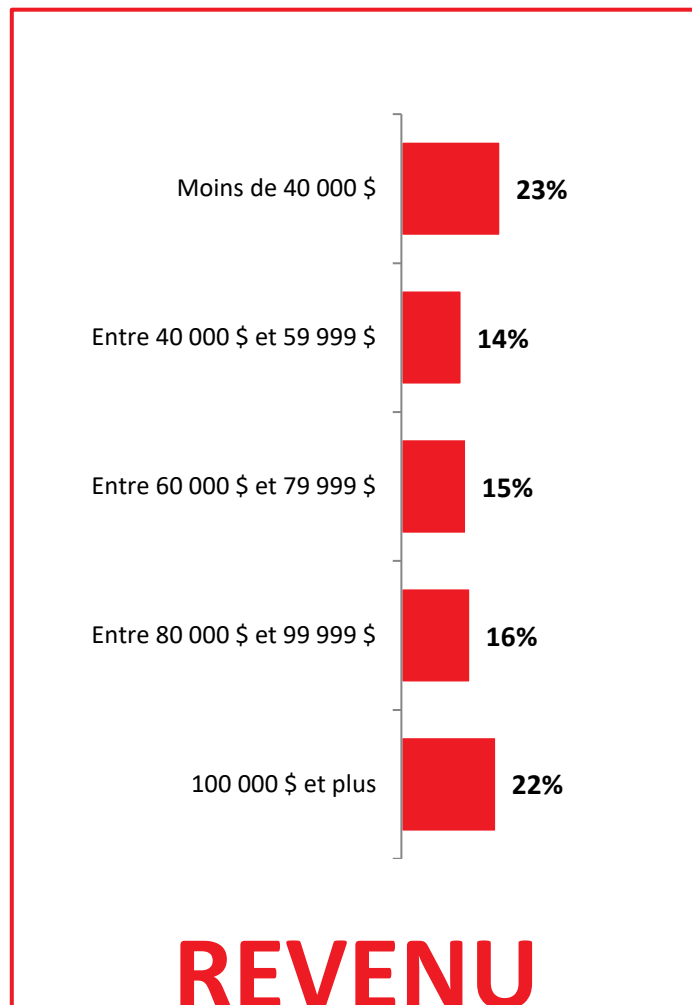


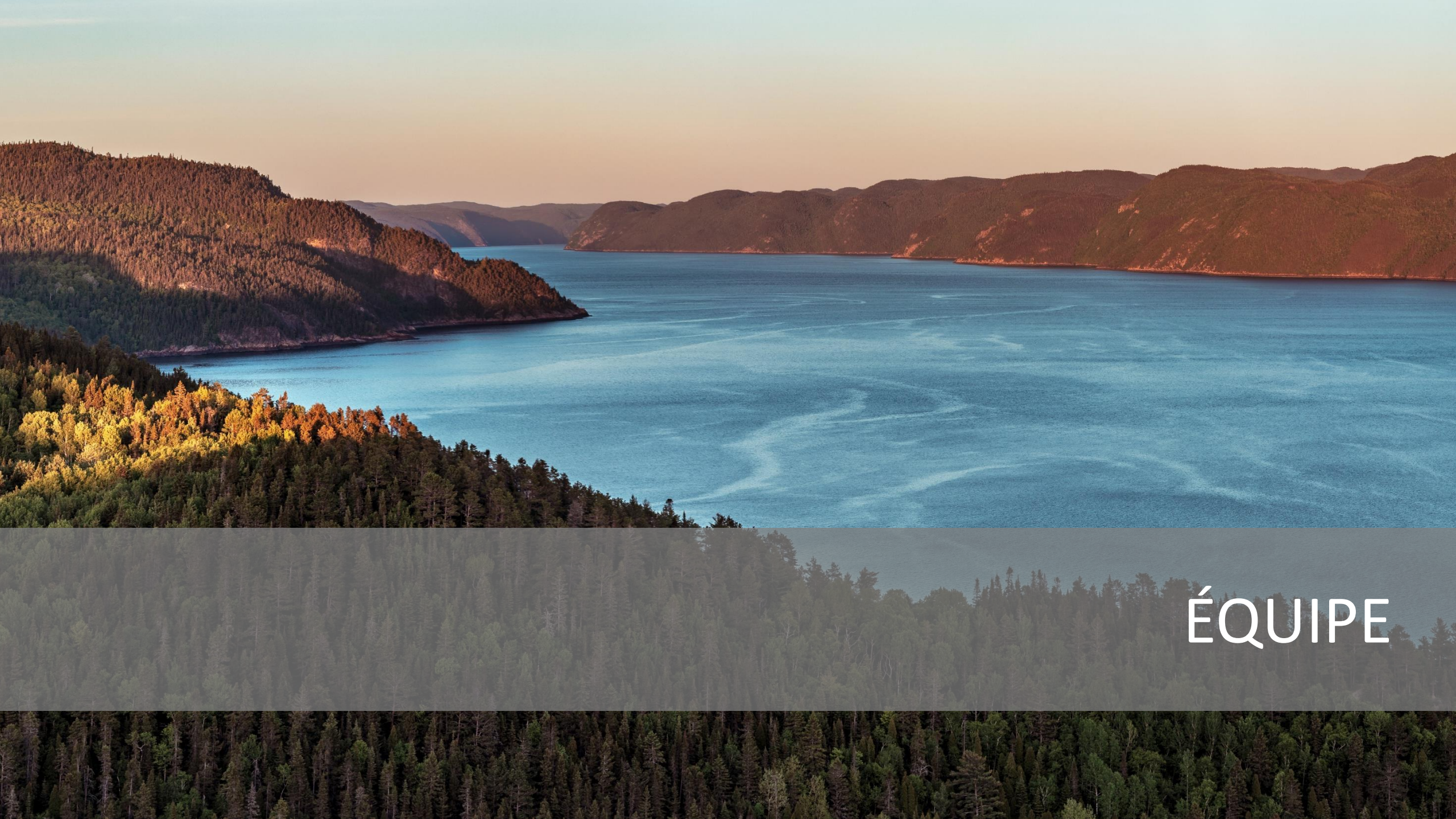
LANGUE



ENFANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS (2/2)





ÉQUIPE

ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

Éric Normandeau

Directeur de recherche sénior

 enormandeau@leger360.com

 514-982-2464 poste 3106

Équipe projet

Eric Normandeau, Directeur de recherche sénior

Roxanne Bazinet, Analyste sénior

Catherine Maertens, Analyste de recherche

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.

Léger

Comprendre le monde

