

# Rapport

## Résultats de l'omnibus au Québec

6 septembre 2023

# Léger

---

*Comprendre le monde*



MÉTHODOLOGIE

## Méthodologie



Sondage en ligne réalisé à l'aide du système d'entrevues en ligne assistées par ordinateur (technologie CAWI).



La collecte des données s'est déroulée du 25 au 27 août 2023.



1 000 Québécois âgés de 18 ans ou plus, recrutés aléatoirement au sein de LEO, le panel en ligne de Léger.



Aucune marge d'erreur ne peut être associée à un échantillon non probabiliste (panel Web dans le cas présent). Toutefois, à des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de 1 000 répondants aurait une marge d'erreur de  $\pm 3,1$  %, 19 fois sur 20.



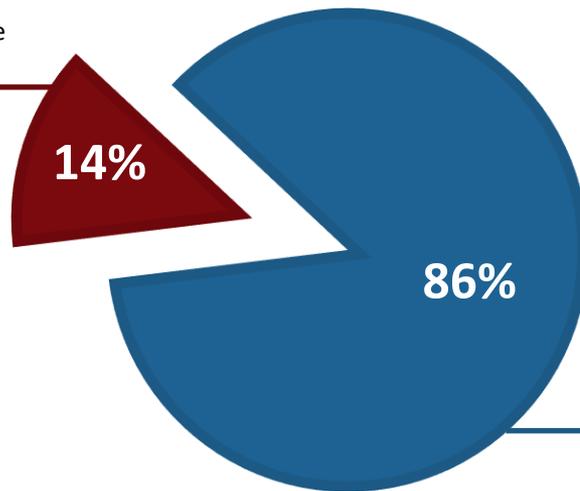
Lorsque pertinent, une comparaison entre les résultats de différents sous-groupes est affichée. Les résultats en **vert** indiquent un % significativement plus élevé que le(s) résultat(s) adjacent(s), alors que les résultats en **rouge** indiquent un % significativement inférieur aux résultat(s) adjacent(s). Les différences significatives sont rapportées à un intervalle de confiance de 95 %.



# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

**Un peu moins de neuf Québécois sur dix pensent que les compagnies pétrolières et gazières doivent être réglementées pour limiter leur pollution par le carbone.**

Les sociétés pétrolières et gazières **réduiront volontairement leurs émissions de gaz à effet de serre** sans que ce soit réglementé par le gouvernement



Les sociétés pétrolières et gazières **doivent être réglementées pour assurer qu'elles limitent leur pollution par le carbone**

**CCI 1** Le gouvernement fédéral a proposé de réglementer les émissions du secteur pétrolier et gazier. Certains disent qu'une telle mesure est nécessaire parce que les émissions de pétrole et de gaz sont l'une des sources de pollution par le carbone les plus importantes et dont la croissance est la plus rapide au Canada. D'autres se sont opposés à ce changement, estimant qu'il n'est pas nécessaire de réglementer le secteur. Lequel de ces points de vue se rapproche le plus de votre propre opinion?  
 Base : Ensemble des Québécois (n=1 000)



# PROFIL DES RÉPONDANTS

## Profil des répondants – Québec

	n = 1 000
<b>Genre</b>	
Hommes	49%
Femmes	51%
<b>Âge</b>	
De 18 à 24 ans	9%
De 25 à 34 ans	16%
De 35 à 44 ans	16%
De 45 à 54 ans	15%
De 55 à 64 ans	18%
65 ans ou plus	26%
<b>Langue maternelle</b>	
Français	75%
Anglais	17%
Autre	8%
<b>Région</b>	
Mtl RMR	50%
Qc RMR	10%
Total Autre :	40%
Est	8%
Centre	15%
Ouest	17%

	n = 1 000
<b>Scolarité</b>	
Secondaire ou moins	32%
Collégiale	40%
Universitaire	28%
<b>Occupation</b>	
Travailleurs	55%
Étudiants	6%
Retraités	32%
Au foyer / sans emploi	7%
<b>Milieu de vie</b>	
Urbain	39%
Banlieue	40%
Rural	19%
<b>Revenu-ménage</b>	
Moins de 40 000 \$	20%
De 40 000 \$ à 59 999 \$	18%
De 60 000 \$ à 79 999 \$	15%
De 80 000 \$ à 99 999 \$	13%
100 000 \$ ou plus	27%
<b>Ménage avec enfants</b>	
Oui	24%
Non	76%

## NOS SERVICES

- **Léger**  
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**  
VOC Mesure de satisfaction continue en temps réel
- **Léger Analytique (LEA)**  
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**  
Gestion de panel
- **Léger Communauté**  
Gestion de communautés en ligne
- **Léger DGTL**  
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**  
Worldwide Independent Network (WIN)

**600**  
EMPLOYÉS



**185**  
CONSULTANTS



**8**  
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG  
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | NEW YORK

## 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*

