

Rapport

NOTORIÉTÉ ET PERCEPTION DU PROJET GNL QUÉBEC/GAZODUQ

Sondage auprès des Québécoises et
Québécois



DATE 24/11/2020 NUMÉRO DE PROJET 16239-001





APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

Nature Québec, Équiterre, Greenpeace, Eau Secours, la Coalition étudiante pour un virage environnemental et social (CEVES) et le Regroupement vigilance hydrocarbure Québec (RVHQ) ont mandaté Léger afin d'effectuer un sondage auprès de la population québécoise portant sur leur opinion envers le projet GNL Québec/Gazoduc. Les résultats de ce sondage permettront de bien comprendre les perceptions des Québécois(es) sur cet enjeu.

Un **sondage web** a été réalisé du **20 au 22 novembre 2020** auprès de **1 000 Québécois(es)**, âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

À l'aide des données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue maternelle, la région, le niveau d'éducation ainsi que la présence d'enfants dans le ménage afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

À titre comparatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 000 répondants est de **± 3,1%**, et ce, 19 fois sur 20.

Notes pour la lecture du rapport :

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

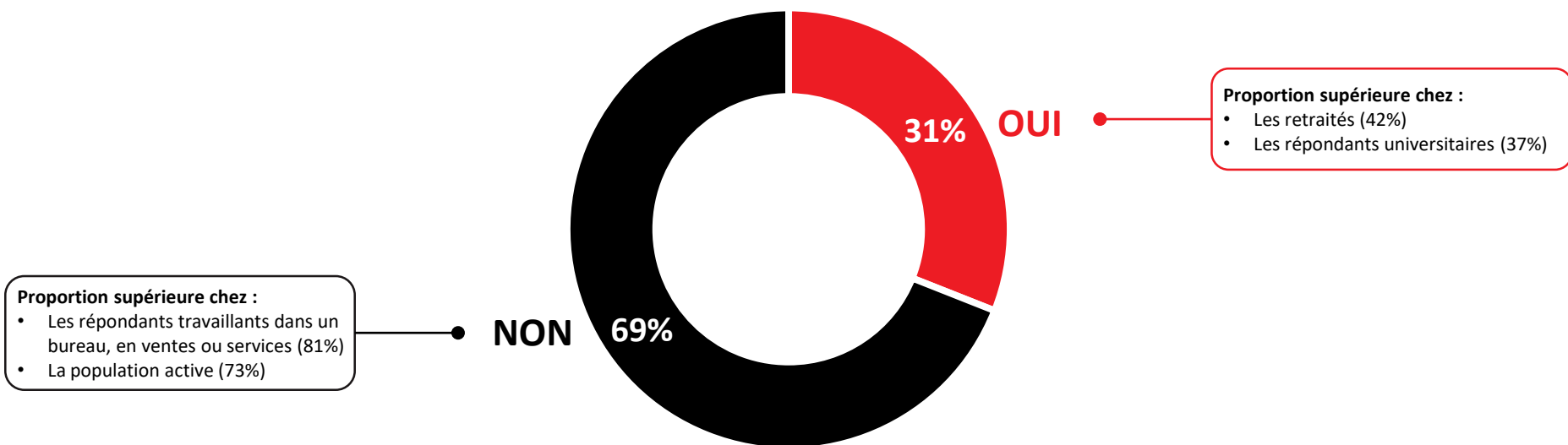


RÉSULTATS DÉTAILLÉS

NOTORIÉTÉ DU PROJET GNL QUÉBEC/GAZODUQ

QNQ1. Au cours des derniers mois, avez-vous entendu parler du projet GNL Québec/Gazoduq?

Base : Tous les répondants (n=1 000)

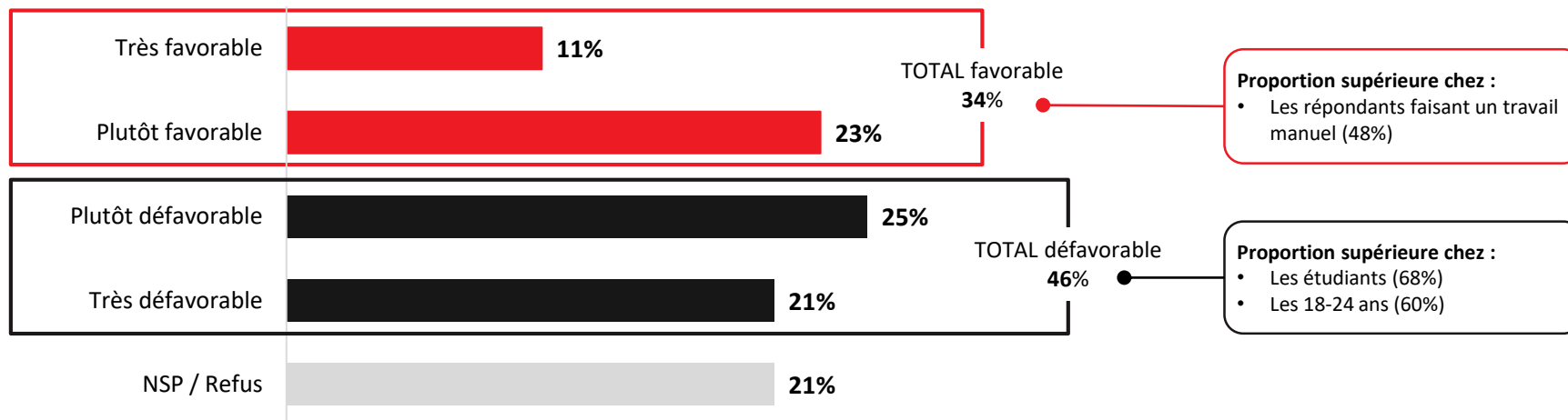


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	1 000	498	502	255	373	372	400	300	300	814	185
Oui	31%	42%	20%	22%	27%	40%	26%	36%	35%	36%	13%
Non	69%	58%	80%	78%	73%	60%	74%	64%	65%	64%	87%

OPINION DES QUÉBÉCOIS(ES) ENVERS LE PROJET GNL QUÉBEC/GAZODUQ

QNQ2. Le projet GNL Québec/Gazoduq est un projet d'exportation de gaz de l'Ouest canadien qui serait transporté par un pipeline en traversant le Québec de l'Abitibi jusqu'au Saguenay, puis acheminé outre-mer par des navires, qui passeraient sur le fjord du Saguenay et sur le fleuve Saint-Laurent. Êtes-vous favorable ou défavorable à ce projet?

Base : Tous les répondants (n= 1 000)

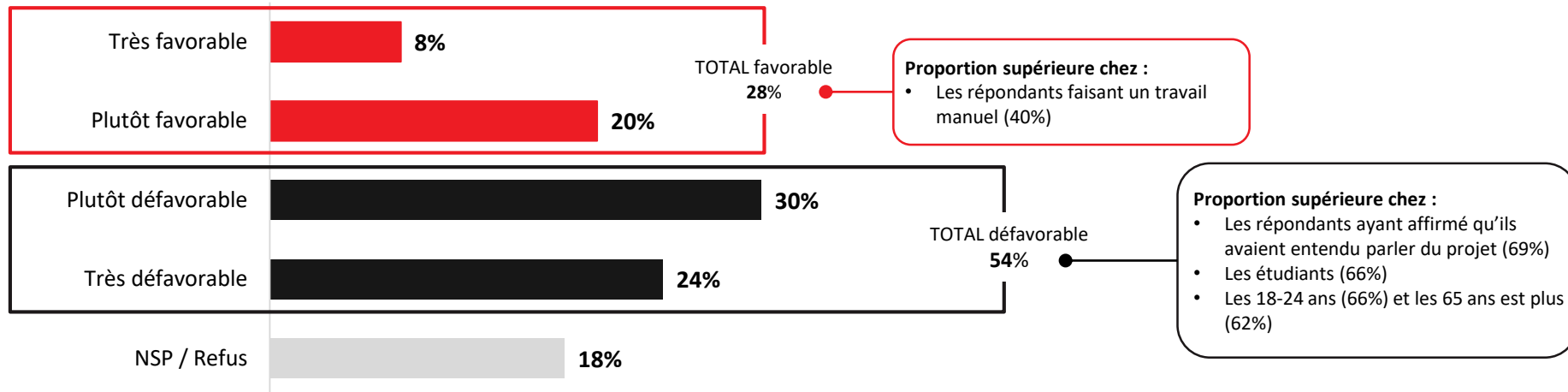


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Notoriété GNL Québec/Gazoduq	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Oui	Non
	n= 1 000	498	502	255	373	372	400	300	300	814	185	332	668
TOTAL FAVORABLE	34%	44%	24%	25%	38%	35%	29%	38%	39%	32%	40%	42%	30%
Très favorable	11%	17%	5%	7%	14%	11%	7%	14%	15%	11%	11%	16%	8%
Plutôt favorable	23%	27%	19%	18%	24%	25%	22%	24%	24%	21%	29%	25%	22%
TOTAL DÉFAVORABLE	46%	44%	47%	50%	37%	50%	50%	42%	41%	49%	35%	52%	43%
Plutôt défavorable	25%	25%	25%	26%	20%	29%	27%	25%	23%	27%	19%	25%	25%
Très défavorable	21%	19%	22%	25%	17%	21%	23%	17%	18%	22%	16%	27%	18%
Ne sait pas / refus	21%	12%	29%	24%	25%	15%	21%	20%	20%	19%	26%	7%	27%

OPINION DES QUÉBÉCOIS(ES) ENVERS LA PARTICIPATION FINANCIÈRE DES GOUVERNEMENTS DANS LE PROJET

QNQ3. Êtes-vous favorable ou défavorable à une participation financière des gouvernements dans ce projet?

Base : Tous les répondants (n=1 000)



	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Opinion envers le projet	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Favorable	Défavorable
	n= 1 000	498	502	255	373	372	400	300	300	814	185	336	466
TOTAL FAVORABLE	28%	34%	22%	24%	30%	28%	25%	32%	30%	25%	36%	70%	3%
Très favorable	8%	11%	5%	6%	9%	7%	5%	9%	11%	8%	8%	22%	0%
Plutôt favorable	20%	23%	17%	18%	20%	21%	20%	23%	20%	18%	28%	48%	3%
TOTAL DÉFAVORABLE	54%	55%	54%	57%	47%	59%	56%	53%	53%	58%	41%	25%	94%
Plutôt défavorable	30%	29%	31%	31%	27%	33%	29%	29%	32%	32%	24%	20%	46%
Très défavorable	24%	26%	23%	27%	20%	26%	27%	23%	21%	26%	18%	5%	48%
Ne sait pas / refus	18%	11%	24%	19%	23%	13%	19%	15%	17%	16%	23%	5%	3%

The background of the slide is a scenic landscape photograph of a mountain valley. A large, calm lake is the central focus, surrounded by dense green forests and steep, rocky mountainsides. The sky is blue with some light clouds. The water in the lake is clear and reflects the surrounding greenery and mountains.

PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS

RÉGION



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

GENRE



Homme

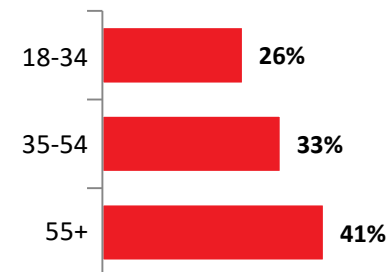
49%



Femme

51%

ÂGE



LANGUE

Français

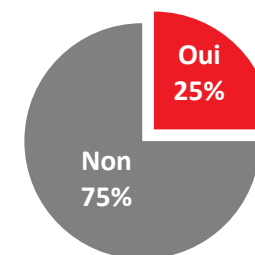
77%

Anglais & Autre

23%



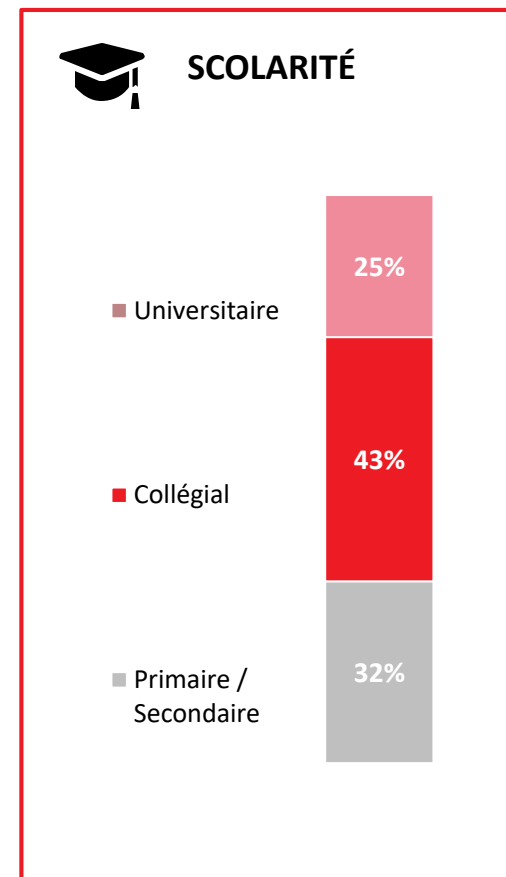
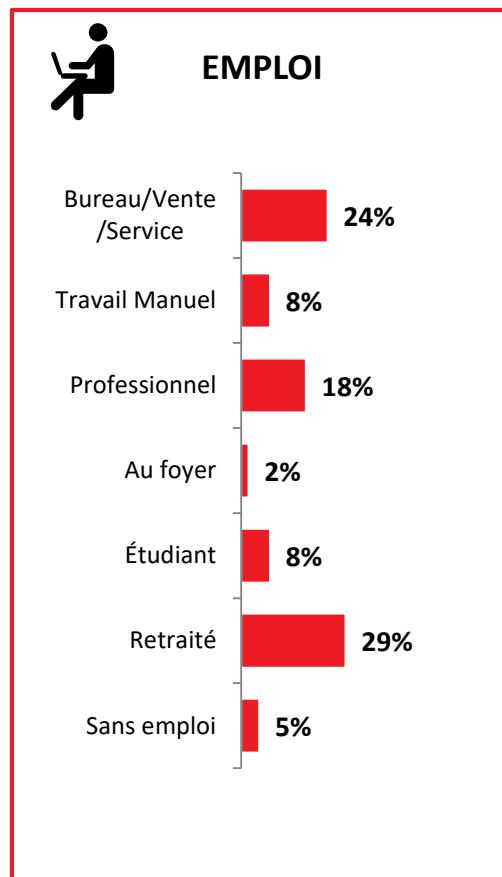
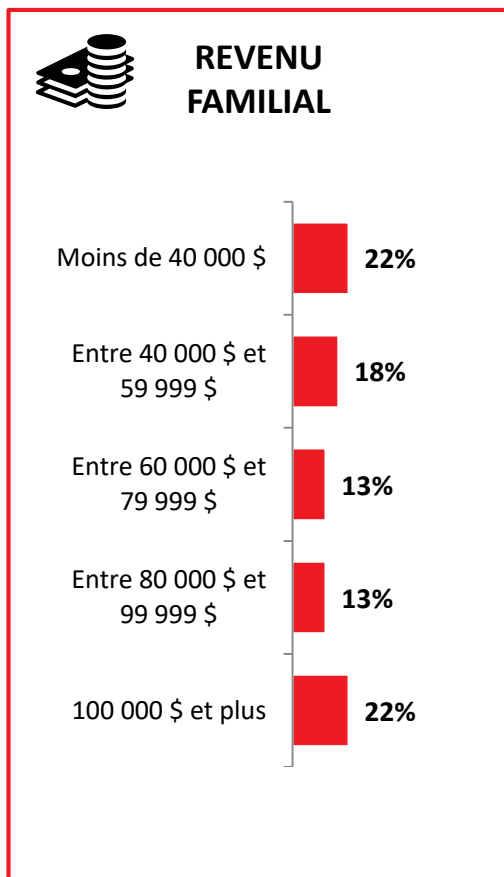
ENFANT



Base : Tous les répondants (n=1 000)

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 (n=1 000)

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


ÉQUIPE


ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

Éric Normandeau

Stratège conseil

 enormandeau@leger360.com

 514-982-2464 poste 3106

Équipe projet

Éric Normandeau, Stratège conseil

Roxanne Bazinet, Analyste de recherche sénior

Amélie Fontaine, Analyste de recherche

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger Metrics**
VOC Mesure de satisfaction continue en temps réel
- **Léger Analytiques**
Analyse de modélisation de données
- **Legerweb**
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

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

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



leger360.com



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)