



Sondage exclusif

Vote ou consultation sur
le projet d'amphithéâtre?

Les citoyens de la
ville de Québec sondés

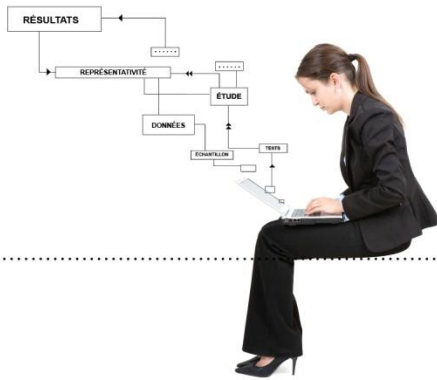
L'intelligence Marketing

Léger
MARKETING

- Léger Marketing est la plus importante firme de recherche marketing et de sondages à propriété canadienne avec plus de 600 professionnels travaillant à ses bureaux au Canada et aux États-Unis.
- Léger Marketing est le partenaire nord-américain du plus important réseau mondial de recherche Worldwide Independent Network (WIN) of Market Research.



WIN
Worldwide
Independent Network
Of Market Research



MÉTHODOLOGIE

SONDAGE EN LIGNE

3

598 citoyens de la ville de Québec ont été sondés le 7 mars 2011

Population à l'étude

Les résidents de la ville de Québec, âgés de 18 ans et plus pouvant s'exprimer en français.

Méthode de la collecte de données

La présente étude a été réalisée par Internet auprès d'un échantillon représentatif de 598 résidents de la ville de Québec. L'échantillon a été tiré à partir du panel d'internautes de Léger Marketing, soit un panel représentatif de la population du Québec. Le sondage était accessible par le biais d'un hyperlien et d'un code d'accès unique insérés dans un courriel qui était adressé aux panélistes ciblés pour l'étude.

Dates de réalisation

Le questionnaire d'enquête a été prétesté auprès de 22 répondants et la collecte de données a été réalisée le 7 mars 2011.

Pondération et représentativité

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population étudiée, les données brutes de l'étude ont été pondérées en fonction de la distribution réelle de la population selon le sexe, l'âge, les arrondissements, la scolarité et le fait de vivre avec des enfants de 18 ans ou moins à la maison (source : Statistique Canada, recensement de 2006).

Marge d'erreur

À titre comparatif, un échantillon probabiliste de même taille (598 répondants) comporterait une marge d'erreur de +/- 4%, et ce, dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).

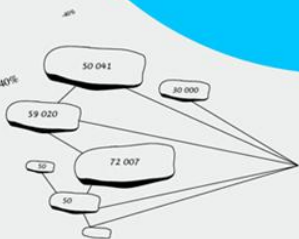
2005	25%
2006	35%
2007	36%
2008	48%
2009	55%
2010	80%
2011	85%



+40%

+10%

+30%



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

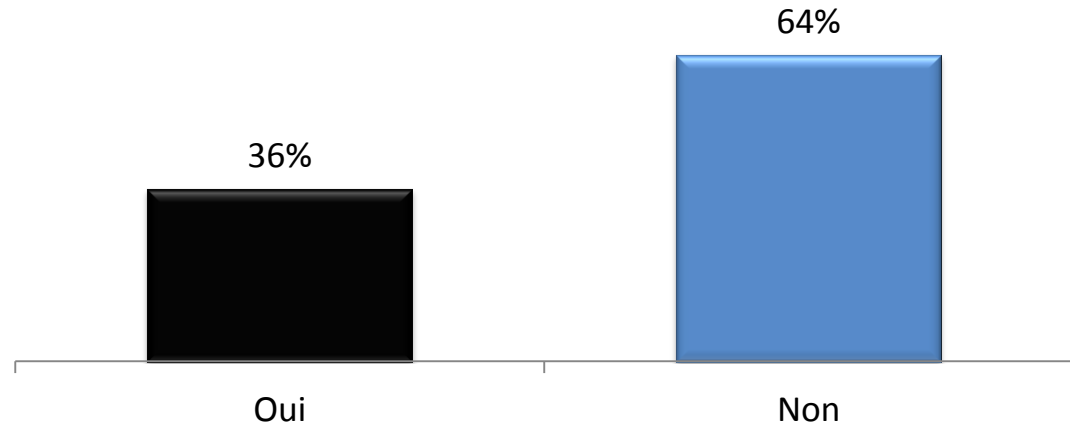
5

1. Tenir un vote ou une consultation sur le projet d'amphithéâtre

64% des citoyens de Québec NE VEULENT PAS d'une consultation ou d'un vote sur le projet d'amphithéâtre.

Le maire de Québec, Régis Labeaume, ne sent pas le besoin de tenir un vote ou de faire une consultation sur le projet d'amphithéâtre.

Vous personnellement, tenez-vous à ce qu'il y ait un vote ou une consultation sur ce projet ?
(n=598 répondants de la ville de Québec)





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

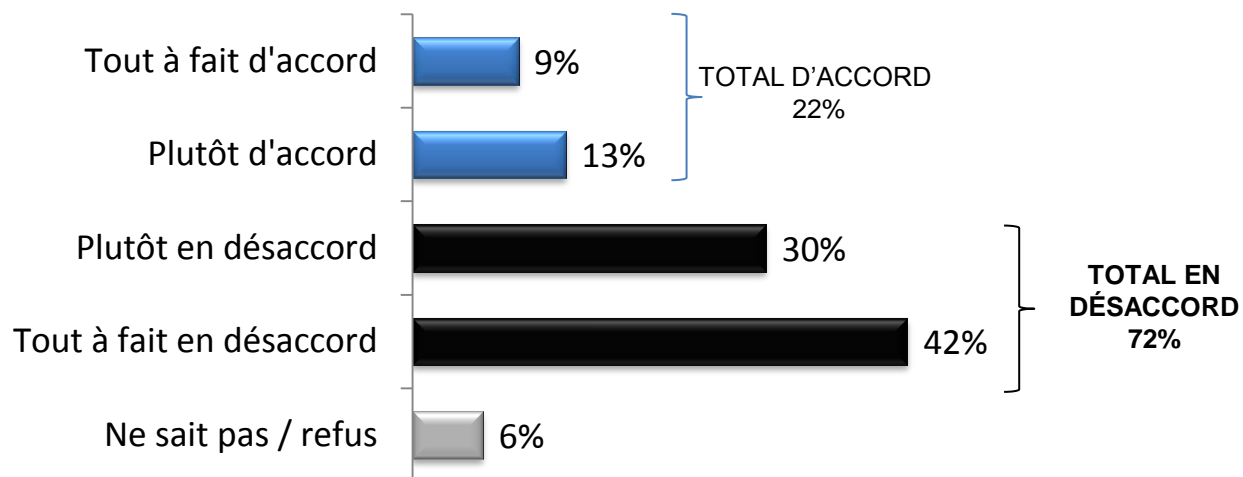
6

2. Opinion à l'égard de la décision du gouvernement fédéral de ne pas financer l'amphithéâtre de Québec

72% des citoyens de Québec se disent EN DÉSACCORD AVEC LA DÉCISION du gouvernement fédéral de ne pas financer l'amphithéâtre multifonctionnel de Québec.

Le gouvernement fédéral a décidé de ne pas financer l'amphithéâtre multifonctionnel de Québec. Êtes-vous d'accord avec cette décision ?

(n=598 répondants de la ville de Québec)





ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

7

3. Intentions de vote au fédéral

Aujourd'hui, le refus du parti Conservateur de ne pas s'impliquer dans le financement de l'amphithéâtre de Québec se traduirait par la perte de sièges à Québec.

Si des élections fédérales avaient lieu aujourd'hui, pour lequel des partis politiques suivants auriez-vous l'intention de voter, serait-ce...?
(n= répondants de la ville de Québec)

	Après répartition (n=497)	Si financement de l'amphithéâtre par le PCQ* (n=509)
Le Bloc québécois de Gilles Duceppe	44%	39%
Le parti Conservateur de Stephen Harper	20%	28%
Le Nouveau parti démocratique de Jack Layton	17%	15%
Le Parti libéral du Canada de Michael Ignatieff	17%	15%
Le Parti vert de Élisabeth May	2%	2%

* Si le gouvernement fédéral décidait de financer l'amphithéâtre multifonctionnel de Québec, serait-il probable que vous votiez pour le parti Conservateur de Stephen Harper lors de la prochaine élection fédérale ?
(n=503 répondants qui n'avaient pas l'intention de voter pour le Parti conservateur si des élections fédérales avaient lieu aujourd'hui)



ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

8

4. Intentions de vote au provincial

À Québec, légère
avance du Parti
québécois .

Une course à
trois se dessine.

Si des élections provinciales avaient lieu aujourd'hui, pour quel parti
auriez-vous l'intention de voter, serait-ce...?
(n=répondants de la ville de Québec)

	Après répartition (n=526)
Le Parti québécois	30%
L'Action démocratique du Québec	27%
Le Parti libéral du Québec	23%
Le parti Québec Solidaire	12%
Le Parti vert	3%
Autre parti	4%



ANNEXES



ANNEXES

10

ANNEXE 1 : Quelques mots sur le panel de Léger Marketing

Léger Marketing avec son portail legerweb.com est le leader dans les panels d'opinion au Québec. Le portail legerweb.com est un outil destiné aux internautes afin de permettre à quiconque de devenir membre par un système de double inscription et ainsi répondre à des sondages. Les membres sont contraints à fournir plusieurs informations, dont leur profil, afin de permettre un contrôle de qualité dans la sélection de notre échantillon. Ce portail permet aussi au répondant d'accumuler des chances à un tirage mensuel et aussi d'accumuler de l'argent ce qui augmente la qualité du répondant afin que celui-ci puisse recevoir son argent accumulé à son domicile, nous sommes donc en mesure de certifier l'origine du répondant. Le portail legerweb.com compte 160 000 membres du Québec, dont plus de 100 nouveaux membres, en moyenne, par jour.

Par ailleurs, il est important de souligner que depuis 2003, nous avons une approche unique afin de recruter nos panélistes, soit par l'intermédiaire de nos sondages téléphoniques et selon une méthode d'invitation aléatoire propre à Léger Marketing.

En d'autres mots, l'utilisation de techniques de recrutement aléatoire éprouvées combinée à un processus d'inscription rigoureux en trois étapes assure le caractère hautement représentatif du panel. Chaque fois qu'ils participent à un sondage, les internautes doivent valider leur identité et leurs caractéristiques personnelles, protégées par un code secret leur garantissant l'anonymat, assurant ainsi des données fiables et mises à jour à chaque utilisation.



ANNEXES

11

ANNEXE 2 : Contact et coordonnées

Pour plus d'information au sujet de cette étude, veuillez contacter :

Nom	Caroline Roy
Titre	Vice-présidente et direction du bureau de Québec
Courriel	croy@legermarketing.com
Téléphone	418-522-7467 poste 28
Cellulaire	418-254-1825

