

Rapport

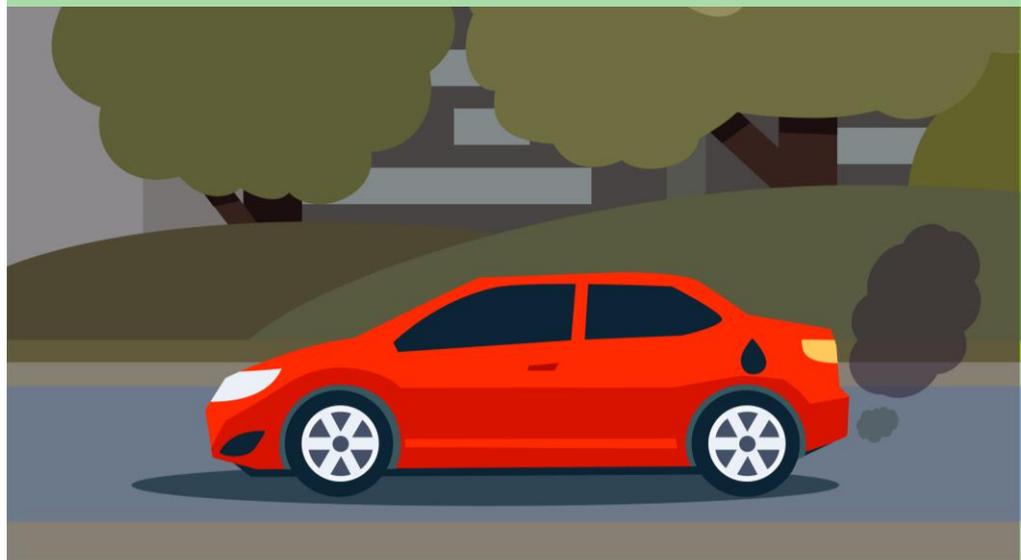
Mesure de remise-redevance sur les véhicules

Sondage auprès des Québécoises et Québécois

équiterre

DATE 08/01/2020 NUMÉRO DE PROJET 12987-014

Leger





APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

Équiterre a mandaté Léger afin de mesurer la propension des Québécois à payer davantage ou moins en fonction du niveau de pollution de leur véhicule.

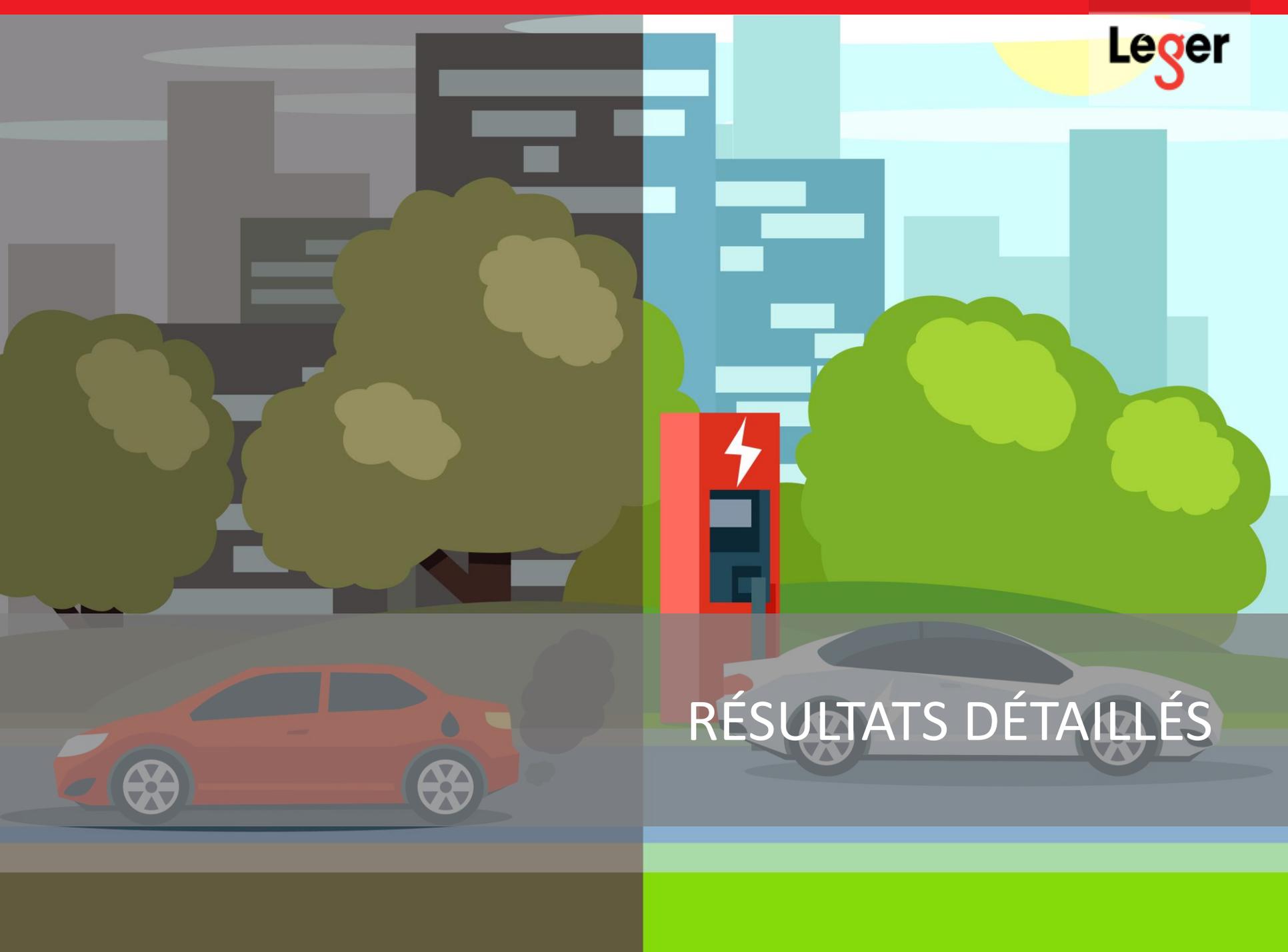
Un **sondage web** a été réalisé du **3 au 7 janvier 2020** auprès de **1 007 Québécois(es)**, âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

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 1 007 répondants est de $\pm 3,1\%$, 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.

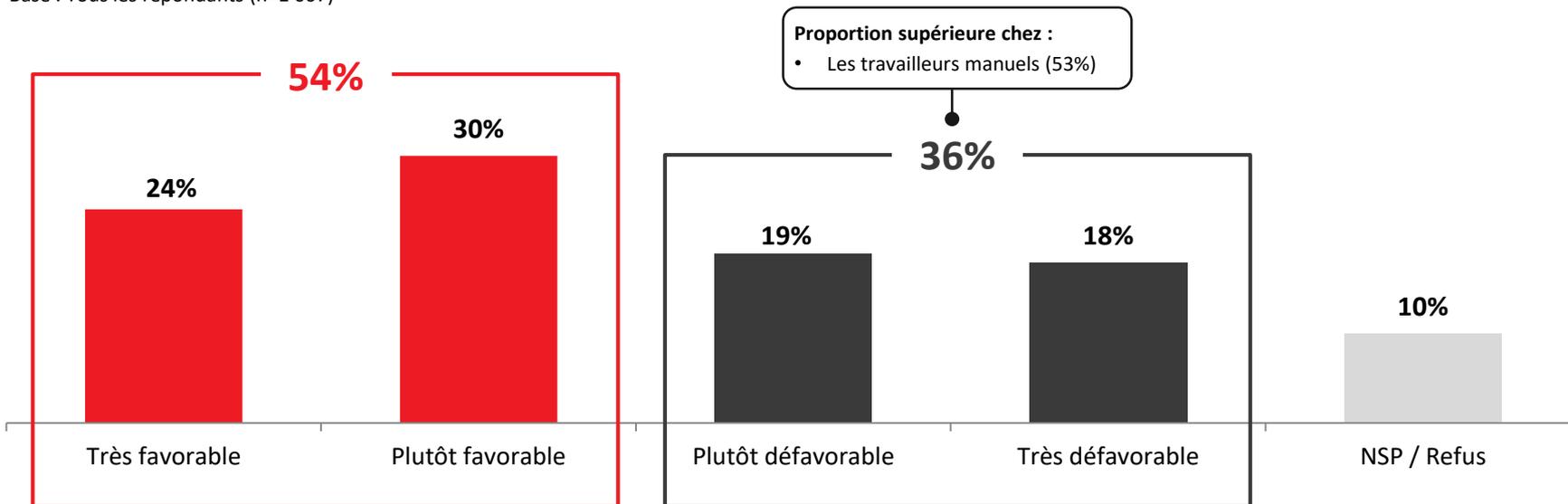


RÉSULTATS DÉTAILLÉS

PAYER DAVANTAGE POUR UN VÉHICULE PLUS POLLUANT

Q2. Êtes-vous favorable à ce que les personnes qui utilisent un véhicule plus polluant paient davantage qu'actuellement?

Base : Tous les répondants (n=1 007)

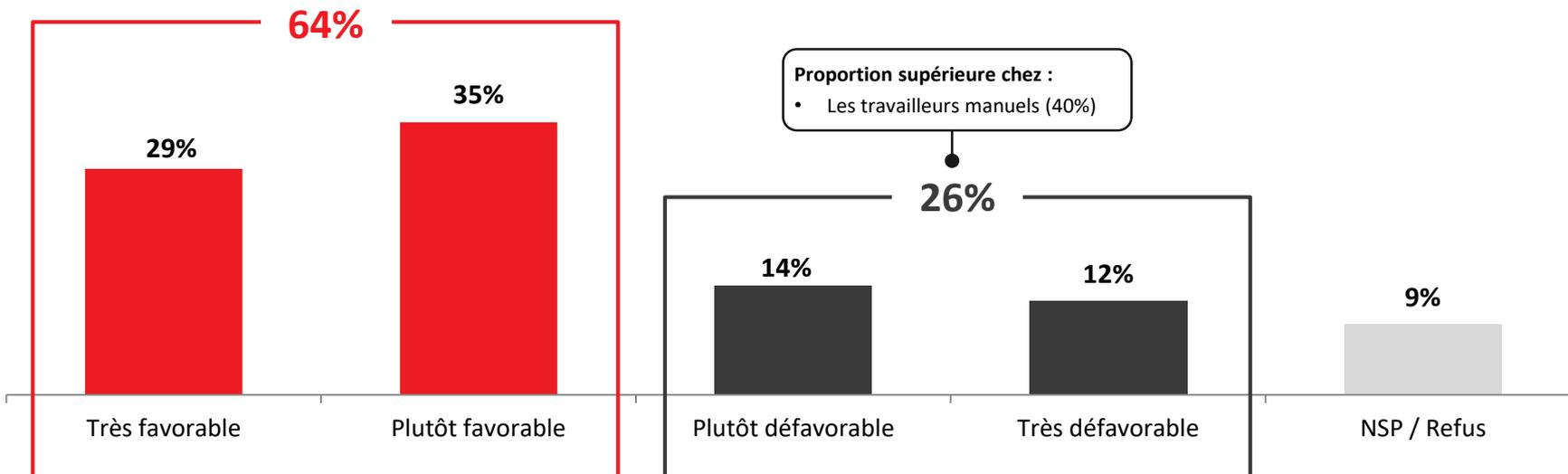


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Possède un véhicule	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Oui	Non
n=	1 007	473	534	302	358	347	406	300	301	776	230	866	138
TOTAL FAVORABLE	54%	58%	50%	57%	50%	56%	57%	54%	50%	57%	45%	54%	59%
Très favorable	24%	27%	21%	23%	26%	22%	28%	19%	20%	25%	20%	23%	30%
Plutôt favorable	30%	31%	30%	33%	25%	33%	30%	34%	30%	32%	25%	31%	29%
TOTAL DÉFAVORABLE	36%	36%	36%	35%	40%	34%	34%	35%	39%	34%	44%	38%	29%
Plutôt défavorable	19%	16%	21%	21%	18%	18%	18%	17%	19%	18%	21%	19%	17%
Très défavorable	18%	20%	16%	14%	22%	16%	16%	18%	20%	16%	23%	19%	13%
Ne sait pas / refus	10%	6%	13%	8%	10%	10%	8%	11%	11%	9%	11%	9%	12%

PAYER MOINS POUR UN VÉHICULE MOINS POLLUANT

Q3. Êtes-vous favorable à ce que les personnes qui utilisent un véhicule moins polluant paient moins cher qu'actuellement?

Base : Tous les répondants (n=1 007)

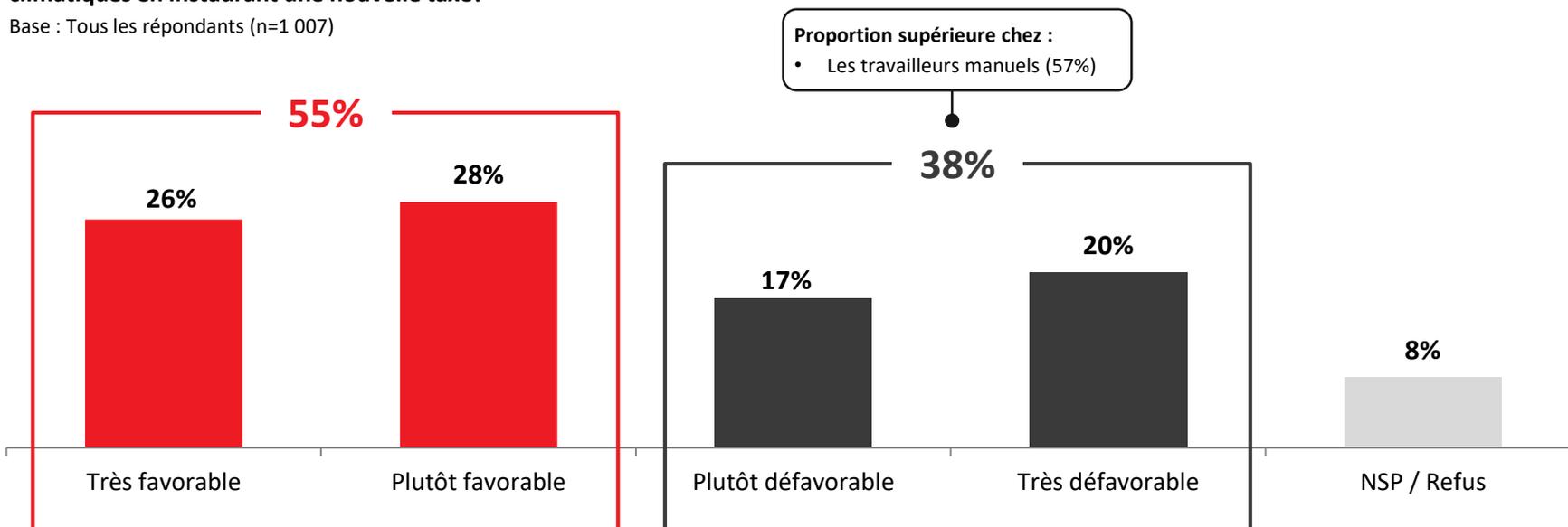


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Possède un véhicule	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Oui	Non
	n= 1 007	473	534	302	358	347	406	300	301	776	230	866	138
TOTAL FAVORABLE	64%	68%	61%	75%	58%	63%	66%	65%	62%	66%	60%	65%	61%
Très favorable	29%	30%	27%	31%	28%	28%	31%	29%	26%	30%	23%	29%	27%
Plutôt favorable	35%	38%	34%	44%	30%	35%	35%	37%	36%	35%	37%	36%	34%
TOTAL DÉFAVORABLE	26%	27%	26%	18%	33%	26%	25%	28%	27%	26%	28%	27%	25%
Plutôt défavorable	14%	13%	15%	11%	17%	14%	14%	12%	14%	14%	15%	14%	15%
Très défavorable	12%	14%	11%	8%	16%	12%	11%	16%	13%	12%	13%	13%	10%
Ne sait pas / refus	9%	5%	13%	7%	10%	11%	9%	6%	11%	9%	12%	9%	14%

NOUVELLE TAXE SUR LES VÉHICULES POLLUANTS ET NUISIBLES

Q4. Êtes-vous favorable à ce que le gouvernement du Québec décourage les véhicules polluants et nuisibles à la lutte contre les changements climatiques en instaurant une nouvelle taxe?

Base : Tous les répondants (n=1 007)

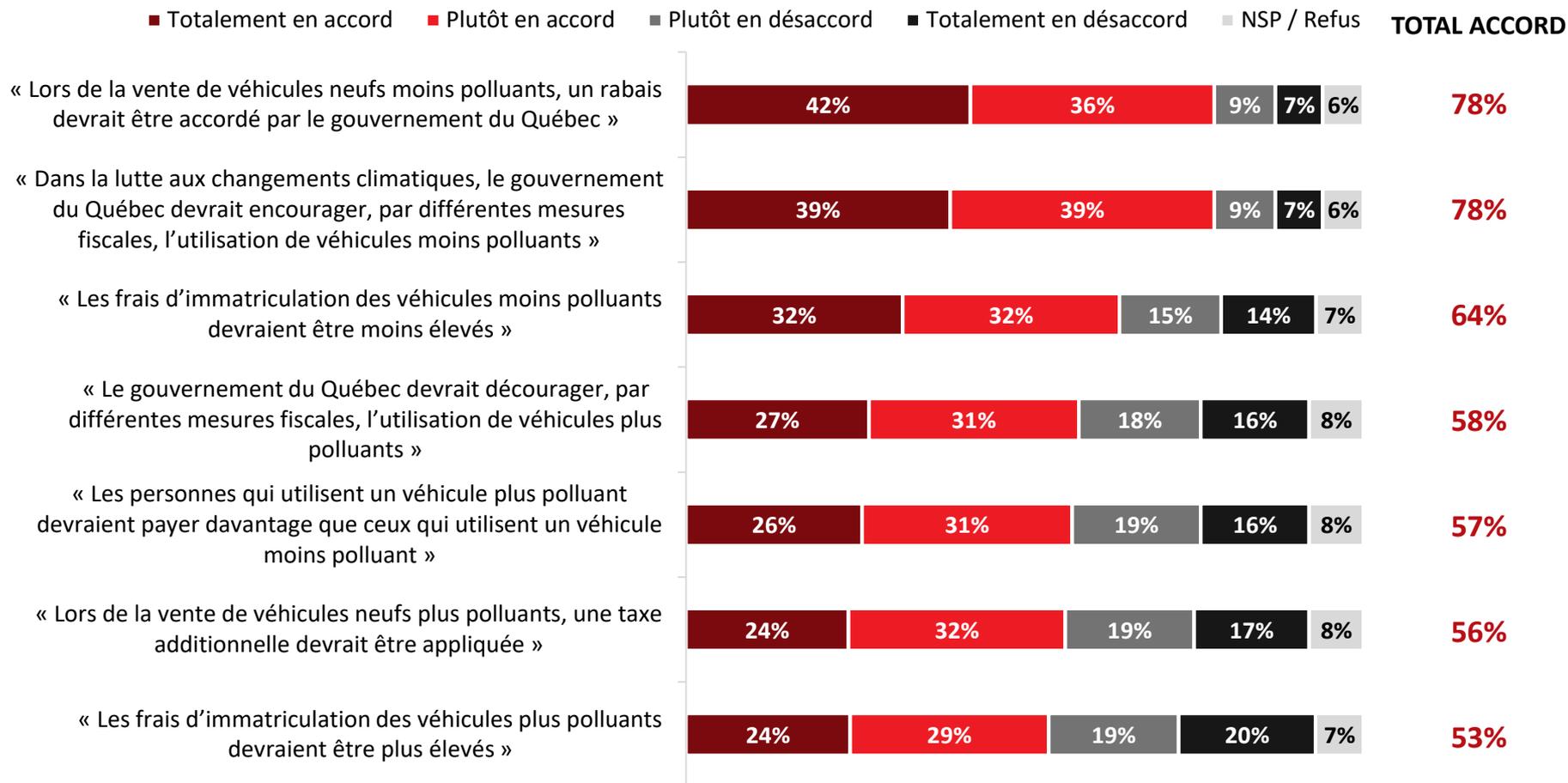


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Possède un véhicule	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Oui	Non
	n= 1 007	473	534	302	358	347	406	300	301	776	230	866	138
TOTAL FAVORABLE	55%	55%	54%	64%	47%	55%	62%	49%	46%	55%	55%	52%	69%
Très favorable	26%	28%	24%	31%	24%	25%	31%	21%	21%	28%	20%	24%	41%
Plutôt favorable	28%	27%	29%	33%	23%	30%	31%	28%	25%	27%	34%	28%	28%
TOTAL DÉFAVORABLE	38%	38%	37%	29%	44%	38%	34%	44%	41%	37%	39%	40%	20%
Plutôt défavorable	17%	15%	20%	15%	19%	18%	16%	19%	18%	16%	20%	18%	11%
Très défavorable	20%	23%	18%	14%	25%	21%	17%	25%	23%	21%	18%	22%	10%
Ne sait pas / refus	8%	6%	9%	7%	9%	7%	4%	7%	13%	8%	6%	7%	11%

NIVEAU D'ACCORD ENVERS LES ÉNONCÉS

Q5. Êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Base : Tous les répondants (n=1 007)



NIVEAU D'ACCORD ENVERS LES ÉNONCÉS – DÉTAILS

Q5. Êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Base : Tous les répondants

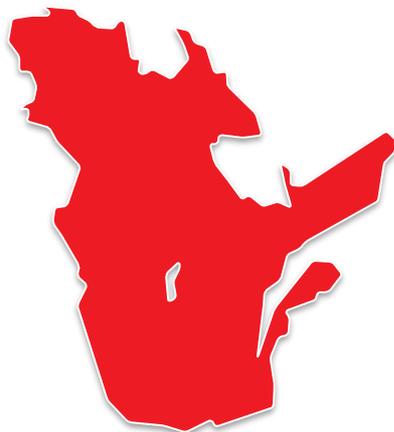
% total accord	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Possède un véhicule	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Oui	Non
	n= 1 007	473	534	302	358	347	406	300	301	776	230	866	138
« Lors de la vente de véhicules neufs moins polluants, un rabais devrait être accordé par le gouvernement du Québec »	78%	76%	79%	81%	70%	82%	81%	75%	74%	78%	77%	78%	75%
« Dans la lutte aux changements climatiques, le gouvernement du Québec devrait encourager, par différentes mesures fiscales, l'utilisation de véhicules moins polluants »	78%	79%	78%	81%	71%	83%	82%	75%	75%	80%	72%	79%	77%
« Les frais d'immatriculation des véhicules moins polluants devraient être moins élevés »	64%	63%	65%	66%	57%	69%	68%	67%	58%	64%	63%	64%	62%
« Le gouvernement du Québec devrait décourager, par différentes mesures fiscales, l'utilisation de véhicules plus polluants »	58%	57%	59%	56%	53%	62%	64%	58%	50%	57%	59%	57%	62%
« Les personnes qui utilisent un véhicule plus polluant devraient payer davantage que ceux qui utilisent un véhicule moins polluant »	57%	60%	55%	56%	55%	60%	65%	57%	48%	57%	57%	56%	68%
« Lors de la vente de véhicules neufs plus polluants, une taxe additionnelle devrait être appliquée »	56%	57%	55%	59%	48%	60%	62%	54%	48%	56%	54%	54%	70%
« Les frais d'immatriculation des véhicules plus polluants devraient être plus élevés »	53%	55%	52%	50%	49%	58%	59%	55%	46%	53%	53%	51%	65%

PROFIL DES RÉPONDANTS



PROFIL DES RÉPONDANTS

RÉGION



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

GENRE



Homme

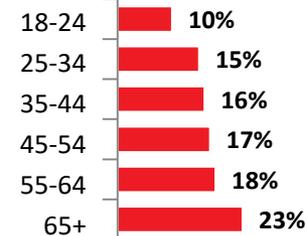
49%



Femme

51%

ÂGE



LANGUE

Français

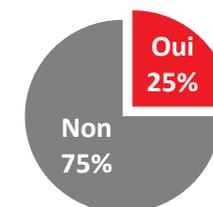
77%

Anglais & Autre

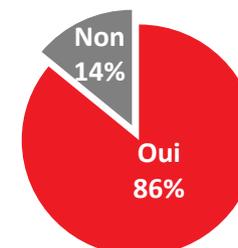
23%



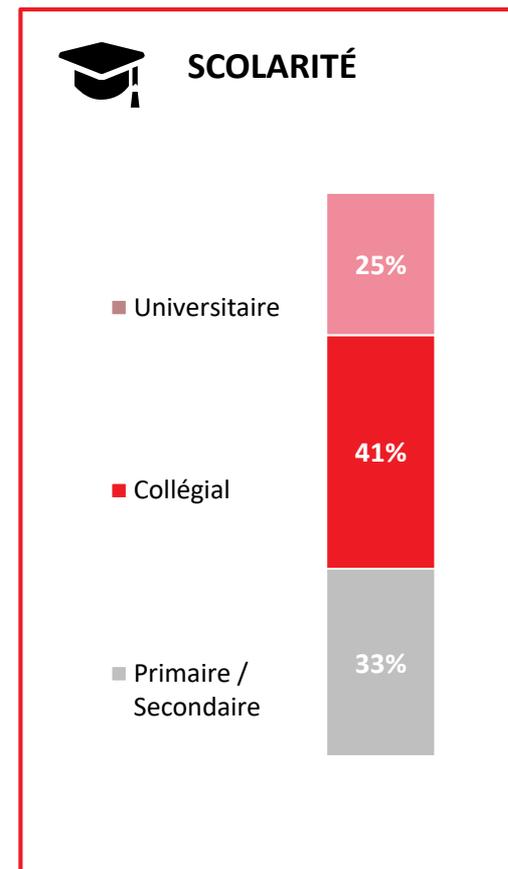
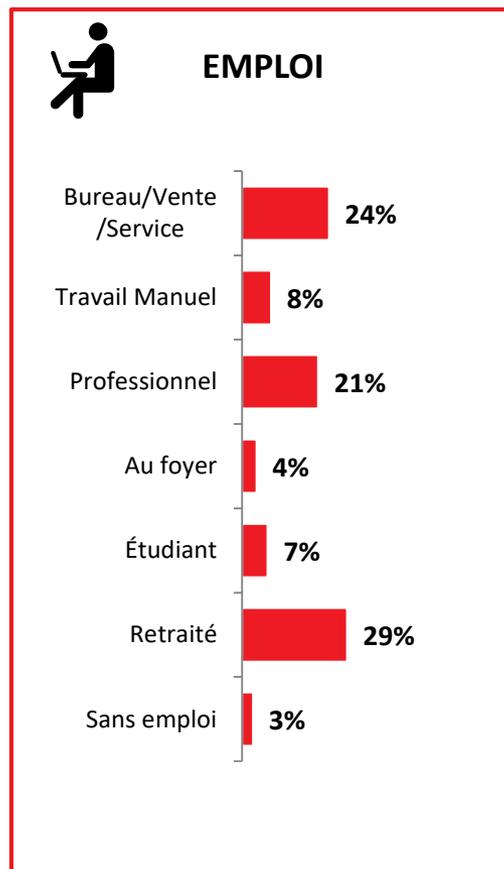
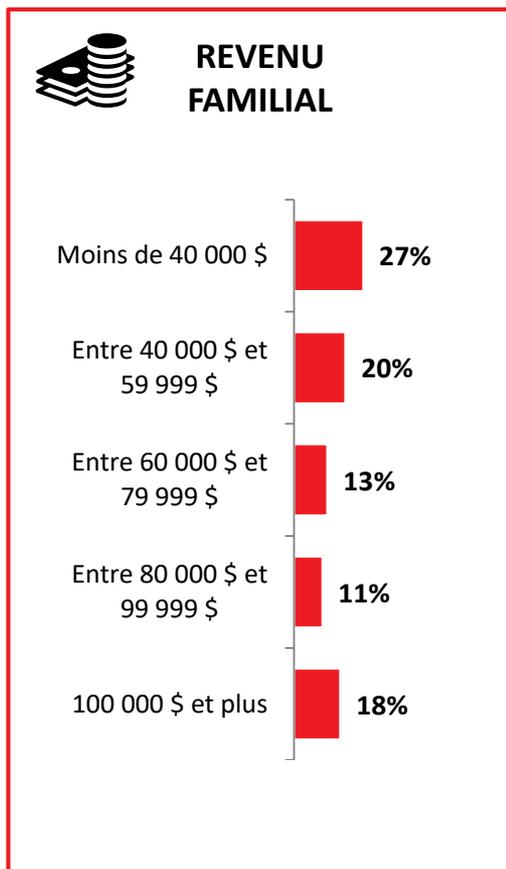
ENFANT



PROPRIÉTAIRE D'UN VÉHICULE

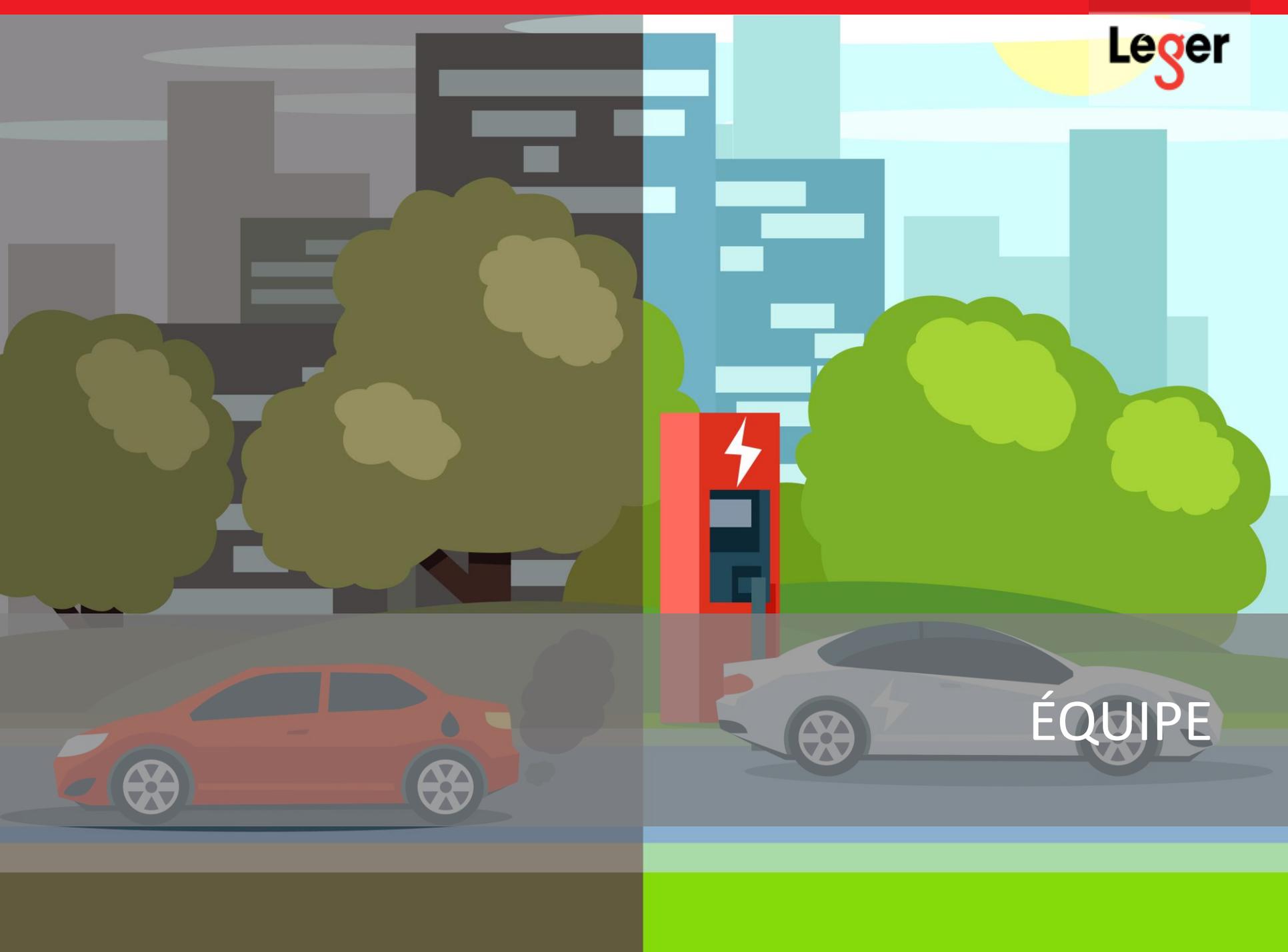


PROFIL DES RÉPONDANTS



Base : Tous les répondants (n=1 007)

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



ÉQUIPE

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

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

Sylvain Gauthier, Vice-Président Communications et affaires publiques

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)