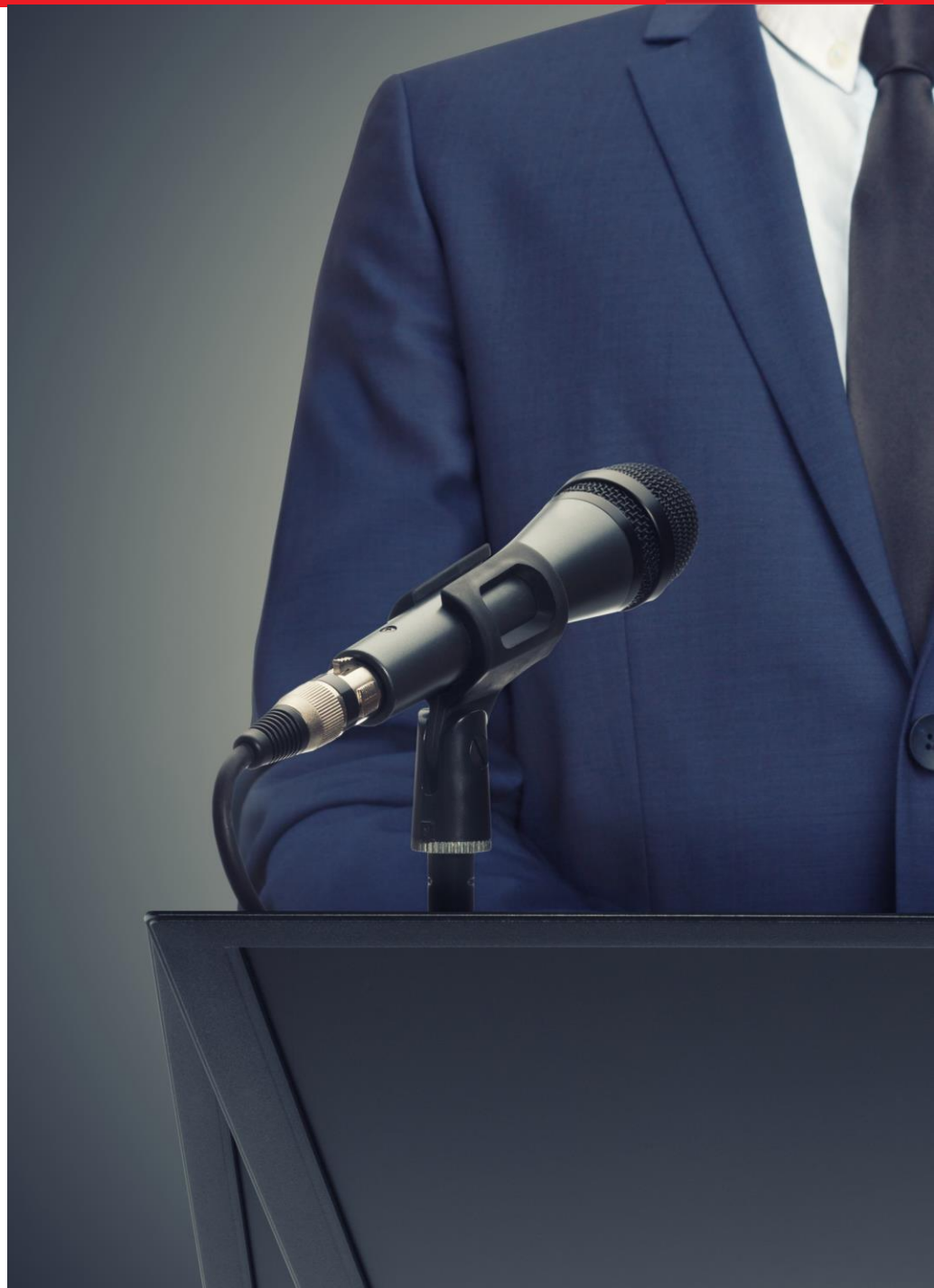


Rapport

APPRÉCIATION DES PERSONNALITÉS DE LA SCÈNE POLITIQUE

Sondage auprès des Québécois et
Québécoise

DATE 12/05/2020 NUMÉRO DE PROJET 16121-006



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

Un **sondage web** a été réalisé du **8 au 10 mai 2020** auprès de **1 006 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 1 006 répondants est de $\pm 3,1\%$, et ce, 19 fois sur 20.

Notes pour la lecture du rapport :

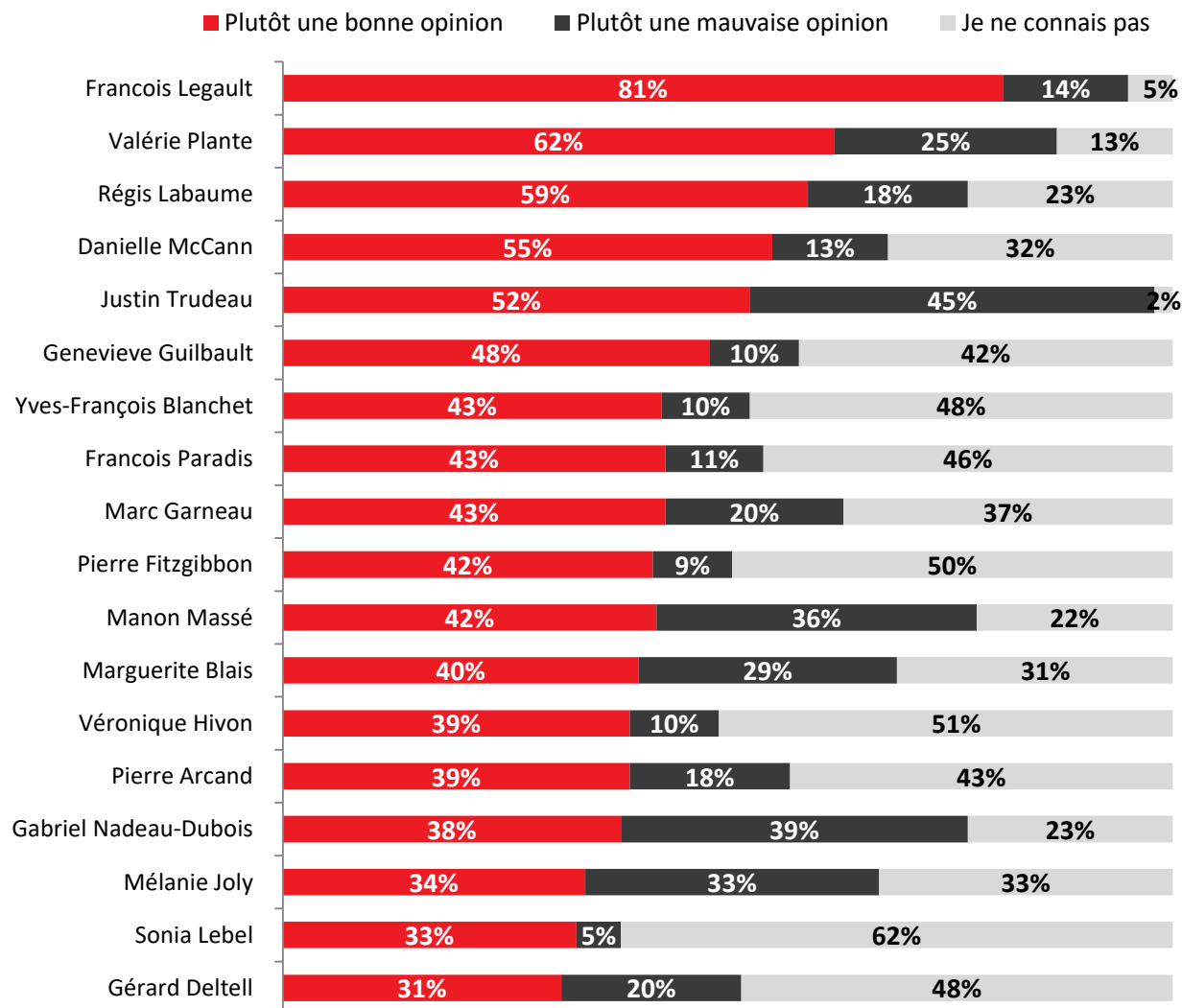
- Il est à noter que les nombres présentés ont été arrondis. Par contre, ce sont les nombres avant arrondissement qui sont utilisés pour calculer les sommes présentées. Ainsi, les sommes peuvent ne pas correspondre à l'addition manuelle des nombres présentés.
- Lorsque possible, les résultats ont été comparés à ceux de l'étude menée par Léger du 13 au 16 décembre 2019 auprès de 1 010 Québécois pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Pour la **Notoriété**, une flèche vers le bas (↓) indique une différence significative statistiquement inférieure par rapport à décembre 2019, alors qu'une flèche vers le haut (↑) indique une différence significative statistiquement supérieure par rapport à décembre 2019.
- Dans le cas du score d'**Appréciation**, une flèche vers le bas (↓) indique une baisse d'au moins 5 points par rapport à décembre 2019, alors qu'une flèche vers le haut (↑) indique une hausse d'au moins 5 points par rapport à décembre 2019.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

OPINION À L'ÉGARD DE PERSONNALITÉS POLITIQUES (1/4)

Q1. Avez-vous plutôt une bonne opinion, plutôt une mauvaise opinion ou vous ne connaissez pas les personnalités suivantes?

Base : Tous les répondants



Appréciation			Notoriété		
Mai 2020 (n=1 006)	Déc. 2019 (n=1 010)	Fév. 2019 (n=1 007)	Mai 2020 (n=1 006)	Déc. 2019 (n=1 010)	Fév. 2019 (n=1 007)
67↑	37	-	95%↑	88%	-
38↑	22	-	87%↑	78%	-
40↑	35	-	77%	76%	-
43↑	17	18	68%↑	33%	29%
7↑	-7	-	98%↑	94%	-
37↑	19	20	58%↑	37%	31%
33	30	-	52%	55%	-
32	29	-	54%	57%	-
22	22	-	63%	61%	-
33↑	11	12	50%↑	35%	25%
6↓	14	-	78%	78%	-
11↓	38	39	69%↑	60%	63%
29	33	-	49%	52%	-
21	17	-	57%	57%	-
-1↓	6	-	77%	75%	-
2	-1	-	67%	63%	-
28	29	33	38%↓	43%	44%
11	15	-	52%	54%	-

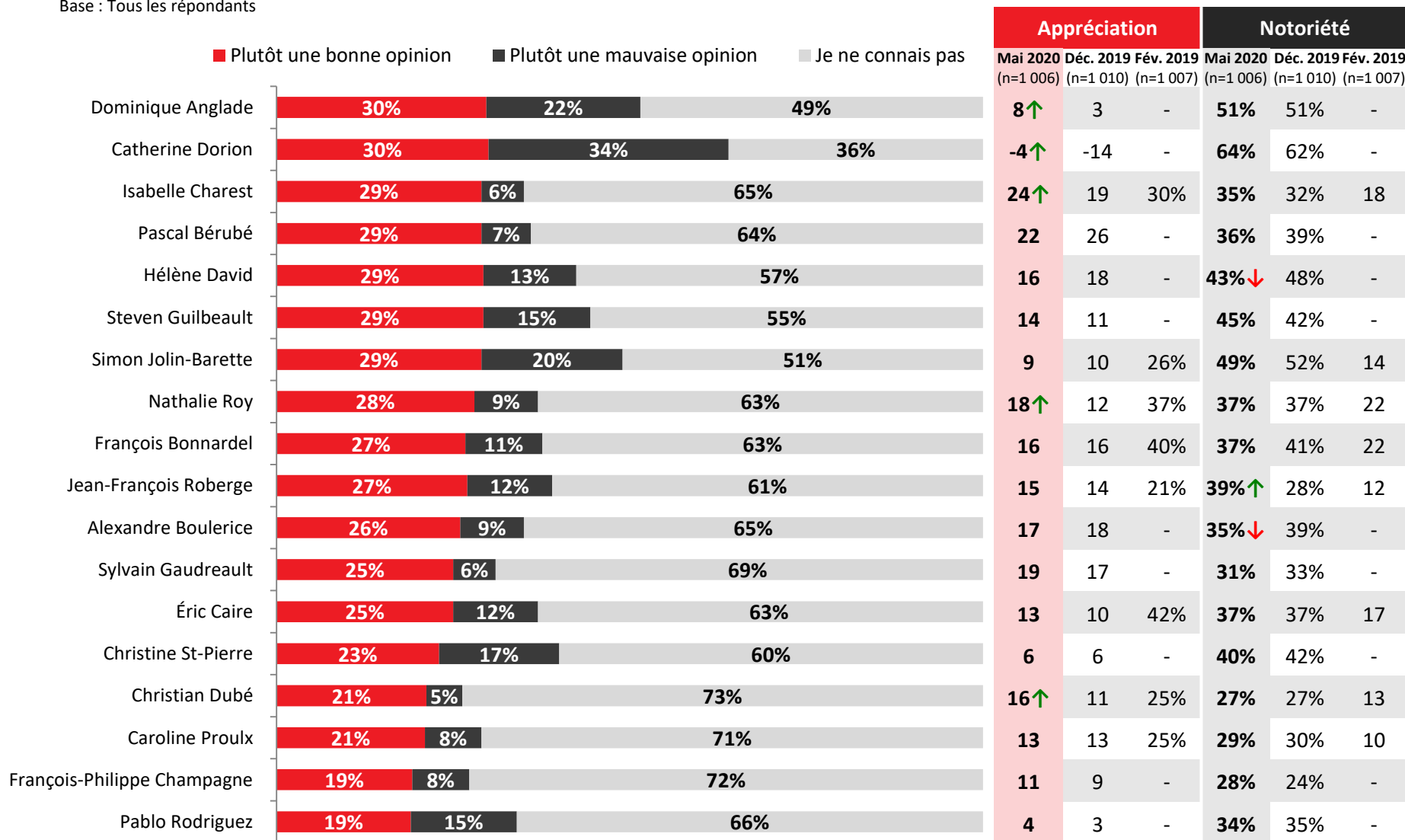
Notoriété = % bonne opinion + % mauvaise opinion

Score d'appréciation = % bonne opinion - % mauvaise opinion

OPINION À L'ÉGARD DE PERSONNALITÉS POLITIQUES (2/4)

Q1. Avez-vous plutôt une bonne opinion, plutôt une mauvaise opinion ou vous ne connaissez pas les personnalités suivantes?

Base : Tous les répondants



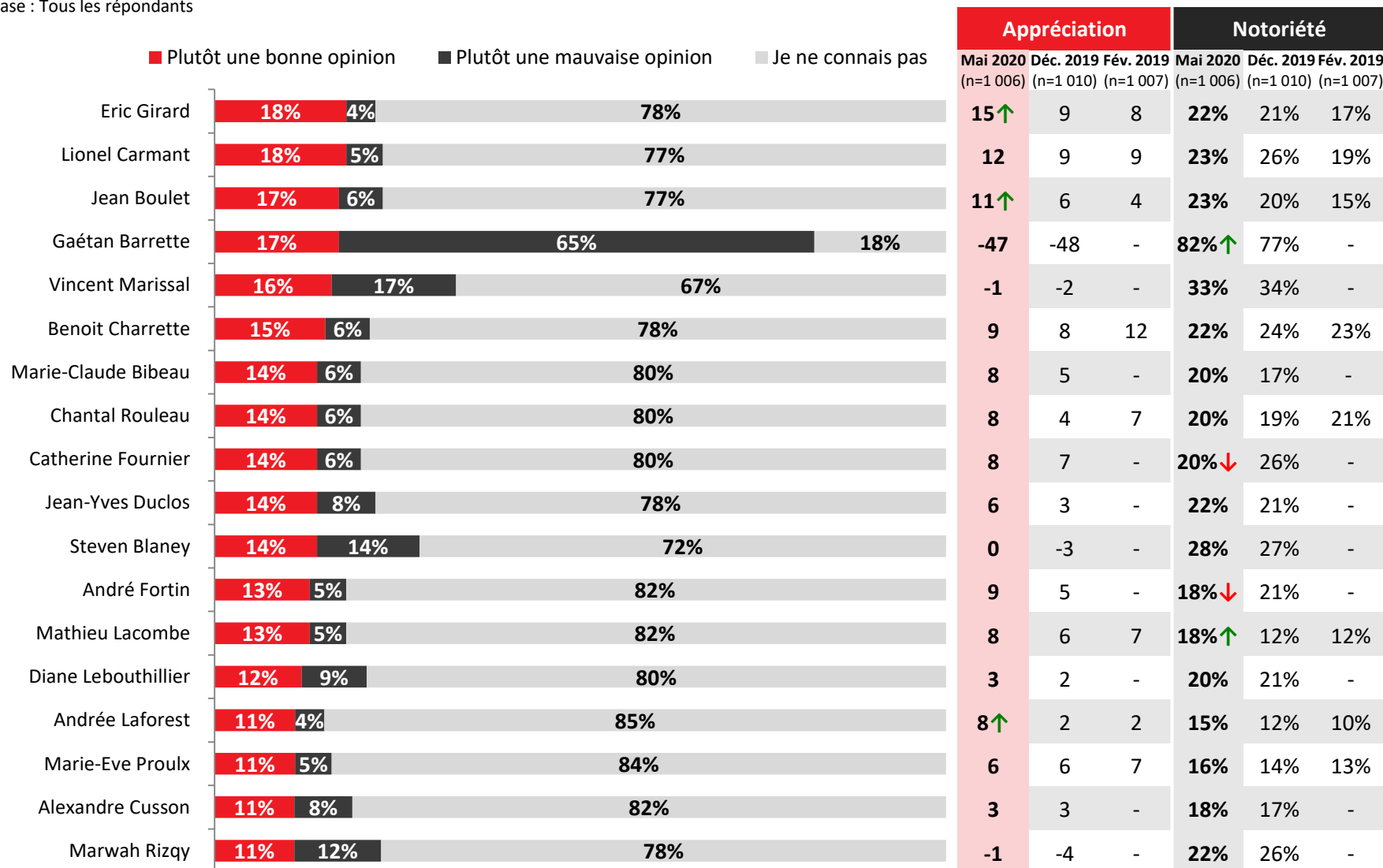
Notoriété = % bonne opinion + % mauvaise opinion

Score d'appréciation = % bonne opinion - % mauvaise opinion

OPINION À L'ÉGARD DE PERSONNALITÉS POLITIQUES (3/4)

Q1. Avez-vous plutôt une bonne opinion, plutôt une mauvaise opinion ou vous ne connaissez pas les personnalités suivantes?

Base : Tous les répondants



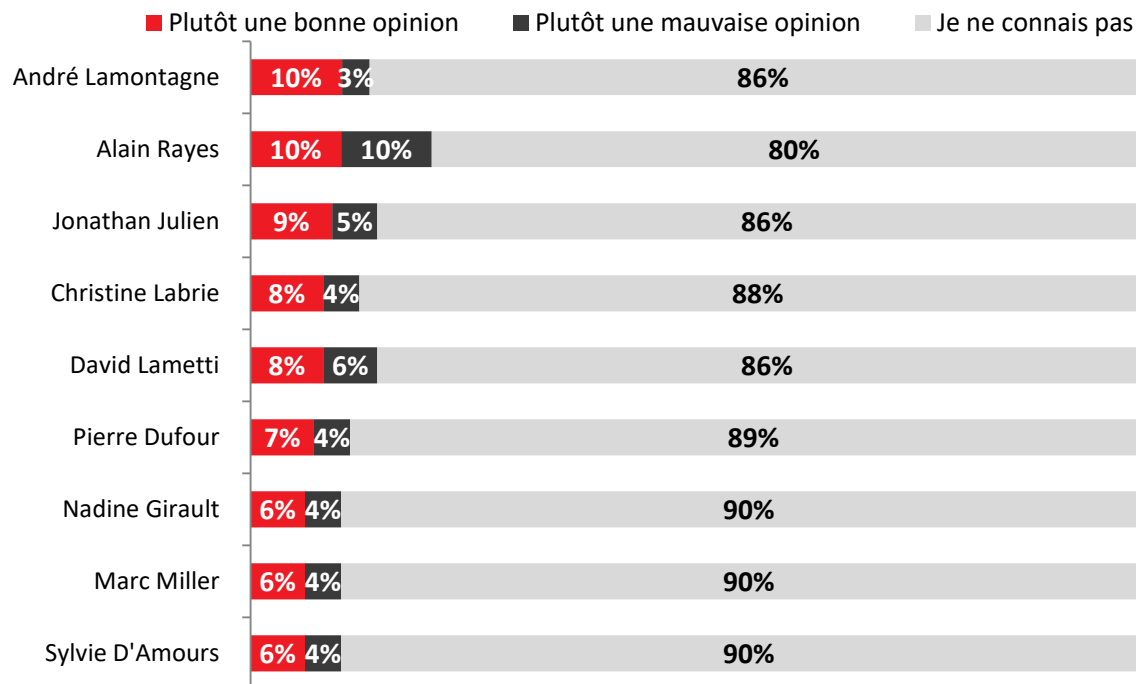
Notoriété = % bonne opinion + % mauvaise opinion

Score d'appréciation = % bonne opinion - % mauvaise opinion

OPINION À L'ÉGARD DE PERSONNALITÉS POLITIQUES (4/4)

Q1. Avez-vous plutôt une bonne opinion, plutôt une mauvaise opinion ou vous ne connaissez pas les personnalités suivantes?

Base : Tous les répondants



Appréciation			Notoriété		
Mai 2020 (n=1 006)	Déc. 2019 (n=1 010)	Fév. 2019 (n=1 007)	Mai 2020 (n=1 006)	Déc. 2019 (n=1 010)	Fév. 2019 (n=1 007)
7↑	2	4	14%	13%	11%
1↓	6	-	20%	23%	-
4	5	6	14%	14%	13%
5	2	-	12%	12%	-
1	0	-	14%	14%	-
3	0	2	11%	11%	11%
3	4	3	10%	11%	10%
1	0	-	10%	10%	-
1	4	4	10%↓	13%	9%

Personnalités élues hors-Québec



Appréciation			Notoriété		
Mai 2020 (n=1 006)	Déc. 2019 (n=1 010)	Fév. 2019 (n=1 007)	Mai 2020 (n=1 006)	Déc. 2019 (n=1 010)	Fév. 2019 (n=1 007)
32	29	-	72%	72%	-
-45	-47	-	80%	81%	-

Notoriété = % bonne opinion + % mauvaise opinion

Score d'appréciation = % bonne opinion - % mauvaise opinion

PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS

RÉGION



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

GENRE

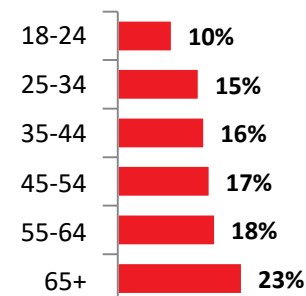

Homme

49%


Femme

51%

ÂGE



LANGUE

Français

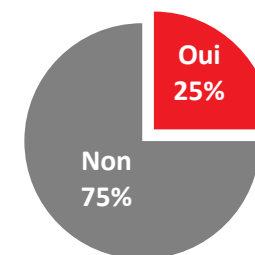
77%

Anglais & Autre

23%



ENFANT



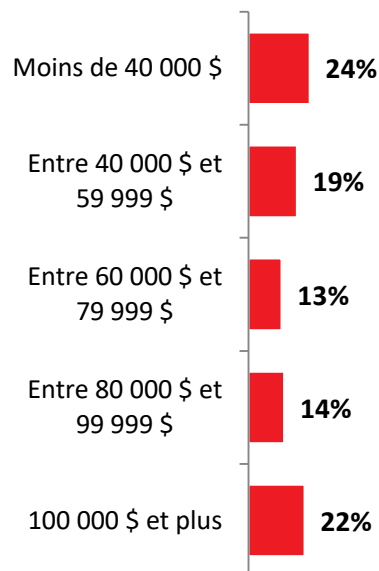
Base : Tous les répondants (n=1 006)

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

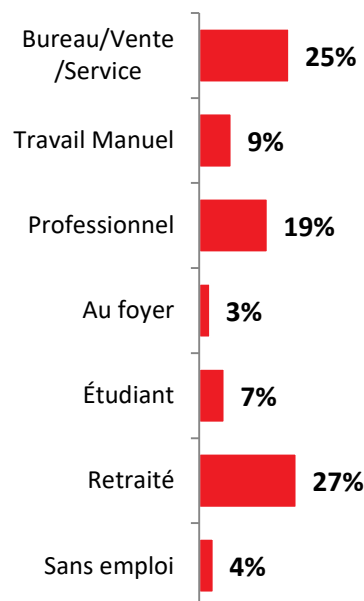
PROFIL DES RÉPONDANTS



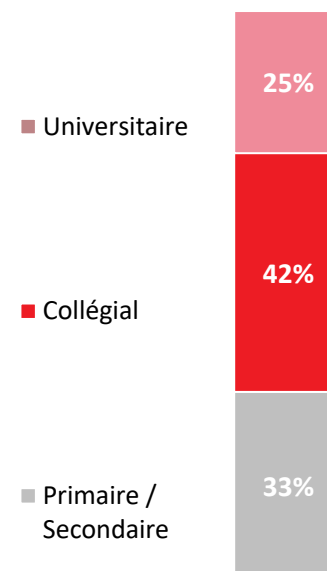
REVENU FAMILIAL



EMPLOI



SCOLARITÉ



Base : Tous les répondants (n=1 006)

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

Sylvain Gauthier, Vice-Président Communications et affaires publiques

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)