



La Fédération  
des commissions  
scolaires  
du Québec

**Leger**  
MARKETING

**La tenue d'élections scolaires et  
municipales simultanées**

Rapport d'étude omnibus  
Février 2012

# 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

## Canada

Montréal

Québec

Toronto

Ottawa

Edmonton

Calgary

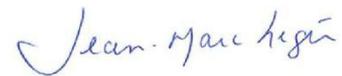
## États-Unis

Philadelphie, PA

Denver, CO

Tampa, FL

Nous sommes fiers de vous présenter ce rapport de recherche qui a été réalisé selon les normes rigoureuses de qualité de notre entreprise et de l'Association canadienne de recherche et d'intelligence marketing (ARIM). Nous sommes persuadés que cela répondra à vos préoccupations et nous espérons avoir le privilège de vous servir de nouveau dans un avenir rapproché.



Jean-Marc Léger  
Président

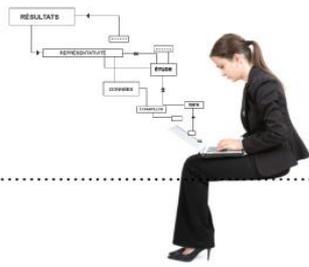
**La plus importante  
firme de recherche  
marketing et de sondages  
à propriété canadienne**

# TABLE DES MATIÈRES

Méthodologie	5
Profil des répondants	8
<b><u>Analyse détaillée des résultats</u></b>	<b><u>11</u></b>
1. Les élections scolaires et municipales simultanées devraient être sérieusement envisagées	12
2. La population en accord avec des élections scolaires et municipales simultanées	13
<b><u>Annexe I : Quelques mots sur le panel Léger Marketing</u></b>	<b><u>14</u></b>







# MÉTHODOLOGIE

## Rappel méthodologique

**Sondage  
omniweb auprès  
de 1001  
répondants de la  
province de  
Québec.**

### Population à l'étude

Les adultes de 18 ans et plus, pouvant s'exprimer en français ou en anglais et habitant dans une des régions de la province de Québec.

### Méthode de la collecte de données

La présente étude a été réalisée par Internet (Omniweb) auprès d'un échantillon représentatif de 1001 résidents de la province. L'échantillon a été tiré à partir du panel d'internautes de Léger Marketing. 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

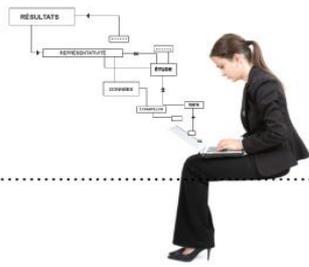
Le questionnaire a été prétesté auprès de 20 répondants et la collecte de données officielle a été réalisée du 27 février au 1<sup>er</sup> mars 2012.

### 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, la langue, la scolarité et le fait de vivre avec des enfants de 17 ans ou moins à la maison (source : Statistique Canada, recensement de 2006).

### Marge d'erreur

À titre comparatif, un échantillon probabiliste de même taille (1000 répondants) comporterait une marge d'erreur maximale de 3,1%, dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).



# MÉTHODOLOGIE

## Notes de lecture du rapport

### Comment lire les résultats?

Dans les graphiques et les tableaux, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées.

Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude, les proportions significativement inférieures sont présentées en **bleu** dans les graphiques et les tableaux, alors que les proportions significativement supérieures sont présentées en **rouge**.

Pour l'ensemble des graphiques et tableaux présentés dans ce rapport, les totaux différents de 100% peuvent être attribuables à l'arrondissement à l'entier des pourcentages indiqués. Quant aux totaux supérieurs à 100%, ils sont attribuables à la réponse multiple.

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.



## PROFIL DES RÉPONDANTS



## PROFIL DES RÉPONDANTS

9

### Profil sociodémographique des répondants

Données pondérées	TOTAL (n=1000)
<b>Sexe</b>	
Homme	49%
Femme	51%
<b>Âge</b>	
18-24 ans	11%
25-34	17%
35-44	17%
45-54	20%
55-64	16%
65 ans et plus	19%
<b>Francophones</b>	
Oui	79%
Non	21%
<b>Revenu annuel brut du ménage</b>	
Moins de 40 000 \$	26%
40 000 \$ à 59 999 \$	19%
60 000 \$ à 79 999 \$	15%
80 000 \$ à 99 999 \$	12%
100 000 \$ et plus	15%
<b>Enfants de 17 ans et moins à la maison</b>	
Oui	33%
Non	66%

Note: Le complément à 100% désigne les répondants qui n'ont pas répondu à cette question.



## PROFIL DES RÉPONDANTS

10

### Profil sociodémographique des répondants (suite)

Données pondérées	TOTAL (n =1000)
<b>Scolarité</b>	
Primaire/secondaire	39%
Collégial	27%
Universitaire	33%
<b>Occupation</b>	
Service/vente	22%
Travailleur manuel	8%
Professionnel	24%
Au foyer	3%
Étudiant	9%
Retraité	27%
Sans emploi	5%
<b>Population active</b>	
Oui	53%
Non	47%
<b>Statut</b>	
Célibataire	26%
Marié ou en union de fait	64%
Divorcé	6%
Séparé	2%
Veuf	2%
<b>Région</b>	
Montréal RMR	47%
Québec RMR	9%
Est du Québec	9%
Ouest du Québec	18%
Centre du Québec	16%

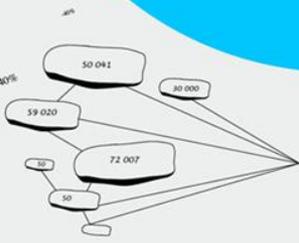
2005	25%
2006	35%
2007	36%
2008	48%
2009	55%
2010	80%
2011	85%



+40%

+10%

+30%



# ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS



## ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

12

### 1. Les élections scolaires et municipales simultanées devraient être sérieusement envisagées

Une proportion de 81% des répondants pense que le gouvernement du Québec devrait sérieusement envisager la possibilité de tenir une seule élection pour les élus scolaires et municipaux en 2013.

Plus de huit répondants sur dix (81%) croient que les élections simultanées devraient être sérieusement envisagées pour 2013.

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à le croire :

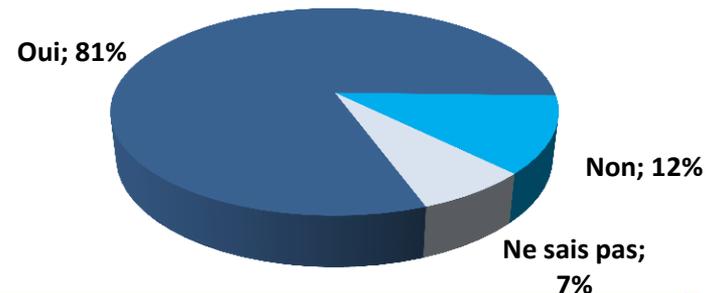
- les hommes (84%);
- les personnes âgées entre 25 et 34 ans (89%);
- les francophones (83%);
- les résidants de la région de Québec RMR (88%);
- les répondants ayant un diplôme universitaires (87%).

Les sous-groupes suivants sont, quant à eux, moins nombreux à être favorables à cette idée pour 2013 :

- les femmes (77%);
- les personnes âgées entre 18 et 24 ans (58%);
- les anglophones (71%);
- les résidants de la région de Montréal RMR (76%);
- les répondants ayant un diplôme universitaires (87%).

#### Q1. Selon vous, le gouvernement du Québec devrait-il étudier sérieusement la possibilité de tenir en 2013 une seule élection pour les élus scolaires et municipaux?

Base: L'ensemble des répondants (n=1001)





## ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

13

### 2. La population en accord avec des élections scolaires et municipales simultanées

Parmi l'ensemble des répondants, 77% affirment être en faveur de la tenue simultanée des élections scolaires et municipales.

**Plus des trois  
quart des  
Québécois (77%)  
sont favorables à  
la tenue  
d'élections  
scolaires et  
municipales  
simultanées.**

Les sous-groupes suivants sont proportionnellement plus nombreux à être favorables à l'idée :

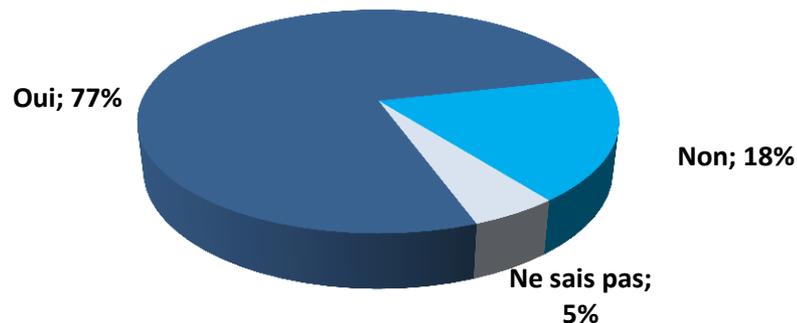
- les résidents de la région de Québec RMR (83%);
- les détenteurs d'un diplôme universitaire (83%);
- les hommes (80%);
- les francophones (79%).

Les sous-groupes suivant ont, quant à eux, moins tendance à être en faveur :

- les femmes (75%);
- les 18-24 ans (58%)
- les anglophones (69%).

#### Q2. Vous personnellement, seriez-vous en faveur à ce que les élections scolaires se tiennent en même temps que les élections municipales?

Base : L'ensemble des répondants (n=1001)





**ANNEXES**



## ANNEXES

15

### Annexe 1 : Quelques mots sur le panel Léger Marketing

**Le plus important panel d'internautes au Québec**

Avec son portail legerweb.com, **Léger Marketing 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 d'en 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 de participation à un tirage mensuel et d'accumuler de l'argent. Puisque le répondant doit valider ses coordonnées postales afin de recevoir son prix ou ses dollars accumulés sous forme de chèque à son domicile, ce processus nous permet, entre autres, de certifier l'origine du répondant. Le portail legerweb.com compte 225 000 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.

