



Rapport détaillé

Sondage sur le transport collectif

Sondage auprès des Québécoises et Québécois



Date : 17 / 02 / 2025
Projet : 15342-007



Contenu

| | | |
|----|-------------------------|----|
| 1. | Approche méthodologique | 3 |
| 2. | Résultats détaillés | 5 |
| 3. | Profil des répondants | 8 |
| 4. | Équipe | 10 |

1

Approche
méthodologique

Méthodologie

| | |
|-----------------------|--|
| Contexte et objectifs | Léger a été mandaté par Copticom pour sonder les Québécoises et Québécois sur leur perception du transport collectif au Québec. |
| Comment? | Léger a réalisé un sondage Web auprès de 1 007 répondants. |
| Qui? | Échantillon de 1 007 résident(e)s du Québec âgés de 18 ans et plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. |
| Quand? | Les données ont été collectées du 14 au 16 février 2025. |
| Pondération | Les résultats ont été pondérés selon l'âge, le sexe, la région, la langue maternelle, le niveau de scolarité et la présence d'enfants dans le ménage afin de garantir un échantillon représentatif de la population à l'étude. |
| Marge d'erreur | À titre indicatif, un échantillon probabiliste de 1 007 répondants aurait une marge d'erreur présumée de $\pm 3,09\%$, et ce 19 fois sur 20. |

Notes

Différences significatives

Les nombres dans les tableaux en caractères **gras et rouges** indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence significative statistiquement supérieure par rapport au complément.

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.

NSP / Refus

La mention « NSP / Refus » qui apparaît dans le rapport se réfère à la mention « Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre ». Pour chacune des questions, le complément à 100% correspond à celle-ci.

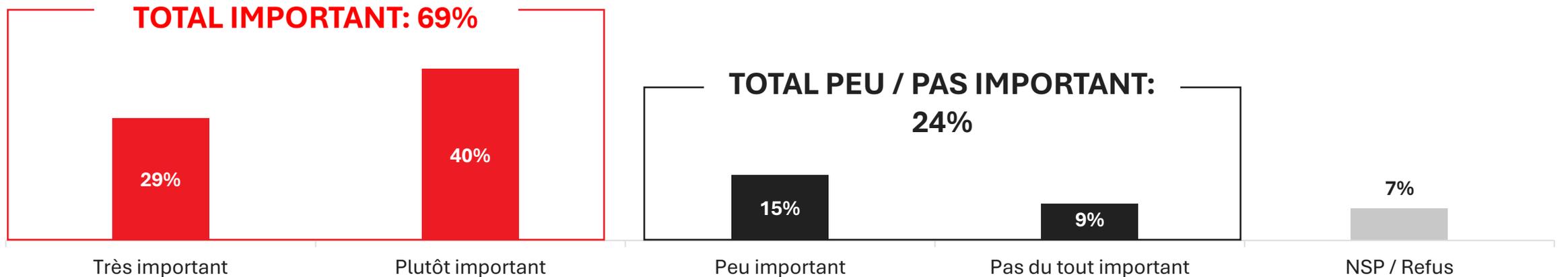
Arrondissement des données

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100% ou de la somme des parties.

2

Résultats détaillés

Importance de l'augmentation du financement du transport collectif

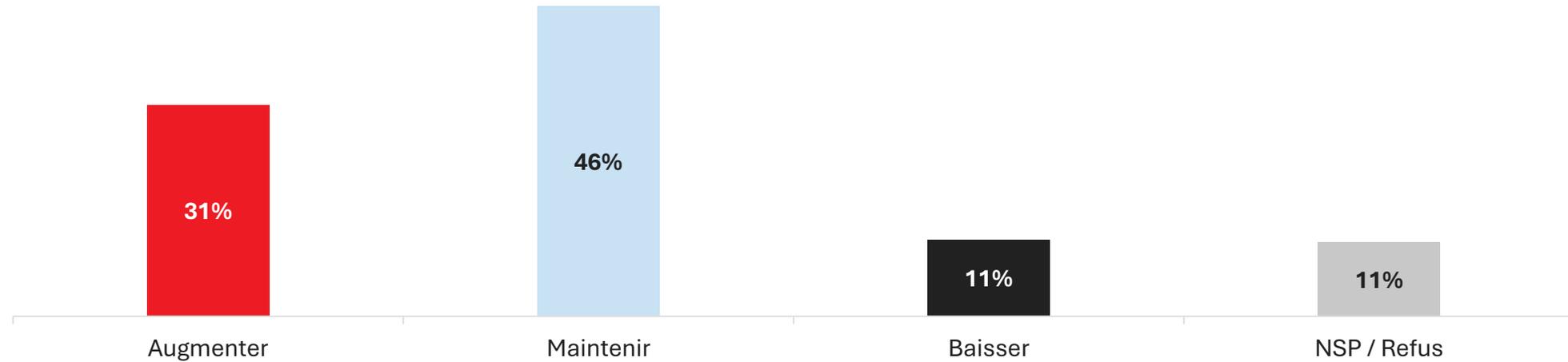


| | Total | Genre | | Âge | | | Région | | | Scolarité | | | Parent d'enfant | | Langue maternelle | |
|----------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------|-----|------------|------------|------------|--------------|------------|------------|-----------------|-----|-------------------|-------------|
| | | H | F | 18-34 | 35-54 | 55+ | MTL RMR | QC RMR | Autres | Prim. / Sec. | Coll. | Univ. | Oui | Non | Franco. | Non-franco. |
| <i>n=</i> | 1 007 | 481 | 526 | 304 | 310 | 393 | 403 | 302 | 302 | 222 | 332 | 453 | 269 | 738 | 814 | 193 |
| TOTAL IMPORTANT | 69% | 64% | 73% | 73% | 64% | 70% | 74% | 64% | 64% | 65% | 66% | 77% | 70% | 68% | 66% | 76% |
| Très important | 29% | 31% | 27% | 36% | 25% | 27% | 35% | 26% | 22% | 20% | 30% | 35% | 27% | 29% | 25% | 38% |
| Plutôt important | 40% | 34% | 46% | 37% | 39% | 43% | 39% | 38% | 42% | 44% | 36% | 42% | 43% | 39% | 41% | 38% |
| TOTAL PEU / PAS IMPORTANT | 24% | 28% | 20% | 24% | 27% | 21% | 18% | 32% | 28% | 25% | 26% | 20% | 23% | 24% | 27% | 16% |
| Peu important | 15% | 17% | 14% | 18% | 16% | 13% | 13% | 16% | 18% | 14% | 19% | 11% | 17% | 15% | 17% | 10% |
| Pas du tout important | 9% | 12% | 6% | 6% | 12% | 8% | 5% | 16% | 11% | 10% | 7% | 9% | 6% | 9% | 9% | 6% |
| NSP / Refus | 7% | 7% | 7% | 4% | 8% | 9% | 8% | 4% | 8% | 11% | 8% | 4% | 7% | 8% | 7% | 8% |

Q. Pensez-vous qu'il est important que le gouvernement du Québec, en collaboration avec les municipalités, augmente le financement du transport collectif afin de vous offrir un service plus fréquent, rapide, accessible et fiable?

Base: Tous les répondants (n=1 007)

Augmentation de la cible annuelle d'investissement



| | Total | Genre | | Âge | | | Région | | | Scolarité | | | Parent d'enfant | | Langue maternelle | |
|-------------|----------|-------|-----|-------|-------|-----|---------|--------|--------|--------------|-------|-------|-----------------|-----|-------------------|-------------|
| | | H | F | 18-34 | 35-54 | 55+ | MTL RMR | QC RMR | Autres | Prim. / Sec. | Coll. | Univ. | Oui | Non | Franco. | Non-franco. |
| | n= 1 007 | 481 | 526 | 304 | 310 | 393 | 403 | 302 | 302 | 222 | 332 | 453 | 269 | 738 | 814 | 193 |
| Augmenter | 31% | 31% | 32% | 31% | 30% | 33% | 33% | 34% | 29% | 23% | 31% | 41% | 31% | 32% | 32% | 31% |
| Maintenir | 46% | 47% | 45% | 50% | 43% | 46% | 47% | 42% | 46% | 45% | 48% | 44% | 47% | 46% | 47% | 45% |
| Baisser | 11% | 14% | 9% | 11% | 14% | 10% | 10% | 16% | 12% | 16% | 10% | 8% | 12% | 11% | 11% | 12% |
| NSP / Refus | 11% | 8% | 14% | 9% | 13% | 11% | 10% | 8% | 13% | 16% | 11% | 7% | 10% | 11% | 10% | 13% |

Q. Le gouvernement du Québec s'est engagé à cibler une augmentation annuelle de 5% de l'offre de services en transport collectif. Pour répondre aux besoins de la population devrait-il augmenter, maintenir ou baisser cette cible?

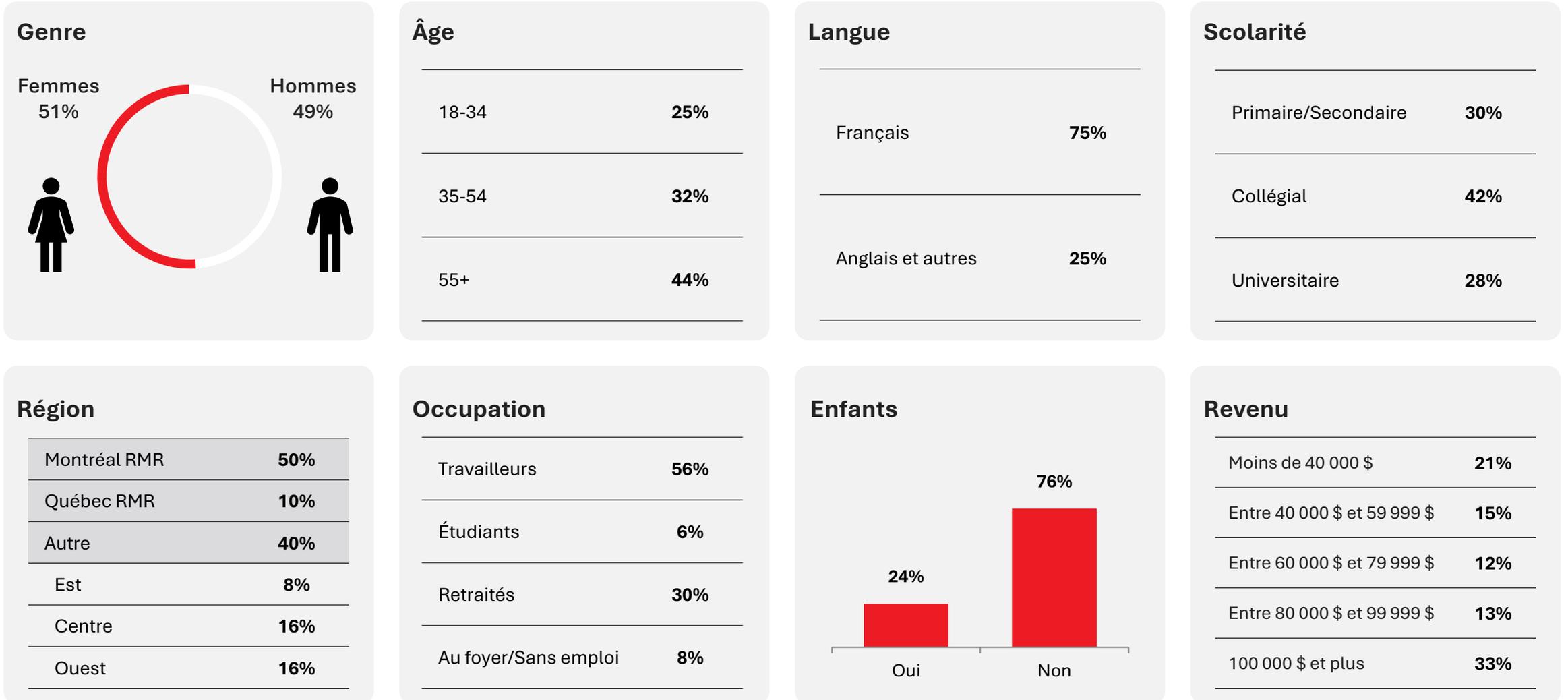
Base: Tous les répondants (n=1 007)

3

Profil des
répondants

Profil des répondants

Base n=1 007. Le profil a été pondéré.



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

4

Équipe

Notre équipe

POUR OBTENIR PLUS D'INFORMATIONS, VEUILLEZ CONTACTER →

Éric Normandeau

Stratège conseil, Affaires publiques et communications

enormandeau@leger360.com

514-982-2464

Marc-Étienne Laflamme

Analyste de recherche, Affaires publiques et communications

melafamme@leger360.com

418-522-7467

Charles-William Taché

Coordonnateur de projets de recherche, Affaires publiques et communications

cwtache@leger360.com

418-522-7467



Nos services

Léger

Recherche marketing et sondages

Expérience client (CX)

Services de conseil stratégique et opérationnel pour l'expérience client

Léger Analytique (LEA)

Modélisation et analyse de données

Léger Opinion (LEO)

Gestion de panel

Communautés Léger

Gestion de communautés en ligne

Léger DGTL

Stratégie digitale et expérience utilisateur

Recherche internationale

Worldwide Independent Network (WIN)

300

Employé(e)s

185

Consultant(e)s

8

Bureaux

MONTRÉAL | QUÉBEC |
TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY |
VANCOUVER | NEW YORK

Le ger

L'intelligence des données

leger360.com