

# ENJEUX ÉLECTORAUX DE LA RÉGION DE L'ESTRIE

## VOLET 6: TRANSPORT VERS MONTRÉAL ET QUÉBEC

**Société Radio-Canada**

Rapport de sondage

25 septembre 2022



# Méthodologie



Les résultats présentés sont issus d'un **sondage web** Ipsos mené pour le compte de la Société Radio-Canada (SRC).



Un échantillon de **500 résidents de la région de l'Estrie éligibles pour le vote** a été interrogé en ligne **du 1<sup>er</sup> au 9 septembre 2022**. Remarque: les résultats pour Sherbrooke font référence à la **grande région de Sherbrooke** et non à la circonscription.



Une **pondération** a été appliquée en fonction du genre, de l'âge, de la langue et du niveau d'éducation afin de s'assurer que la composition de l'échantillon est représentative de l'ensemble de la population de l'Estrie, selon les **données de recensement**.

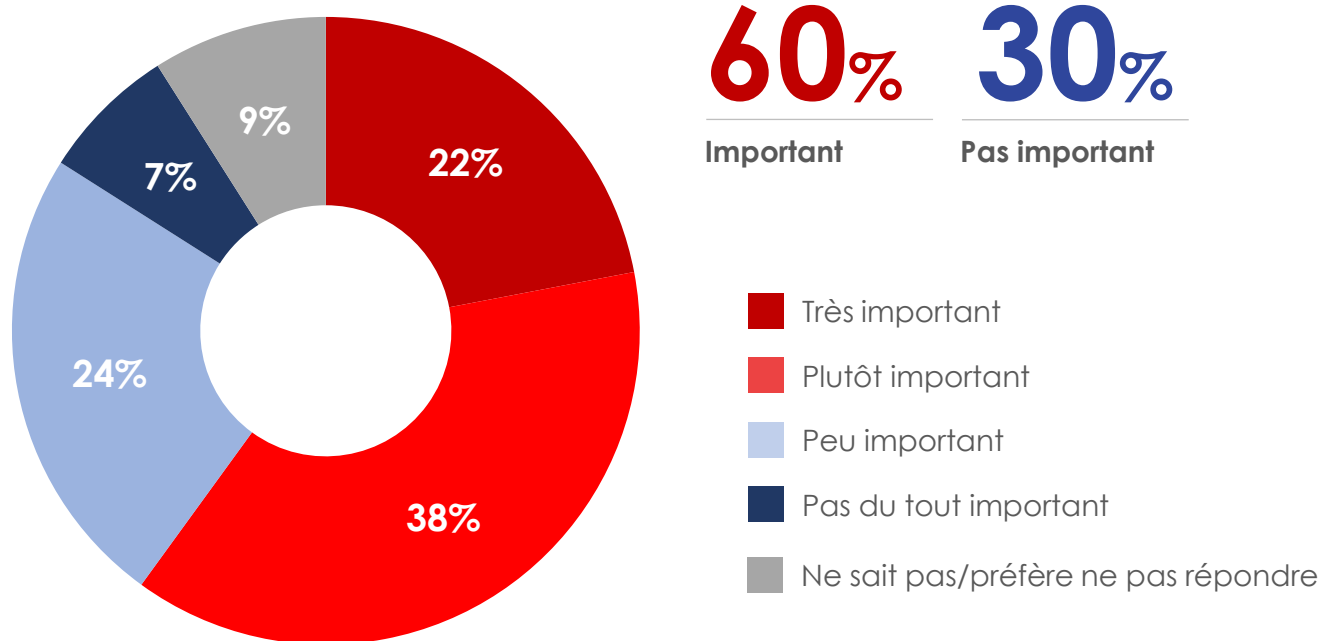


La précision des sondages en ligne est mesurée au moyen d'un intervalle de crédibilité en raison de la nature non-probabiliste de l'échantillon. **Dans le cas présent, les résultats sont précis à plus ou moins 5,0 points de pourcentage (19 fois sur 20)** de ce qu'ils auraient été si tous les résidents.es de l'Estrie avaient pris part au sondage.

Le code de lettres dans le rapport indique les différences statistiquement significatives. Par exemple, si les lettres BC apparaissent à côté d'un résultat, cela signifie qu'il est significativement plus élevé que ceux des colonnes B et C.

# L'AMÉLIORATION DE L'OFFRE DE TRANSPORT VERS MONTRÉAL ET QUÉBEC EST UNE PRIORITÉ POUR SIX ÉLECTEURS DE L'ESTRIE SUR DIX

## Importance d'améliorer l'offre de transport vers Montréal et Québec



Q18. Selon vous, à quel point est-ce important pour la région de l'Estrie d'améliorer son offre de transport la reliant à Montréal et Québec?  
Base : Tous les répondants (n=500)

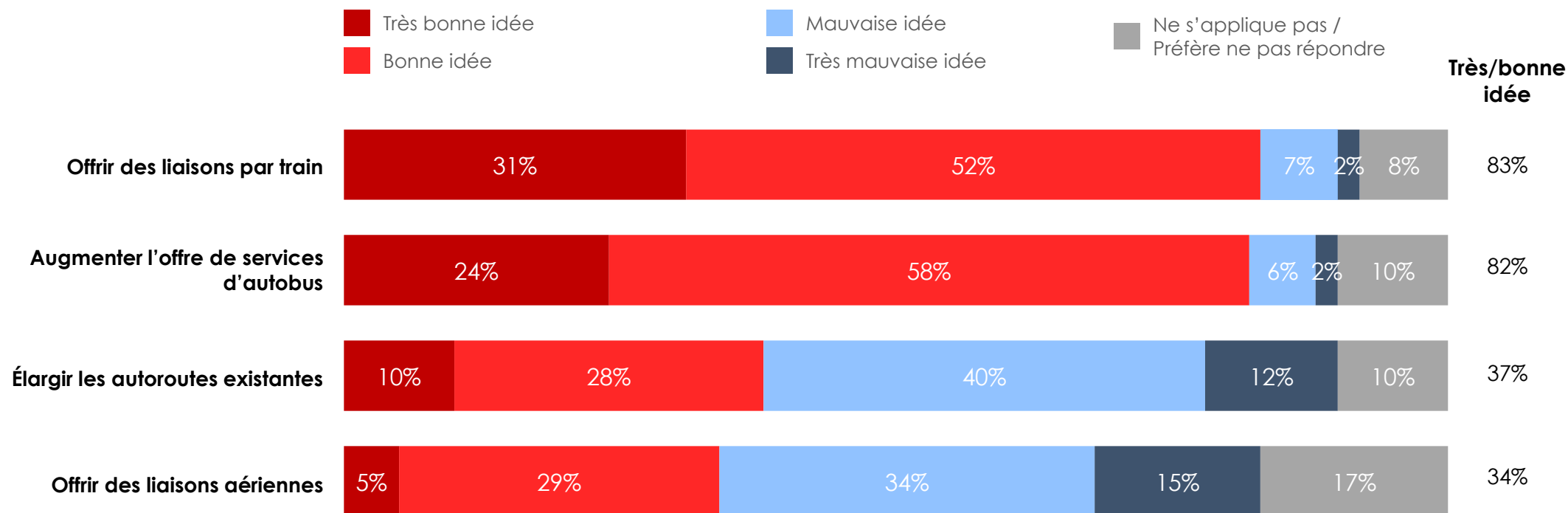
# IMPORTANCE D'AMÉLIORER L'OFFRE DE TRANSPORT VERS MONTRÉAL ET QUÉBEC SELON LES GROUPES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

|                                     | Total | Genre |       | Âge         |             |             | Région     |                   | Région 2   |              |            |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------------|------------|--------------|------------|
|                                     |       | Homme | Femme | 18 à 34 ans | 35 à 54 ans | 55 ans et + | Sherbrooke | Reste de l'Estrie | Sherbrooke | Région Ouest | Région Est |
|                                     | A     | B     | C     | D           | E           | F           | G          | H                 | I          | J            | K          |
| Important (Très/plutôt)             | 60%   | 63%   | 58%   | 62%         | 55%         | 62%         | 61%        | 60%               | 60%        | 64%          | 59%        |
| Pas important (Peu/pas du tout)     | 30%   | 30%   | 30%   | 30%         | 33%         | 29%         | 29%        | 32%               | 29%        | 28%          | 34%        |
| Ne sait pas/préfère ne pas répondre | 9%    | 7%    | 12%   | 8%          | 12%         | 9%          | 11%        | 8%                | 11%        | 8%           | 7%         |

Q18. Selon vous, à quel point est-ce important pour la région de l'Estrie d'améliorer son offre de transport la reliant à Montréal et Québec?  
Base : Tous les répondants (n=500)

# AMÉLIORATION DES TRANSPORTS VERS MONTRÉAL ET QUÉBEC: OUI AU TRAIN ET À L'AUTOBUS, NON À L'ÉLARGISSEMENT DES AUTOROUTES ET AUX LIAISONS AÉRIENNES

## Propositions pour améliorer l'offre de transport vers Montréal et Québec



Q19. Et à quel point chacune des approches suivantes seraient-elles de bonnes ou de mauvaises idées pour améliorer cette offre de transport vers Montréal et Québec selon vous?  
 Base : Tous les répondants (n=500)

# PROPOSITIONS POUR AMÉLIORER L'OFFRE DE TRANSPORT VERS MONTRÉAL ET QUÉBEC PAR GROUPES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

| <i>Bonne idée (Très/bonne idée)</i>     | Total      | Genre |       | Âge         |             |             | Région     |                   | Région 2   |              |            |
|-----------------------------------------|------------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------------|------------|--------------|------------|
|                                         |            | Homme | Femme | 18 à 34 ans | 35 à 54 ans | 55 ans et + | Sherbrooke | Reste de l'Estrie | Sherbrooke | Région Ouest | Région Est |
|                                         |            | A     | B     | C           | D           | E           | F          | G                 | H          | I            | J          |
| Offrir des liaisons par train           | <b>83%</b> | 88% C | 79%   | 76%         | 83%         | 87% D       | 84%        | 83%               | 83%        | 85%          | 83%        |
| Augmenter l'offre de services d'autobus | <b>82%</b> | 82%   | 81%   | 87% E*      | 76%         | 83%         | 77%        | 85%               | 78%        | 85%          | 87% H      |
| Élargir les autoroutes existantes       | <b>37%</b> | 32%   | 42% B | 40%         | 42%         | 33%         | 33%        | 41%               | 35%        | 43%          | 38%        |
| Offrir des liaisons aériennes           | <b>34%</b> | 35%   | 34%   | 25%         | 33%         | 40% D       | 36%        | 33%               | 36%        | 33%          | 33%        |

Q19. Et à quel point chacune des approches suivantes seraient-elles de bonnes ou de mauvaises idées pour améliorer cette offre de transport vers Montréal et Québec selon vous?  
 Base : Tous les répondants (n=500)

# À propos d'Ipsos

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Fondé en France en 1975, Ipsos est enregistrée à Euronext Paris depuis le 1<sup>er</sup> juillet 1999. L'entreprise fait partie du SBF 120 et de l'index Mid-60. Elle est aussi éligible au Deferred Settlement Service (SRD).

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

## Game Changers

---

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la société, des marchés et des gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

**« YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\* »**

\*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.