



## FACTUM

### **Deux tiers des Canadiens.nes disent que le mandat du gouvernement fédéral imposant que toutes les voitures neuves vendues au pays soient électriques d'ici 2035 est irréaliste.**

Sept Canadiens.nes sur dix sont préoccupés par l'impact négatif sur l'emploi des quelques 150 milliards de dollars de projets énergétiques qui ont été annulés en raison de retards et d'obstacles réglementaires.

**Montréal, QC, 1 octobre 2024** — Un sondage mené par Ipsos pour le compte de l'Institut économique de Montréal démontre l'opposition des Canadiens.nes à l'interdiction de la vente de véhicules conventionnels d'ici 2035 par le gouvernement fédéral.

Plus précisément, 55 % des Canadiens sont en désaccord avec l'obligation que toutes les voitures neuves vendues soient électriques ou à zéro émission d'ici 2035. De plus, les deux tiers des Canadiens.nes (66 %) affirment que le calendrier de cette obligation n'est pas réaliste.

Actuellement, seulement un Canadien.ne sur dix (9 %) déclare posséder un véhicule électrique. Parmi ceux qui ne possèdent pas de véhicule électrique, un quart (24 %) disent que la prochaine voiture qu'ils achèteront sera électrique. Parmi les principaux obstacles qui empêchent les Canadiens.nes d'acheter une voiture électrique, on retrouve les préoccupations concernant leur prix élevé par rapport aux autres modèles (70 %), le manque d'infrastructures de recharge (66 %) et le fait qu'elles ne sont pas adaptées au climat froid canadien.

Pour plus de détails sur cette recherche, qui porte également sur le soutien du Québec pour trouver des solutions à la fin des surplus d'électricité en 2027, le soutien du Canada à la construction de nouveaux oléoducs et à la création d'un corridor énergétique au Canada, veuillez télécharger le rapport d'étude complet.



## FACTUM

### Méthodologie du sondage

Les résultats présentés dans ce rapport sommaire sont issus d'un sondage d'Ipsos tenu pour le compte de l'Institut économique de Montréal, du 18 au 22 septembre 2024. Un total de 1 190 Canadiens.nes de plus de 18 ans, incluant un sur-échantillon de 407 résidents du Québec, ont pris part à ce sondage en ligne. Une pondération en fonction de l'âge, du genre et de la région a été appliquée pour assurer que la composition de l'échantillon final soit représentative de la population adulte du pays selon les données du recensement. La précision des sondages non-probabilistes d'Ipsos est plutôt mesurée par un intervalle de crédibilité. L'intervalle de crédibilité pour ce sondage est de  $\pm 3,3\%$ , dans 19 cas sur 20. Tous les sondages par échantillon peuvent être soumis à d'autres sources d'erreur, incluant une erreur de couverture ou de mesure.

### Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Derek Brasier  
Vice-président, Affaires publiques Ipsos  
[derek.brasier@ipsos.com](mailto:derek.brasier@ipsos.com)

### À propos d'Ipsos

Ipsos est l'une des plus grandes firmes d'études de marché et de sondages à l'échelle mondiale. Présente dans 90 marchés, elle emploie plus de 20 000 personnes.

Nos professionnels des études de marché, analystes et scientifiques, tous curieux et passionnés, ont acquis des compétences multidisciplinaires uniques leur permettant de comprendre véritablement les gestes, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des travailleurs, et d'offrir en la matière un éclairage précieux. Nos 75 solutions d'affaires sont basées sur des données primaires issues de nos sondages, du suivi 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 avec assurance dans notre monde en perpétuel changement.

Fondée en France en 1975, Ipsos est inscrite sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société est inscrite à la SBF 120, à l'indice Mid-60 et au STOXX Europe 600 et est admissible au Service de règlement différé (SRD). Code ISIN : FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

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