

# Les Québécois croient davantage à l'éducation de la population qu'à la taxation pour modifier les comportements alimentaires des gens

Date de diffusion : le jeudi 13 mai 2010 à 16 h HNE



**Ipsos Reid**

*Ipsos Reid est le chef de file canadien en information commerciale et le principal fournisseur de sondages d'opinion publique du pays. Présente dans huit villes, Ipsos Reid emploie plus de 300 professionnels et agents de collecte de données au Canada. L'entreprise dispose du plus vaste réseau de centres d'appels du Canada et des plus grands panels pré-recrutés, composés de foyers ou de répondants en ligne. Ses activités canadiennes d'études de marché et d'affaires publiques reposent sur une équipe de spécialistes chevronnés de la recherche possédant une vaste expérience dans divers secteurs d'activité. Ipsos Reid dispose des meilleurs véhicules de recherche du Canada, notamment le Rapport de tendance Ipsos, la source d'opinion publique par excellence au pays. C'est ainsi qu'elle peut offrir à ses clients des renseignements utiles et pertinents. Ipsos Reid fait partie de la société Ipsos, un fournisseur mondial de premier plan en matière d'études de marché. Pour en savoir davantage, visitez le [www.ipsos.ca](http://www.ipsos.ca)*

*Pour obtenir des copies d'autres communiqués de presse, rendez-vous à l'adresse <http://www.ipsos-na.com/news/>*

---

© Ipsos Reid

Washington • New York • Chicago • Minneapolis • Seattle • San Francisco  
Vancouver • Edmonton • Calgary • Winnipeg • Toronto • Ottawa • Montréal

# Les Québécois croient davantage à l'éducation de la population qu'à la taxation pour modifier les comportements alimentaires des gens

**Montréal, QC** – La majorité des Québécois (75 %) croient que l'instauration d'une taxe sur certains produits serait peu ou pas du tout efficace pour combattre l'obésité. Ainsi, les Québécois croient que l'éducation de la population est le meilleur moyen pour améliorer les comportements alimentaires des gens. En fait, 84 % des Québécois croient que la solution la plus porteuse à long terme pour modifier le comportement des gens est de miser sur la sensibilisation de la population.

*Il s'agit là des résultats d'une enquête Ipsos Reid menée au nom de l'Association des embouteilleurs de boissons gazeuses du Québec du 3 au 10 mars, 2010. Cette étude a été réalisée en ligne auprès de 811 adultes résidant au Québec au moyen d'Ipsos Opinions Online Panel, l'un des panels nationaux en ligne d'Ipsos Reid. Les résultats sont fondés sur un échantillon pour lequel une pondération a été utilisée afin d'équilibrer les facteurs démographiques et s'assurer que la composition de l'échantillon reflète celle de la population canadienne réelle selon les données de recensement. Une enquête sur un échantillon aléatoire non pondéré de cette taille où le taux de réponse serait de 100 % présenterait une marge d'erreur estimée de +/-3,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20, par rapport aux résultats qui auraient été obtenus si toute la population adulte du Canada avait été interrogée. Toutes les enquêtes par sondage peuvent présenter d'autres sources d'erreur, y compris, sans toutefois s'y limiter, l'erreur de couverture et l'erreur de mesure.*

-30-

---

© Ipsos Reid

- 1 -



Ipsos Reid

Pour plus de renseignements sur ce communiqué, veuillez communiquer avec :

*Luc Durand  
Vice-président  
Ipsos  
Affaires publiques  
(514) 476-8086*

*Pour consulter l'ensemble des résultats compilés, visitez notre site Web à [www.ipsos.ca](http://www.ipsos.ca). On peut consulter les communiqués à : <http://www.ipsos-na.com/news/>*

---

© Ipsos Reid

- 2 -

*Washington • New York • Chicago • Minneapolis • Seattle • San Francisco  
Vancouver • Edmonton • Calgary • Winnipeg • Toronto • Ottawa • Montréal*