



## Mesure du bruit médiatique entourant les activités d'Hydro-Québec

Sondage téléphonique – suivi mensuel

Projet 10245-031  
**Édition d'avril 2010**



## Table des matières

---

<b>1. Contexte et objectifs .....</b>	<b>3</b>
Contexte et objectifs .....	4
 <b>2. Faits saillants.....</b>	<b>5</b>
Comparaison des résultats sur un horizon temporel .....	6
 <b>3. Résultats détaillés .....</b>	<b>7</b>
Bruit médiatique positif.....	8
Éléments composant le bruit médiatique positif .....	9
Bruit médiatique négatif .....	10
Éléments composant le bruit médiatique négatif.....	11

## 1. Contexte et objectifs

---



1. Contexte et objectifs
2. Faits saillants
3. Résultats détaillés

## Contexte et objectifs

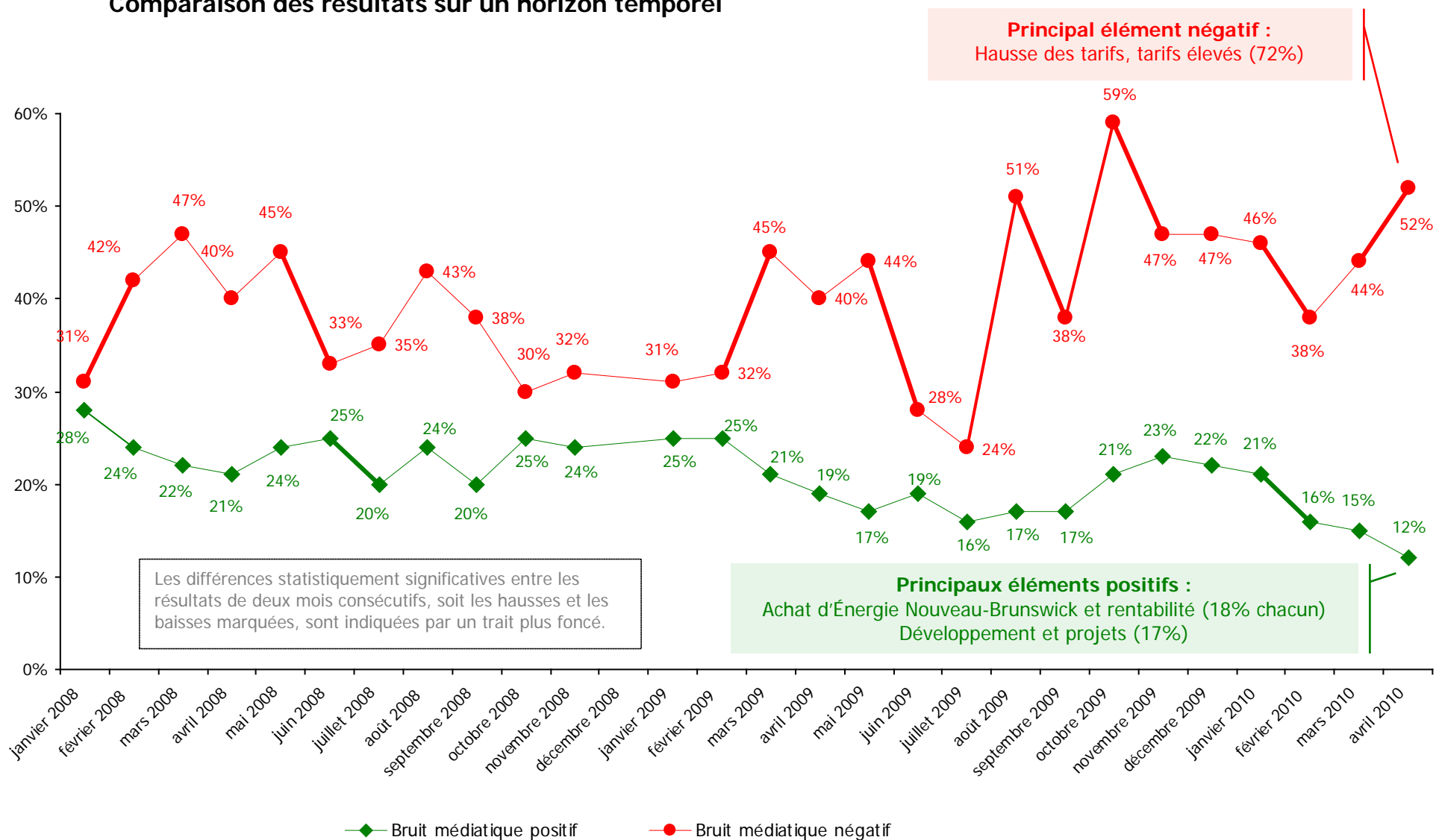
- ▶ Léger Marketing a été mandaté par Hydro-Québec afin de mesurer, sur une base continue, le bruit médiatique entourant les activités d'Hydro-Québec auprès de la population adulte du Québec.
- ▶ Pour ce faire, un sondage téléphonique est réalisé mensuellement auprès d'un échantillon représentatif de Québécois(es), âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.
- ▶ La présente édition du sondage, soit pour avril, a été réalisée du 12 au 25 avril 2010, et 500 personnes ont été sondées.
- ▶ À l'aide des données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue parlée à la maison, les régions, la présence d'enfants à la maison et la taille du ménage, afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.
- ▶ Finalement, nous obtenons avec les 500 personnes sondées ce mois-ci, une marge d'erreur maximale de  $\pm 4,38 \%$ , et ce, 19 fois sur 20.
- ▶ Ce rapport présente les résultats détaillés pour le mois d'avril 2010 seulement, mais ceux-ci sont mis en perspective par comparaison aux résultats des vagues de sondage précédentes dans la section Faits saillants.

## 2. Faits saillants

---

	1. Contexte et objectifs
▶	2. Faits saillants
	3. Résultats détaillés

## Comparaison des résultats sur un horizon temporel



### 3. Résultats détaillés

---

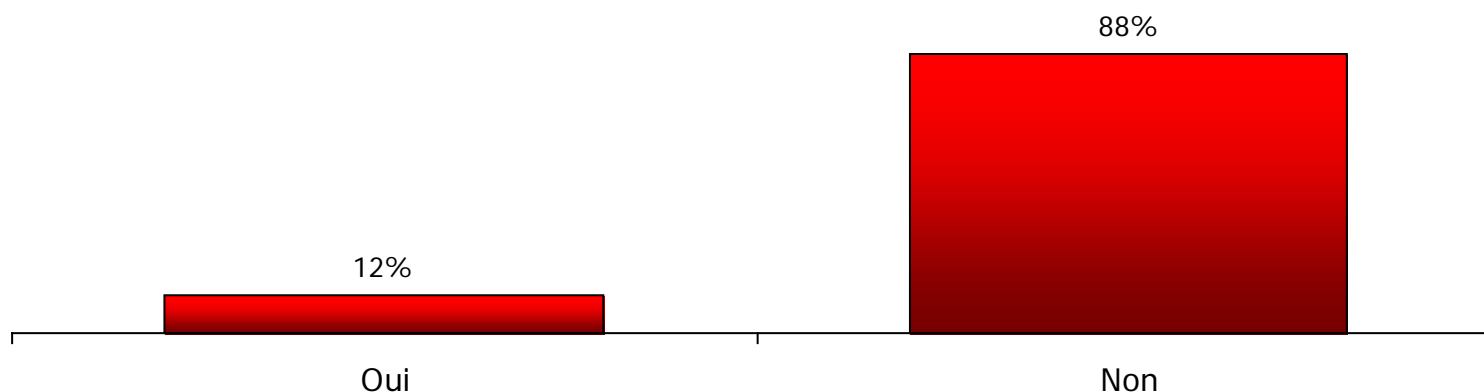
	1. Contexte et objectifs
	2. Faits saillants
▶	3. Résultats détaillés

## Bruit médiatique positif

- ▶ 12% des répondants se souviennent avoir vu, lu ou entendu des nouvelles ou reportages positifs sur Hydro-Québec au cours des derniers mois, ce qui constitue un résultat similaire à celui du mois de mars (15%).
- ▶ Notons que les hommes (15%), les personnes âgées de 55 à 64 ans (19%) et celles habitant à l'extérieur des régions de Montréal et Québec (15%) sont significativement plus nombreux à avoir répondu par l'affirmative à cette question.

**Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu, à la télévision, à la radio, dans les journaux ou ailleurs, des nouvelles ou des reportages POSITIFS sur Hydro-Québec?**

Base: Tous les répondants (n=500)





## Éléments composant le bruit médiatique positif

- ▶ L'achat d'Énergie Nouveau-Brunswick par Hydro-Québec partage la première place avec la rentabilité d'Hydro-Québec (18% des mentions pour chaque élément). Ce sont les deux principaux éléments composant le bruit médiatique positif à l'égard d'Hydro-Québec en avril. Notons que les mentions concernant l'achat d'Énergie Nouveau-Brunswick ont baissé de moitié par rapport au mois de mars (18% en avril contre 36% en mars).
- ▶ Les nouvelles concernant le développement et les projets recueillent ce mois-ci 17% des mentions.

### Qu'avez-vous vu, lu ou entendu de POSITIF sur Hydro-Québec? (2 mentions possibles)

Base : Répondants se rappelant avoir vu, lu ou entendu des nouvelles positives sur Hydro-Québec (n=62)

Principales nouvelles positives vues, lues ou entendues	
Rentabilité / profits / versement de dividendes au gouvernement	18%
Achat d'Énergie Nouveau-Brunswick	18%
Développement et projets	17%
Programme d'économie d'énergie	10%
Tarifs raisonnables / volet positif de la hausse des tarifs	8%
Fiabilité améliorée / répondre à la pointe / robustesse du réseau	4%
Bon service (sans précision)	4%
Développement de la voiture électrique / nouvelles technologies / R&D	3%
Création d'emplois	3%
Exportation d'électricité / vente des surplus / la Bourse de l'énergie	1%
Publicité (prudence, économie d'énergie, etc.)	1%
Autres	6%
Ne sait pas / refus	20%

## Bruit médiatique négatif

- ▶ Plus de la moitié des répondants (52%) se souviennent avoir vu, lu ou entendu des nouvelles ou reportages négatifs sur Hydro-Québec au cours des derniers mois. Il s'agit d'un résultat significativement plus élevé que celui obtenu au mois de mars (44%).
- ▶ On remarque que les personnes âgées de 35 à 44 ans (62%), celles ayant un revenu annuel du ménage de 80 000\$ ou plus (75%) et les travailleurs (58%) sont significativement plus nombreux à avoir répondu par l'affirmative à cette question.

**Au cours des derniers mois, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu, à la télévision, à la radio, dans les journaux ou ailleurs, des nouvelles ou des reportages NÉGATIFS sur Hydro-Québec?**

Base : Tous les répondants (n=500)

